

Univerzita Karlova

Filozofická fakulta

Ústav východoevropských studií

Studijní obor: Ruský jazyk a literatura

Bakalářská práce

Řečový portrét básníka-blogera na sociálních sítích

Speech portrait of a poet-blogger on social networks

Autor práce: Veronika Burešová

Vedoucí práce: Mgr. Ekaterina Rycheva, Ph.D.

2023

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

Veronika Burešová

Poděkování

Mé poděkování patří Mgr. Ekaterině Rychevě, Ph.D. za odborné vedení, trpělivost a ochotu, kterou mi v průběhu zpracování bakalářské práce věnovala.

Veronika Burešová

Abstrakt

Cílem práce je podat jazykový obraz relativně nového tvůrčího prostředí ve virtuálním internetovém prostoru. Práce se zabývá řečovými specifiky a komunikačními strategiemi básníků publikujících na sociálních sítích. Autor analyzuje rysy individuálního stylu básníka-blogera, komunikační strategie a formy prezentace básnického materiálu. V práci jsou shrnuty dostupné vědecké práce související s problematikou řečového portréту; analyzováno řečové chování básníka-blogera a metody sebe prezentace; klasifikovány expresivní prostředky používané básníkem-bloggerem a zobecněny zásady jejich používání.

Klíčová slova

Blog, básník, řečový portrét, internetová komunikace, sociální síť, komunikační strategie, jazyková analýza, řeč, blogger

Abstract

This paper aims to present a linguistic picture of a relatively new creative environment in the virtual Internet space. The thesis deals with speech specifics and communication strategies of poets publishing on social networks. The author analyses the features of the individual style of the poet-blogger, communication strategies and forms of presentation of poetic content. Available scientific works related to the issue of speech portrait are summarized in the thesis; analyzed the poet-blogger's speech behavior and methods of self-presentation; the expressive means used by the poet-blogger are classified and the principles of their use are generalized.

Keywords

Blog, poet, speech portrait, internet communication, social network, communication strategy, language analysis, speech, blogger

Obsah

Úvod.....	6
Část 1. Blog v žánrovém systému internetové komunikace	7
1.1 Charakteristika internetové komunikace	7
1.1.1 Pojem internetové komunikace.....	7
1.1.2 Žánr blogu v internetové komunikaci.....	11
1.1.3 Funkce blogů	14
1.1.4 Specifika sociální sítě Instagram	16
1.1.5 Blog jako projev veřejné osoby	18
1.2 Teoreticko-metodologické aspekty zkoumání řečového portréту	20
1.2.1 Pojem řečového portréту a jazykové osobnosti	20
1.2.2 Rozdělení řečových portréту.....	22
1.2.3 Komunikační strategie a taktiky při vytváření řečového portréту	23
1.2.4 Řečový portrét veřejné osobnosti v blogosféře	25
1.3 Ženské psaní.....	27
Část 2. Řečový portrét vybraných blogerů-básníků na Instagramu	29
2.1 Tematika a motivy básnických blogů na Instagramu.....	31
2.2 Kompozice a obsah básnických blogů na Instagramu.....	35
2.3 Jazykové a grafické výrazové prostředky básnických blogů na Instagramu.....	38
2.3.1 Jazykové výrazové prostředky.....	38
2.3.2 Grafické výrazové prostředky.....	49
Závěr	56
Použité zdroje.....	58
Přílohy.....	63

Úvod

Současná poezie má mnoho podob, jednu z nich představuje také novodobý fenomén instagramových básníků, který vybízí k hlubšímu prozkoumání. Tato bakalářská práce se zabývá řečovými specifiky internetové komunikace a analýzou rysů individuálního stylu básníka-blogera, který svoji tvorbu publikuje na populárních sociálních sítích, zejména na Instagramu. Zároveň se zaměřuje také na komunikační strategie instagramových básníků i formy prezentace básnického materiálu.

