

Kristína PIATKOVÁ

PODCASTY A ICH POTENCIÁL V ŠTYLISTIKE¹

Podcasts and their Potential in Stylistics

Keywords: *podcasts, linguistic interpretation, style, genre, media communication*

Contact: *Univerzita Komenského v Bratislave; kristina.piatkova@uniba.sk*

V predloženej štúdií sa venujeme relatívne novému a mladému mediálnemu formátu – podcastu. Sústreďme sa na vznik podcastov, ich charakteristické znaky a etablovanie sa v slovenskej publicistike. Podcasty skúmame z hľadiska lingvistiky a konkrétne to, aké typy mediálnych komunikátov prostredníctvom podcastov vznikajú.

Tvorba printových a audiovizuálnych médií sa v súčasnosti výrazne spája s aktívnou i pasívnou participáciou percipientov v masmediálnom diskurze na internete. Produkty profesionálnych novinárov sa začali na webových stránkach (novín, časopisov, rozhlasových a televíznych staníc) prelínať s textami blogerov a videami vlogerov². Nejde o pôvodné masmédiá, ale technický pokrok a rozmach elektronických médií na internete spustili éru podcastingu.

Podcast je zvukové vysielanie na internete, ktoré si môže percipient vypočuť alebo stiahnuť na smartfón, resp. iné médium. Ide o epizodické série digitálnych súborov, ktoré majú rôznu periodicitu (Tvrdoň 2019). Podcasty vychádzajú denne, týždenne alebo mesačne. Na Slovensku sa produkujú spravodajské podcasty, napr. *Dobré ráno – denný podcast denníka SME; Podcast Denníka N a i*. Rozhlasové a televízne stanice i časopisy tiež tvoria svoje vlastné podcasty, ktoré sú analogicky ako relácie rozdelené do viacerých kategórií podľa zamerania, akými sú šport, veda, umenie, cestovanie, zdravie, životný štýl, napr. *podcasty relácií RTVS, podcasty časopisu .týždeň*. Podcasty sú v slovenskom i zahraničnom mediálnom priestore diferencované aj podľa adresáta (pre ženy napr. *Medzi nami – týždenný podcast denníka SME; Volafka – rozhovor so zaujímavými ženami z Čiech a Slovenska; V ženskom rode; Women*

¹ Štúdia vznikla v rámci riešenia projektu VEGA 1/0553/18 *Pragmatické a gramatické princípy jazyka so zreteľom na kultivovanie jazykovej praxe*.

² Vlogger tvorí video blogy – internetové osobné „zápisníky“, v ktorých vyjadruje svoje názory, myšlienky na rôzne produkty, služby, spoločenské, kultúrne či politické dianie. Stali sa vyhľadávaným zdrojom informácií v oblasti marketingu.

Wanting More a i.; pre mužov napr.: *mužom.sk*; *Silný výber*; *Nový muž*; pre deti napr. *Rozhlasové leporelo*; *Halabala*; *Český rozhlas – Pro děti* a i.).

Podcasty v porovnaní s rozhlasovým vysielaním fungujú na offline báze, teda nie sú živým vysielaním. Vyznačujú sa bezprostrednosťou a neformálnosťou. Poslucháč neprispôsobuje svoje aktivity programovej ponuke rádia či iného média, ale naopak podcasty sa „prispôsobujú“ každodennosti poslucháčov. Na rozdiel o rozhlasového vysielania sú osobnejšie a jednotlivci si sám vyberá, čo a kedy bude počúvať. Sú dostupné aj pri takých aktivitách, ako je cestovanie verejnou dopravou, behanie či prechádzka so psom (Prokopčák 2019).

Typy podcastov a ich tvorcovia

Podcasty, ktoré vznikajú vo väčších médiách, ako sme spomínali vyššie, najčastejšie tvoria redaktori, moderátori denníkov, týždenníkov, televíznych relácií a pod. Moderátor reprezentuje médium, ktoré zastupuje (rozhlas, televíziu, časopis) a jeho úloha je náročná – mal by byť odborne vzdelaný, spoločensky rozhl'adený, nestranný (pozri Müllerová 1999: 169–170). Podcasty tvorené odborníkmi s praxou sa vyznačujú pripravenosťou (môžu mať aj podobu písaného podkladu), oficiálnosťou, verejnosťou. Majú štandardizovaný úvod, v ktorom moderátor spomenie rámcové údaje (dátum, kto má meniny, stručnú predpoveď počasia, odkaz na aktuálnu dennú situáciu), názov podcastu a kto poslucháča podcastom sprevádza.

