

# OBSAH

<b>I. Úvod (Petr Mareš)</b> .....	9
1.1 Lingvistické zkoumání elektronických médií .....	9
1.2 Výzkumy elektronických médií v české lingvistice .....	11
1.3 Tendence v elektronické komunikaci .....	11
1.4 Obsah monografie .....	12
<b>2. Internetová komunikace: charakteristické rysy a prostředky (Jiří Homoláč – Petr Mareš – Jana Hoffmannová – Lucie Jílková – Jakub Kopecký – Kamila Mrázková)</b> .....	15
2.1 Úvod .....	15
2.2 Data, způsob uvádění zdrojů a termíny užívané při analýze příkladů .....	15
2.3 Využití technických možností internetové komunikace .....	17
2.3.1 Úvod .....	17
2.3.2 Hypertextovost .....	17
2.3.3 Interaktivita .....	21
2.3.4 Multimodalita .....	24
2.4 Jazyková a stylová heterogenost internetové komunikace .....	54
2.4.1 Úvod .....	54
2.4.2 Mezi mluveností a psaností .....	54
2.4.3 Vícejazyčnost .....	81
2.4.4 Sebe prezentace a vytváření a udržování vztahů s jinými uživateli .....	92
2.4.5 Napětí mezi veřejným a soukromým charakterem internetové komunikace .....	108
2.5 Význačné rysy komunikace na sociálních sítích .....	116
2.5.1 Implicitní vyjadřování .....	116
2.5.2 Míšení jazyků, žánrů, stylů a diskurzů .....	117
2.5.3 Generačně podmíněné rozrůznění komunikace na sociálních sítích .....	120
2.6 Závěr .....	121
<b>3. Recenze a komentáře. Texty o filmu v digitální éře (Petr Mareš)</b> .....	123
3.1 Úvod .....	123
3.2 Metody a data .....	125
3.2.1 Filmové recenze a metody jejich zkoumání .....	125
3.2.2 Filmové recenze v prostředí internetu .....	126
3.2.3 Diskurz krize a diskurz demokratizace .....	128

3.2.4	Typy kritiky a diferenciacce recenzí .....	130
3.2.5	Data .....	132
3.3	Recenze ve specializovaných časopisech .....	136
3.4	Novinové recenze .....	140
3.5	Recenze na webových stránkách .....	145
3.5.1	Od popisu k hodnocení .....	147
3.5.2	Upoutávací a zábavní vložky .....	150
3.5.3	Textová manifestace autora a recipientů .....	151
3.5.4	Jazyk internetových recenzí .....	155
3.5.5	Dodatek: Multimodalita internetových recenzí .....	157
3.6	Česko-Slovenská filmová databáze .....	159
3.6.1	Diferenciacce komentářů .....	160
3.6.2	Hodnocení, prožitky, účinky .....	162
3.6.3	Textová manifestace autora a recipientů .....	165
3.6.4	Jazyk v komentářích .....	166
3.7	Komparace .....	169
3.8	Závěr .....	170
<b>4.</b>	<b>Žánr online sportovních přenosů (Jana Hoffmannová)</b> .....	<b>171</b>
4.1	Úvod .....	171
4.2	Metody a data .....	174
4.3	Přenosy, komentátoři .....	175
4.3.1	Funkční a pragmatická stylistika, výstavba textu .....	175
4.4	Názorová fóra, diskuse fanoušků .....	194
4.4.1	Emocionalita, expresivita .....	194
4.4.2	Humor, ironie, jazyková komika; intertextualita, aluze .....	195
4.4.3	Typy a skupiny fanoušků .....	198
4.4.4	Sport a politika .....	204
4.4.5	Psanost a mluvenost, variety češtiny .....	206
4.5	Diskuse fanoušků z pohledu konverzační analýzy .....	208
4.6	Komparace .....	211
4.7	Závěr .....	215
<b>5.</b>	<b>Twitterové profily českých institucí (Kamila Mrázková – Jiří Homoláč)</b> ...	<b>216</b>
5.1	Úvod .....	216
5.2	Twitter: struktura profilu a funkce .....	218
5.3	Metody a data .....	220
5.4	Komunikace institucí na Twitteru .....	220
5.4.1	Twitter jako nástroj institucionální komunikace .....	221
5.4.2	Twitter jako nástroj public relations .....	224
5.4.3	Autorské profily .....	241
5.5	Reflexe způsobu vedení institucionálních profilů .....	259
5.6	Diskuse .....	267
5.6.1	Jazykové a komunikační charakteristiky profilů institucí .....	267
5.6.2	Utváření identity instituce a jejího vztahu k followerům .....	270

5.6.3	Míšení žánrů, stylů, diskurzů na profilech institucí .....	272
5.6.4	Recepce .....	273
5.7	Závěr .....	274
<b>6.</b>	<b>Zdvořilostní normy na českém Twitteru (Kamila Mrázková) .....</b>	<b>276</b>
6.1	Úvod .....	276
6.2	Metody a data .....	276
6.2.1	Dosavadní výzkum zdvořilosti .....	276
6.2.2	Data .....	278
6.3	Pronominální oslovení (tykání a vykání) .....	278
6.4	Nominální oslovení .....	285
6.5	Závěr .....	291
<b>7.</b>	<b>Youtubeři jako publicisté: Vlogy o veřejném dění (Jakub Kopecký) .....</b>	<b>293</b>
7.1	Úvod .....	293
7.2	Youtubeři a jejich tvorba .....	293
7.2.1	Vlog .....	295
7.3	Sémiotické mody .....	295
7.4	Metody a data .....	295
7.5	Jazykové, sémiotické a komunikační rysy politických/společenských vlogů .....	297
7.6	Verbální a neverbální prostředky .....	299
7.7	Infotainment .....	302
7.8	Multimodalita a typy textových segmentů .....	305
7.8.1	Obrázky .....	305
7.8.2	Audiovizuální segmenty .....	308
7.8.3	Hrané scénky .....	311
7.9	Závěr .....	312
	<b>Prameny .....</b>	<b>313</b>
	<b>Články, ve kterých byla publikována předběžná verze některých kapitol ....</b>	<b>309</b>
	<b>Literatura .....</b>	<b>344</b>
	<b>Summary .....</b>	<b>361</b>
	<b>Věcný rejstřík .....</b>	<b>364</b>
	<b>Jmenný rejstřík .....</b>	<b>370</b>