Instagram, jakožto nové tvůrčí prostředí ve virtuálním prostoru, nabízí nespočet možností sebeprezentace již nejen fotografům, jak tomu bylo při jeho vzniku, ale postupem času otevřel dveře i ostatním umělcům, mezi něž patří právě spisovatelé. Instagram můžeme považovat za jakéhosi pokrokového nástupce tradičních blogů, který se navíc stále dynamicky rozvíjí a zdá se, že jeho doba rozkvětu ještě nepominula. Tato platforma je v současnosti využívána asi miliardou uživatelů. Umožňuje snadnou a pohodlnou publikaci tvorby, a navíc přináší aktuální zpětnou vazbu od fanoušků. Jedná se o komfortní způsob, jak sdílet svoji tvorbu a nenechávat ji pouze „v šuplíku“ bez odezvy. Avšak Instagram vítá také čtenáře a nabízí mu snadný přístup k denní dávce umění, tedy konkrétně k poezii, aniž by musel hledat básnické sbírky v knihkupectvích. Poezie se navíc tímto způsobem může dostat i k těm, kteří by v dnešní uspěchané době dlouhé texty nečetli nebo by se o poezii nezajímali.

V této práci nejprve shrneme dostupné vědecké publikace a odborné lingvistické články související s problematikou řečového portréту. Hlavním **cílem** je podat komplexní řečový portrét básníků-blogerů na sociálních sítích a zobecnit zásady používání jazykových i grafických výrazových prostředků, které jsou typické pro tvorbu publikovanou na Instagramu.

Ovšem zdůraznit bychom chtěli také význam moderních forem internetové komunikace v současnosti, protože se stávají stále důležitější součástí veřejného projevu i sebeprezentace téměř každého z nás. Zároveň by tato práce měla nabídnout nový pohled na Instagram jako na relativně novou virtuální tvůrčí platformu pro spisovatele a básníky, jež poskytuje plnohodnotný prostor pro vývoj talentovaných umělců.

Metody a postupy, které byly použity v praktické části této práce, jsou blíže popsány v kapitole 2.3 Jazykové a grafické výrazové prostředky básnických blogů na Instagramu. Práce se sestává z úvodu, teoretického popisu blogu v žánrovém systému internetové komunikace a představení pojmu řečového portréту, praktické analýzy řečového portréту vybraných básníků-blogerů a závěru s výslednými poznatky a přílohou.

Část 1. Blog v žánrovém systému internetové komunikace

1.1 Charakteristika internetové komunikace

1.1.1 Pojem internetové komunikace

Během posledních třiceti let se překvapivou rychlostí zformoval zcela nový, mocný a naprosto unikátní fenomén – internet. Definovat internet jako takový není vůbec snadné. „Pojem internet (složenina předpony *inter* vyjadřující vztah mezi, a anglického *net* označujícího síť) se v tomto případě vysvětluje jako celosvětový systém navzájem propojených počítačových sítí, které propojují tzv. síťové uzly“.¹ Nejzákladnějším cílem internetu je výměna dat, jedná se o jistou podobu komunikace, která zároveň tvoří podstatu internetu.²

Internet pronikl do našich životů a stal se mnohdy neoddělitelnou součástí mnoha činností a našeho každodenního fungování, a to nejen v oblasti dorozumívání. Nalezl své využití ve sféře již zmíněné komunikace, ale také práce, vzdělávání i rekreace.³ Zásadním způsobem usnadnil a urychlil naše životy. Pro zprávy a novinky ze světa nemusíme daleko, stačí otevřít naše chytrá zařízení a přečíst si, co se událo, z pohodlí domova. Stejně tak snadný je poslech hudby, sledování filmů či čtení knih. Díky internetu máme vše hned a nadosah.