Ukážka č. 1³:

³ [] hranaté zátvorky používame na vyznačenie simultánneho vyslovenia častí replík;

VELKÉ PÍSMO takto zaznamenávame časti repliky, ktoré boli vyjadrené hlasnejšie

v porovnaní s okolitými časťami;

° ° znak stupňa obklopuje časť výpovede, ktorá bola vyjadrená tichšie ako časti, ktoré ju obklopujú;

Podčiarknutie vyjadruje zdôraznenie;

> < medzi znaky viac a menej umiestňujeme časť repliky, ktorá bola vyslovená výrazne rýchlejšie ako okolité časti;

) (medzi zátvorky v obrátenom poradí umiestňujeme repliku alebo časť repliky, ktorá bola vyslovená výrazne pomalšie ako okolité časti;

(.) veľmi krátku pauzu, avšak predsa pociťovanú ako príznakovú, označujeme bodkou v okrúhlych zátvorkách;

(3.0) dlhšiu pauzu vyjadrujeme počtom sekúnd v okrúhlych zátvorkách;

. bodkou označujeme koniec zvukovo samostatného úseku reči, ak hlas hovoriaceho klesá;

, čiarkou označujeme koniec zvukovo samostatného úseku reči, ak hlas hovoriaceho mierne stúpa;

() pomocou prázdnych zátvoriek zapisujeme úplne nezrozumiteľné slovo;

(()) do dvojitéch zátvoriek zaznamenávame komentáre o kontexte rozhovoru, výslovnosť a nezrozumiteľné pasáže.

P – podcaster, H – hosť.

P: je utorok tridsiateho prvého marca meniny má benjamína a áno aj dnes zostante sedieť doma a keby ste sa ale museli presúvať do práce alebo do potravín, tak aj dnes bude chladnejšie, objaviť sa môže aj dážď a na horách sneženie. denné teploty by sa mali pohybovať niekde medzi štyrmi a deviatimi stupňami. počúvate dobré ráno, denný podcast denníka sme s tomášom prokopčákom a ak ste teraz doma a máte trošku času naši kolegovia so sme konferencie prichystali online kurzy na ktorých sa môžete čosi nové naučiť, napríklad taký digitálny marketing.⁴

Pri takomto podcaste, ako uvádzame v ukážke č. 1, sa úvodné slovo s menšími obmenami opakuje aj v prípade, že tvorca podcastu je iný autor z novinárskeho kolektívu, napr.: *Dobré ráno: Rómovia nie sú odolnejší voči baktériám a vírusom*. Podcasty tvorené blogermi, vlogermi alebo hercami a herečkami sa vyznačujú väčšou uvoľnenosťou, nepripravenosťou, spontánnosťou. Podcaster⁵ môže začať formálnejším úvodom, predstavením host'a a témy podcastu, alebo tieto informácie odznejú až po prvej dialogickej sekvencii s host'om. Sprostredkovanie informácií sa diferencuje na škále od serióznej formy podania až po zábavnejšiu.

Ukážka č. 2:

P1: milé jaukyni. dnees máme pripravenú špeciálnu časť na ktorú ja sa teším, bohužial sa neteším že som to zažila ale teším sa že o tom môžeme rozprávať s niekým kompetentným.

P2: aa: nám sa opäť a znova podarilo do nášho tímu dostať dana ((mienené Dana)) až z ďalekej prahy ((mienené Prahy)).

P1: wohooooo ((výkriky)).⁶

Opierajúc sa o klasifikáciu publicistických žánrov (podľa J. Mistríka 1997: 466–477; J. Findru 2004: 213–216) medzi podcastmi prevláda interview. Tvorca podcastu si pozýva zaujímavého host'a alebo hostí. Ide o známe osobnosti z umeleckej sféry (divadelnej, hudobnej), politikov a verejných činiteľov, odborníkov a vedcov. Host'ami podcastov bývajú aj podnikatelia z rôznych oblastí či jednoducho úspešní ľudia.

Ukážka č. 3:

P: počúvate podgast ktorý vám prináša portal refrešer ((mienené Refresher)) a sprevádza ním fútblogger čojenko ((mienené foodblogger ČOJE)) čo som ja. do podgastu si volám

⁴ Ukážka z podcastu Dobré ráno: Prvou obeťou koronakrízy sú aj umelci.

⁵ Podcaster je tvorca podcastu – analogicky ako označenia bloger, vloger.