Svět kyberprostoru, do něhož spadá právě internet, se značně liší od světa reálného, přestože se s ním do určité míry překrývá. Stává se také důležitou součástí osobní prezentace mnoha lidí, kterou se budeme zabývat ještě v samostatné kapitole.⁴ V prostředí internetu je plně využit společenský proces vzájemného sdělování, jenž postupně získává novou podobu. Ve světě internetu se mezilidské komunikaci odkrývají nové možnosti, a zároveň přestávají hrát roli důležité parametry, na kterých bylo doposud pevně a neoddělitelně postaveno osobní dorozumívání. Máme na mysli v první řadě fyzické kontexty místa a času, tedy kdy a kde, se komunikace odehrává. Kyberprostor nám umožňuje navázat nepřímý kontakt napříč celým světem.

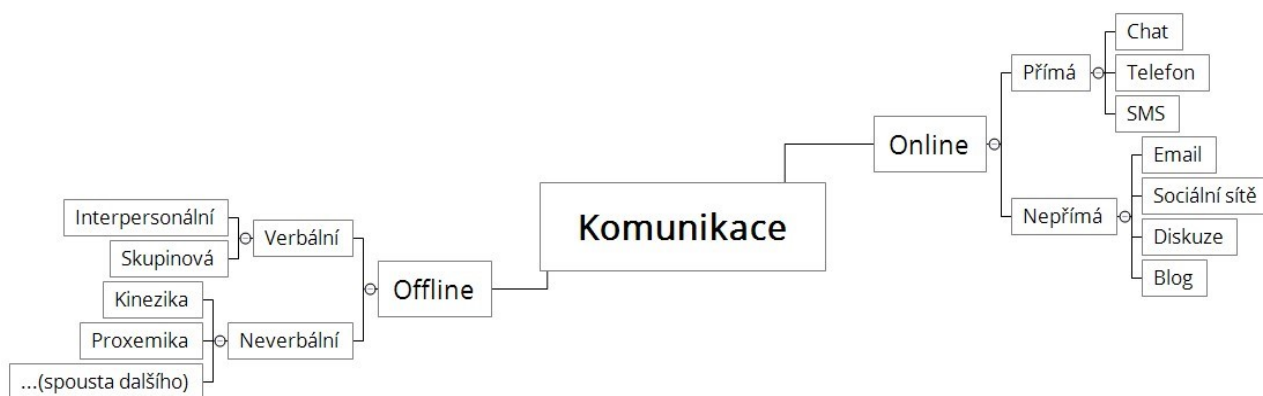
Komunikaci můžeme jednoduše rozdělit podle dvou základních způsobů průběhu: na online formu, která probíhá ve zmíněném kyberprostoru, a off-line formu, která označuje komunikaci tváří v tvář probíhající tady a teď.

¹AKADEMIE CZ.NIC. Jak na internet: Struktura internetu. *Metodický portál RVP.CZ* [online]. 6. 10. 2014 [cit. 2023-05-04]. Dostupné z: <https://clanky.rvp.cz/clanek/k/z/19213/JAK-NA-INTERNET-STRUKTURA-INTERNETU.html>

²МОРОЗОВА, О. Н. Особенности Интернет-коммуникации: определение и свойств. Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина, vol. 1, no. 5, 2010. s. 10

³KONEČNÝ, J. *Internetová komunikace – píšeme nebo mluvíme? K problematice fungování ruského jazyka ve virtuálním prostředí*, 2013. s. 7

⁴KONEČNÝ, Štěpán, et al. *Fenomén lhaní v prostředí internetu*. Masarykova univerzita, 2011. s. 6



Obrázek 1: Rozdělení komunikace⁵

Obecně je při komunikaci cílem předání určitého sdělení – komunikátor předává komunikantu skrz komunikační kanál jisté zakódované informace tzv. komuniké. Může se ovšem stát, že je sdělení nepochopeno, špatně dekodováno a komunikační akt selže.

K chybám v komunikaci může dojít v různé fázi celého procesu: ať už se jedná o nedostatky v samotném projevu mluvčího nebo nesprávné pochopení celkového vyznění. S chybami v projevu se setkáváme běžně, ne vždy však nutně znamenají selhání celého komunikačního aktu. V off-line komunikaci jde například o nesprávnou artikulaci a výslovnost určitých písmen a narušení schopnosti komunikace, jako je koktání, zadržávání nebo polykání koncovek slov. Problém může nastat také při příliš rychlém projevu nebo nedostatečné slovní zásobě.⁶

Pokud se podíváme na internetovou komunikaci, je toto možné nepochopení mezi jednotlivými participanty procesu ještě pravděpodobnější. V kyberprostoru je komunikace často odkázána pouze na verbální složku sdělení, pokud se tedy nejedná o audio a video komunikaci, a tak snadno vznikají konflikty založené na vzájemném nepochopení a neúplném porozumění.

Absence důležitých neverbálních složek napomáhajících porozumění se projevuje v online komunikaci poměrně často. Správnost pochopení usnadňuje třeba také řeč těla, jestliže tedy chybí v komunikaci mimika, pantomimika, oční kontakt či intonace, může se zásadně měnit význam sdělení. Neverbální složky komunikace absentující při internetové komunikaci jsou často nahrazovány grafickými alternativami, kterými jsou v první řadě emotikony. Tímto zajímavým novodobým prvkem internetové komunikace se ve svém článku *Komunikace prostřednictvím emotikonů*⁷ dopodrobna zabývá například Zuzana Komrsková.

Verbální internetová komunikace se po literární i jazykové stránce výrazně vzdálila od naučného stylu. Změna zasáhla jak kvalitu psaní, tak i kvantitu. Rychlost, stručnost a efektivnost,

⁵ HUBLOVÁ, Pavlína. Druhy komunikace. In: *Metodický portál RVP.CZ* [online]. 18. 11. 2011. Dostupné z: https://wiki.rvp.cz/Knihovna/1.Pedagogick%C3%BD_lexikon/K/Komunikace/Druhy_komunikace

⁶ VYMĚTAL, Jan. *Průvodce úspěšnou komunikací – efektivní komunikace v praxi*. Grada Publishing as, 2008. s. 118

⁷ KOMRSKOVÁ, Zuzana. (TBA) *Komunikace prostřednictvím emotikonů*. In: sborník z konference InterFaces 2015, Praha, s. 1–13.

kteřá je typická pro celý kyberprostor, pronikla i do způsobu psaní na internetu. Komunikace přes internet vyžaduje rychlé a zhuštěné odpovědi, aby konverzace mohla probíhat bez zbytečných prodlev, které by narušily charakteristickou pohotovou výměnu sdělovaných informací. Úspornost vyjadřování se projevuje v první řadě elipsami a inverzním slovosledem.⁸

Z důvodů potřeby urychlení výměny informací se rozšířila v internetové komunikaci *abreviace*. Zkratky jsou stále častěji využívány množstvím uživatelů různých sociálních sítí, chatů a diskusních fór, kdy nahrazují nejen jednotlivá slova, ale dokonce dokážou pojmout i celé fráze. Tyto výrazy se časem zažily a jedná se o dnes zcela běžný internetový slang.⁹

Nejznámější a nejpoužívanější výrazy pocházejí z angličtiny, uchytily se ovšem i v prostředí, kde je primární jazyk odlišný. Jako příklady můžeme uvést zkratky *LOL (Laughing out loud)* vyjadřující smích, *BRB (Be right back)*, hned budu zpět, nebo známé *BTW (By the way)*, které můžeme překládat jako mimochodem.

Zajímavé případy zkratk nalezneme také v ruskojazyčném prostředí, jež bude středem pozornosti této práce. Ruská online komunikace některé anglické zkratky přejímá a jednoduše přepisuje do azbuky bez toho, aniž by je překládala. Jedná se například o zvolání *OMГ (Oh my god)* nebo *ИМХО (In my humble opinion)*. Existují rovněž původně ruské zkratky jako *7Я (семья)*, *КМК (как мне кажется)* nebo *ЩА (сейчас)* z hovorové ruštiny.