⁶ Ukážka z podcastu jauuu, PS: to bolelo: Život s narcistom (a prvý nahý psychológ).

zaujímavých ľudí a potom sa rozprávame. začneme o jedle a skončíme pri hocičom na čo máme chuť.⁷

„V interview ide o dve veci: jednak predstaviť osobu (osobnosť) a jednak autentickou formou informovať o závažných faktoch. Interview splní obidve svoje funkcie vtedy, keď nad fiktívnym dialógom stojí interviewujúci redaktor. Ak tak nie je, potom síce dialóg je formou prirodzeným dialógom, lenže jeho informačná nasýtenosť je nízka. Pretože váha interview leží na odpovediach, redaktor kladie provokujúce, ale súčasne tematicky usmerňujúce otázky tak, aby ich čitateľ alebo poslucháč v texte necítil“ (Mistriák 1997: 471). Vychádzajúc z tejto definície, badáme posun pri tvorbe interview v podcastoch. Tvorca podcastu v úlohe moderátora nekladie výhradne dopredu pripravené otázky, ale často reaguje spontánne a bezprostredne formuluje otázky, ktoré mu vyplývajú z prehovoru host'a. V jeho prejave je naznačené aktuálne premýšľanie či dotváranie myšlienky.

Ukážka č. 4:

P: určite sa dostaneme podrobnejšie k takým tým jednotlivým (.) procesom, mechanizmom .hh ale zaujíma ma ešte predtým, čo vlastne:, vy ste to už viac menej aj naznačili, ale že čo vlastne ten trh s umením robí. lebo, áno, vy ste povedali, že existujú názory, ktoré hovoria, že veď umenie by malo byť čisté a oprostené od peňazí od mamonu, ale na druhej strane pochopiteľne, žijúci umelci musia z niečoho žiť. a vôbec možno dá sa povedať, čo robí trh s umením a:: a: je to vôbec ako správne položená otázka?

H: tak ja odpoviem možno nie úplne priamo, ale vy keď idete do lúvr ((mienené Louvre)) alebo do tejt ((mienené Tate)) alebo do akejkolvek svetovej galérie. ako sa tam ocitli tie veci? ktu ich tam dal? prečo sú tam práve tieto veci? prečo tam je: práve tento obraz a prečo nie iný? prečo je tam tento autor a nie iný? ee v istom zmysle: dochádza: k nejakému: k nejake:j kooperácií alebo možno povedať aj konsenzu.

P: em dobre:, hovoríte, že treba počúvať odborníkov, ale zoberme si, že žijeme v časoch, kedy ľudia nepočúvajú napríklad lekárov, nepočúvajú klimatológov, preto: sa tak trochu obávam, alebo mám ten doje:m, že: ešte pri odborníkoch na umenie, alebo na predaj umenia, to môže byť menej účinné. takto argumentovať. ee dokonca si teda ľudia: k tomu môžu aj hovoriť, že: čo povie odborník s umením.⁸

⁷ Ukážka z podcastu Podgast by Čoje.

⁸ Ukážka z podcastu Index: Čo robia peniaze s umením a prečo Martin Benka nedosiahne hodnoty Západu?

Pri formulovaní otázky sa hovoriaci vracia k predchádzajúcej replike a len fragmentárne uvádza kľúčové informácie (napr. *čo robí trh s umením*). Časté sú vo výpovedi hezitačné zvuky (napr. *ee, hm, ehm*), nadbytočné častice (napr. *vlastne, proste, dobre*), odchýlky v dĺžke hlások či nápadné predĺženie krátkej samohlásky (napr. *je:, nejako:m, a::*). V prejave sa objavujú aj nedostatky vo výslovnosti, v gramatike. Tvorca podcastu nezvykne hosťovi „brať slovo“ či iným spôsobom skracovať jeho rozprávanie. Preto aj dĺžky podcastov sú rôzne. Nájdeme krátke podcasty s priemernou dĺžkou 15 minút, 24 minút, ale aj hodinové či dlhšie. Podcaster opäť skôr spontánne vstupuje do prehovoru hosťa, a tak vznikajú aj simultánne prehovory.