Další jazykové prvky typické pro internetovou komunikaci představují již zmíněné a velmi rozšířené emotikony, které napomáhají vizualizaci konverzace a bez nichž by byl rozhovor podstatně chudší. Emotikon, někdy je užíván také výraz smajlík, je „grafický symbol pro vyjádření emocionální reakce (např. smíchu, radosti, smutku ap.) užívaný v elektronické komunikaci.“¹⁰ Nahrazuje slova, ale třeba také interpunkční znaménka. Objevují se rovněž věty psané velkými písmeny, které znázorňují důraz nebo křik. Neméně častá je i přemíra interpunkčních znamének, nebo naopak jejich absence.¹¹

Podoba internetové komunikace se přibližuje mluvenosti. Její specifika se projevují v rysech, jako jsou například nepřipravenost, spontánnost, jednodušší tematika, emotivnost, tzv. vycpávkové výrazy, neúplnost syntaktických konstrukcí nebo nespisovný dialekt.¹² Při elektronické

⁸ HOMOLÁČ, Jiří, Petr MAREŠ, Jana HOFFMANNOVÁ, Lucie JÍLKOVÁ, Jakub KOPECKÝ a Kamila MRÁZKOVÁ. *Míšení žánrů, stylů a diskurzů v internetové komunikaci*. Praha: Academia, 2022. Lingvistika (Academia). ISBN 978-80-200-3319-2. s. 61

⁹ FRIEDL, František. *Proměny a specifické rysy komunikace v prostředí internetu*. 2010. Diplomová práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Faculty of Applied Informatics. Vedoucí práce Opatrný, Pavel. S. 39

¹⁰ PETRÁČKOVÁ, Věra, KRAUS, Jiří. *Akademický slovník cizích slov*. Praha: Academia, 1995. ISBN 80-200-0497-1.

¹¹ ФИЛЬЦОВА, Надежда а Анастасия ЛОБОВА, ТОКАРЕВА, Юлия, ed. Точка, точка, запятая: как меняется язык в интернет-пространстве. In: *Системный Блокъ* [online]. 06.07.2022 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://sysblok.ru/linguistics/tochka-tochka-zapjataja-kak-menjaetsja-jazyk-v-internet-prostranstve/>

¹² ČMEJRKOVÁ, Světlá а Jana HOFFMANNOVÁ. *Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí*. Praha: Academia, 2011. Lingvistika (Academia). ISBN 978-80-200-1970-7. s. 35

komunikaci se zároveň prolíná rovina mluvenosti a psanosti, kdy vzniká nová jedinečná forma jazyka.

Způsob komunikace na internetu, především na sociálních sítích, se dále různí podle generační příslušnosti uživatele. Jedná se o faktor, který ovlivňuje výběr témat i jazyka příspěvků. Teenageři řeší především je samotné a používají více vulgarismů a anglicismů, pro běžné uživatele je pak důležitá rodina či společnost.¹³

Nejrozšířenějším prostředkem, díky němuž může online komunikace probíhat, je elektronická pošta, známá také pod zkratkou e-mail. Dále existují tematická internetová diskusní fóra, kam uživatelé internetu vkládají své názory. Před vznikem sociálních sítí byly také velmi oblíbeným a rozšířeným prostředkem komunikace chatovací místnosti (chaty). Lidé zde byli přítomni a připojeni pod přezdívkami, díky čemuž vzrostl pocit anonymity. Mezi další, dnes už spíše zastaralé možnosti, patří například instant messaging¹⁴, multimediální chat nebo videokonference.

Novým zajímavým psychologickým jevem, který můžeme v souvislosti s komunikací v internetovém prostředí pozorovat, je tzv. *online disinhibition effect* – do češtiny je tento pojem překládán jako efekt ztráty zábrán na síti (internetu).¹⁵ Jedná se o změnu běžného chování na internetu, což je ovlivněno hned několika faktory. Uživatel cítí v první řadě jistou anonymitu a neviditelnost, a ty mu dovolují chovat se při komunikaci v tomto prostoru více otevřeně, dochází ke ztrátě zábrán, jež by při rozhovoru z očí do očí pociťoval, a v neposlední řadě také k proměnlivosti a experimentování s identitou. To vše se do jisté míry projevuje také v uvolněné formě jazyka této komunikace.

Dalším faktorem, který zasahuje do internetové komunikace, je čas. Přestože je očekávána okamžitá odezva na odeslané zprávy a informace, uživatelé si svoje odpovědi mohou promyslet, a tak se mnohdy ztrácí přímá bezprostřední reakce a upřímná reflexe. Komunikace na internetu nemusí totiž vždy probíhat synchronně, odpověď může uživatel dostat po minutě, hodině, týdnu nebo také nikdy. Často se stává, že při rozhovoru tváří v tvář bychom řekli úplně něco jiného. Je dobré pamatovat na to, že online komunikace je stejně reálnou záležitostí jako přímá konverzace ve skutečném životě.

Díky rozvoji moderních informačních technologií dochází k rychlému přenosu informací a ke sblížení komunikačních aktérů. Internetová komunikace má proto stejnou funkci jako běžné dorozumívání založené na přímém kontaktu, a tak v ní mohou nastat tytéž chyby. Jedinečnost psaného jazyka internetové komunikace spočívá také v tom, že se v mnoha bodech přibližuje

¹³ HOMOLÁČ a spol. s. 120

¹⁴ BARON, Naomi S. Instant messaging. *Pragmatics of computer-mediated communication*, 2013, 9. s. 135

¹⁵ KONEČNÝ, Štěpán, et al. *Fenomén Ihaní v prostředí internetu*. Masarykova univerzita, 2011. s. 30

mluvenosti, a proto můžeme říct, že komunikace na internetu má hybridní – ústní a mluvený – charakter. Zároveň se vytváří určité předpoklady pro stírání všech hranic v komunikaci: mezi zeměmi, kódy, komunikací oficiální a neoficiální a objevují se tendence k hovorovosti a zvýšené dialogičnosti.

1.1.2 Žánr blogu v internetové komunikaci

S rozvojem internetu se formují rovněž nové žánry, které disponují vlastnostmi specifickými pouze pro tento virtuální prostor. Internetové stránky, jako jsou různá fóra, sociální sítě a chaty, bychom mohli označit za jednotlivé žánry mezilidské virtuální komunikace. Ovšem jedná se o poměrně nový jev a ani v základních otázkách nepadají mezi vědci shoda. A tak není divu, že žádný z těchto segmentů nebyl doposud oficiálně vyčleněn jakožto samostatný žánr internetové komunikace.

Přesto s sebou žánry internetové komunikace přináší nová pravidla, která je odlišují od tradičních ústních a písemných forem komunikace. Určité společné znaky jednotlivých žánrů vydělila L. Ju. Šipicina. V první řadě se jedná o jistou podobu ve struktuře a oficiální jednotu všech textů internetové komunikace. Dále jde o celkový obsah, jenž je předáván na dvou úrovních, a to verbální a grafické. Mezi další společné rysy patří také hypertextualita či interaktivita. Texty jsou vždy mířené na určitou skupinu lidí nebo jednotlivce, jde tedy i o kvantitu a anonymitu komunikantů.¹⁶

Jednotná klasifikace žánrů internetové komunikace sice neexistuje, avšak jedno z neoficiálních rozdělení je podáno v článku A. N. Tarasové „*Жанровое разнообразие сетевых текстов*“¹⁷. V internetovém prostoru dokázala rozlišit osm nově vzniklých žánrů, které jsou jemně propojeny společnými vlastnostmi. Jedná se o webové stránky, elektronické knihy, časopisy a noviny, e-maily, blogy, fóra, chaty, rychlé zprávy (WhatsApp, Viber apod.) a texty na sociálních sítích.