Ukážka č. 5:

P: karivust ((mienené Currywurst)) je vlastne vec ktorá vznikla po druhej svetovej vojne a je vlastne obyčajný nemecký wurst ((mienené Wurst)) obliaty ee: britským kečupom a: do ktorého je ešte indické in-indický ts. ehm no ten kari prášok

H: vieš čo som čítal teraz minule že mrkva

P: [no]

H: ehm tebe hovorili keď si bol malý že: že jedz mrkvu aby si vedel pískat' alebo aby si lepšie videl

P: [no o tom o tom]

H: [alebo takto]

P: [zraku niečo viem, hej]

H: [tak]

P: [do-dostal som]

H: [vieš ako] to vzniklo celé?⁹

Prehovory hosťa a podcastera, ako vidíme v ukážke, nie sú nijako regulované. Podcaster neplní rolu nadradeného účastníka rozhovoru, teda toho, kto sa pýta. Striedanie hovoriacich je podobné bežným rozhovorom, v ktorých komunikanti vystupujú v symetrických (rovnocenných) pozíciách (pozri Orgoňová, Bohunická 2018: 40). Nespravodajské podcasty zaznamenávajú prevažne bežnú reč¹⁰ (v zmysle každodennú). Charakteristickými znakmi takýchto podcastov sú autentickosť,

⁹ Ukážka je z podcastu Podgast by Čoje: Demotivácia: Bryndzové halušky do Bratislavy nepatria.

¹⁰ Bežná reč je východiskom mnohých etnometodologicky orientovaných výskumov. „Etnometodológia skúma, ako ľudia aktívne spoluvytvárajú scény denného života, ako ich menia, či akými metódami ich udržiavajú v nezmenenej podobe“ (Lindbloom 2004: 364). Pozri aj Dolník, J. 2013.

variabilnosť, zrozumiteľnosť, spontánnosť, improvizácia a expresívnosť. Vysoká miera autentickosti vytvára dojem osobného rozhovoru, akoby hostia diskutovali „doma pri káve“. Podcast „musí byť trochu pomalým, za každých okolností autentickým, neformálnym a úprimným. Ľudia, ktorí račkujú, v ňom budú račkovať. Tí čo hmkajú, budú hmkať. A keď niekto robí pri kladení otázok čudné pauzy ... nuž, bude ich robiť aj naďalej. Lebo oni takíto sú aj naozaj. A sú to oni, kto nás bude sprevádzať ich každodennou prácou a príbehmi, ktoré odkrývajú“ (Prokopčák 2019: nestr.). Podcasty prinášajú do sféry mediálnej komunikácie¹¹ interview v podobe prirodzených dialógov, ktorých informačná nasýtenosť nemusí byť nízka, ako uvádza slovenská štrukturalistická štylistika. Ponuka podcastov je veľmi diferencovaná po obsahovej i formálnej stránke. Percipient je ten, kto hodnotí informačný prínos podcastu a dôležitým faktorom je možnosť výberu z pluralitnej ponuky mediálnych komunikátov (od profesionálnych novinárov i laikov). „Podcasty sú pre mňa presne to, čo mi v mediálnom priestore do ich objavenia chýbalo. Stíšený ten neprehľadný, prehlušujúci zvuk sveta, ktorý k sebe pustím, len keď chcem“ (Bajánová 2019: nestr.).

Podcasty môžeme označiť za produkty verbálnej (prevažne dialogickej) komunikácie, pre ktorú je charakteristický odklon od rečovej pripravenosti, dôslednosti či formálnej dokonalosti. Ak zohľadníme kontextové okolnosti (médiu, priestor, vzťah medzi diskutujúcimi a i.) a zámer vytvoriť neformálnejšie, osobnejšie a intímnejšie rozhovory, môžeme naznačiť iba isté tendencie. Tradičná žánrová a štýlová klasifikácia podľa funkčnej štylistiky nepokrýva premenlivosť „podcastových“ interakcií.

Na tvorbe podcastu sa môžu podieľať aj dvaja, prípadne viacerí podcasteri, ktorí spolu diskutujú. Štýl takýchto podcastov je hovorovejší a ich informačnosť je výrazne ovplyvnená interakciou medzi podcastermi diskutujúcimi o témach, ktoré sú im blízke. V ich rozhovoroch sa objavujú aj intertextuálne presahy, ktoré nemusia byť pre poslucháča vždy zrozumiteľné.

Monologické podcasty majú podobu komentára či referátu, v ktorom autor hovorí o nejakej téme. Vyznačujú sa pripravenosťou a často majú podobu čítaného textu. Autor sa snaží zaujať poslucháčov svojím verbálnym prejavom. Ide aj o podcasty, ktoré majú podobu recenzie, úvahy alebo rozprávaného príbehu. Podcaster výraznejšie pracuje so suprasegmentálnymi prostriedkami (melódia, tempo reči, prízvuk, dôraz).

¹¹ Viac o mediálnom jazyku pozri Sámelová, A., Stanková, M. 2018.