Samotný blog je také jedním z mnoha typů internetové komunikace a jedná se o sociální a komunikační fenomén. Slovo *blog* je zkrácené označení pro slovní spojení „web“ a „log“, což v překladu znamená webový zápisník. Pojem *weblog* se poprvé objevil v roce 1997. O dva roky později vznikl již známý zkrácený výraz *blog*, za nímž stál americký bloger Peter Merholz. Ten si

¹⁶ ШЛЯХОВОЙ Д.А. *Жанровые характеристики блогов как электронных средств массовой коммуникации*. Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2017. Т. 8. № 4. с. 940

¹⁷ ТАРАСОВА А.Н. *Жанровое разнообразие сетевых текстов*. Вестник Башкирского университета. vol. 19. no. 4. 2014, s. 1379

se slovy pohrál a začal užívat výraz *we blog* (blogujeme).¹⁸ Použití slovesného tvaru *to blog* neboli *blogovat* se velmi rychle rozšířilo. Člověka, který aktivně vede blog, označujeme pojmem *bloger*.

Dnes již nikdo původní název *weblog* nepoužívá. Výraz *blogovat* ovšem patřil na vrcholu slávy do slovníku všech nadšenců internetových deníků. Mluvíme o raných letech 21. století, konkrétně o roce 2004, kdy se slovo *blog* dokonce stalo slovem roku.

Když se zaměříme na aktuálnost blogů v současné době, nalezneme na internetu téměř 2 miliardy webových stránek, z čehož neuvěřitelných 600 miliónů tvoří blogy (informace se váže ke konci roku 2021).¹⁹ Je ovšem nutné uvést, že více jak polovina z nich je opuštěná, tzv. mrtvá. O tom, že klasický blog ještě nebyl úplně zatracen, vypovídá neuvěřitelných 5 tisíc publikovaných blogových příspěvků každou minutu (2021, Internet Live Stats). Z blogu se stal fenomén, který zkoumali a stále zkoumají odborníci nejen z oblasti internetu, ale i sociologie, kultury, filozofie, lingvistiky a literární vědy.²⁰

Definovat blog jako takový není vůbec snadné. Jedná se o internetový zápisník, tedy osobní deník s vlastní reflexí světa, a zároveň určitý typ webové stránky. Tak je ostatně tento pojem popsán i ve Weberově slovníku. Zároveň je každý blog sbírkou příspěvku, bez nichž by byl pouze prázdnou skořápkou a ztratil by svůj význam.²¹ Akademický slovník současné češtiny popisuje blog jako „webovou stránku, na níž jsou pravidelně publikovány příspěvky jednoho nebo více autorů na určité téma.“²²

Ani zařazení blogu není tak jednoznačné, jak se zdá. Autoři článku „*Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs*“ tvrdí, že blog není nový nebo dokonce jedinečný žánr, ale jedná se o křížence, který vzešel z mnoha prvků, včetně dalších internetových žánrů. Blog podle nich zaujímá spolu s dalšími interaktivními webovými žánry novou pozici v žánrovém systému internetu.²³

Mluvíme o velmi volném žánru, kdy bloger může se svým výtvozem nakládat v podstatě jakkoliv. Příspěvatel bývá zpravidla jeden, ale existují i blogy, které jsou pod správou více osob. Kontaktem blogera se svými čtenáři či s jinými blogy se utváří specifický typ internetové komunikace. Propojení blogů a vše, co se jich týče, je označováno jako *blogosféra*.²⁴

¹⁸ BLOOD, Rebecca. *The weblog handbook: Practical advice on creating and maintaining your blog*. Basic Books, 2002.