Ukážka č. 6:

P: leto bolo v plnom prúde, priam ideálny čas vyraziť na sibír (.) nevedela som, kam presne sa na tej sibíri vydať. no od začiatku bolo jasné ako. a tak som skoro zrána na stanici v žiline nastúpila na vlak, aby som sa po troch dňoch cesty dotrmácala tam, kde európa končí a začína ázia.¹²

Pri monologickom rozprávaní podcaster pracuje s informáciami tak, aby udržal pozornosť poslucháča. Pri epizodickom pokračovaní podcast ani nemusí mať zreteľný záver, aby vzbudil záujem o ďalšiu časť. Tvorbu a podobu podcastov môžu ovplyvniť aj poslucháči svojimi komentármi. Virtuálna bezbariérovosť prekonáva vzdialenosť či časové obmedzenia spojené s fyzickým priestorom, ale aj bezprostrednú otvorenosť reakciám recipientov (Orgoňová, Bohunická 2018: 128).

Záver

V predkladanej štúdií sme sa snažili priblížiť podcast, jeho vymedzenie a charakteristické znaky ako autenticnosť prejavu, spontánnosť, variabilnosť. Sústredili sme sa aj na úlohu tvorcu podcastov, ktorý nie je iba moderátorom, ale aj komunikantom v symetrickom (rovnocennom) vzťahu s hosťom. Asymetrickosť je typická pre spravodajské podcasty tvorené väčšími médiami (rozhlasom, televíziou, printovými médiami). Spravodajské podcasty sa vyznačujú aj pripravenosťou, formálnosťou a oficiálnosťou. Nespravodajské podcasty tvoria predovšetkým blogeri, vlogeri, laici – teda nie novinári, redaktori. Takéto podcasty sú charakteristické predovšetkým hovorovým štýlom a žánrovou hybridizáciou.

Summary

In the study, we described what a podcast is and what types of podcasts have established themselves in Slovak journalism. Percipients face a relatively new and young format, which was created thanks to the development of modern technologies. The characteristic features of podcasts are authenticity, variability, intelligibility, spontaneity, improvisation and expressiveness. The high degree of authenticity creates the impression of a personal conversation, as if the guests were discussing "at home over coffee". In monologous podcasts, which are made up of one person, on the other hand, the readiness and speech of the podcast creator is in the foreground.

¹² Ukážka z podcastu Ruské čajopitie: Vlakom až na Ural!

Literatúra

- Bajánová, N.** Dajte podcastom šancu. Stačí najst' svoju srdcovku. Dostupné z: <https://podcasty.sme.sk/c/22232840/dajte-podcastom-sancu-staci-najst-svoju-srdcovku-pise-nikola-bajanova.html#ixzz62PWa4RQF> (2020-04-26).
- Dolník, J.** *Všeobecná jazykoveda*. Bratislava: Veda, 2013.
- Kaderka, P.** Sféra mluvené mediální komunikace. In: Hoffmannová, J., Homoláč, J., Chvalovská, E., Jílková, L., Kaderka, P., Mareš, P., Mrázková, K. *Štylistika mluvené a psané češtiny*. Praha: Academia, 2016, s. 295–337.
- Lindbloom, J.** Etnometodologický prístup a príklad degradačných postupov. *Sociológia – Slovak Sociological Review*. 2004 (36/4), s. 361–376.
- Mistrík, J.** *Štylistika*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1997.
- Müllerová, O.** Úlohy moderátora v rozhlasovom diskusním pořadu Radioforum. *Naše řeč*. 1999 (82/4), s. 169–183.
- Orgoňová, O., Bohunická, A.** *Interakčná štylistika*. Bratislava: Univerzita Komenského, 2018.
- Prokopčák, T.** *Podcast nie je rádio, to vy si vyberáte* (píše Tomáš Prokopčák). Dostupné z: <https://podcasty.sme.sk/c/22232267/ako-podcasty-v-sme-takmer-nevznikli.html#ixzz62PUgjqZG> (2019-11-24).
- Sámelová, A., Stanková, M.** Some ideas on facts and no facts within media language. *EJAMP*. 2018 (6/2), s. 118–123.
- Tvrdoň, D.** *Stručné dejiny podcastov, a prečo za to môže Apple*. Dostupné z: <https://podcasty.sme.sk/c/22232563/ako-podcasty-zacali-kratka-historia-audioblogovania.html> (2019-10-15).



The article is accessible in open access mode under licence CC BY-NC-ND
Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0