¹⁹ How Many Blogs Are There? (And 141 Other Blogging Stats). *GrowthBadger | Content Marketing Strategies by Kyle Byers* [online]. Copyright © GrowthBadger 2021. All Rights Reserved. [cit. 2021-11-27]. Dostupné z: <https://growthbadger.com/blog-stats/>

²⁰ MAKSIMOVA T.O. *A blog in the internet communication: structure, function, literary potential*. Bulletin of the Cherepovets State University, 2017, no. 1, s. 124-131. S. 124

²¹ ШЛЯХОВОЙ. S. 942

²² *Akademický slovník současné češtiny* [online] (2017–2023). Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, v. v. i. Cit. 23. 04. 2023. <<https://slovníkcestiny.cz>>

²³ HERRING, Susan C. *Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs* [online]. Indiana University, Bloomington, 2004 [cit. 2021-11-27]. Dostupné z: <https://www.csus.edu/indiv/s/stonerm/genreanalysisofweblogs.pdf>

²⁴ DREZNER, D., FARRELL, H. *The power and politics of blogs*. 2004. s. 3. [online]. [cit. 2022-04-05]. Dostupné z: <https://courses.cs.duke.edu/spring05/cps182s/readings/blogpowerpolitics.pdf>

Charakteristická pro blogy je častá aktualizace příspěvků a jejich obrácené chronologické uspořádání. Starší, méně aktuální příspěvky se pak ukládají v archivu. Narazíme také na tzv. *blogroll* – odkazy na jiné, oblíbené nebo spřízněné blogy a související dotazy.²⁵

Typickými rysy internetového deníku se zabýval Pavel Kasík ve své práci „*Nástup blogů na českou mediální scénu*“²⁶. Označuje blogy za dvojsečné, a to z toho důvodu, že jejich nejlepší vlastnosti jsou zároveň i těmi nejhoršími. Ukážeme si několik případů, kdy jsou rysy blogů nejednoznačné. Konkrétně se jedná o otevřenost novým blogerům – blogovat může každý a vzniká spousta blogů pouze na zkoušku, přičemž většina z nich zůstane neaktivní, mrtvá. Dále je řeč o minimální cenzuře, kdy každý může publikovat v podstatě libovolný obsah. Blogy se také stávají terčem obchodních společností, které postupně komercializují jejich obsah a využívají je k propagaci svých výrobků.

Stejně rozporuplná a nejednoznačná je i možná anonymita, v níž se bloger může rozhodnout zůstat. Autoři mohou své texty publikovat pod svým jménem, pseudonymem, nebo zůstat v naprosté anonymitě. V mnoha případech se ale tvůrci blogu snaží z anonymity vystoupit, aby jim vzrostla důvěryhodnost a minimalizoval se tak strach z anonymní komunikace.²⁷ Na druhou stranu, pokud bloger svoji identitu tají, mnohdy na sebe prozradí mnohem víc a zveřejní kontroverznější názory.

Blogeri se většinou snaží dodržovat pravidla pravopisu, avšak ve srovnání s oficiálními internetovými stránkami se od jazykové normy odklánějí častěji. Zejména pak u soukromých blogů můžeme pozorovat výraznější odchylky. Jak už bylo zmíněno obecně u internetové komunikace, i blogy využívají různá jazyková specifika pro upoutání čtenářovy pozornosti. Jedná se například o psaní slov velkými písmeny, opakování písmen ve slově, vynechávání interpunkce a emotikony.²⁸

V rámci blogů můžeme rozlišit další jednotlivé subžánry či mikrožánry, z nichž některé mají dnes již ustálenou podobu. Jednat se může například o fotografii jídla připraveného ke konzumaci s popiskem, o prezentaci nakoupeného zboží (*haul*) nebo o návody na nejrůznější činnosti (*tutorial*) a mnoho dalších.²⁹

Blog můžeme vnímat jako jakýsi přetvořený hybridní žánr internetové komunikace navazující a rozšiřující webové stránky. Jeho podoba se neustále mění a přetváří, a tak je stále co zkoumat. Blogy jako takové se v posledních letech přesunuly na novodobé sociální sítě, kde mezi uživateli získávají stále větší podporu, popularitu, a především aktivní čtenáře.

²⁵ DREZNER. s. 7

²⁶ KASÍK, Pavel. *Nástup blogů na českou mediální scénu*. Praha, 2008. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Šmíd, Milan.

²⁷ KASÍK. S. 56

²⁸ ПЛЯХОВОЙ. s. 942

²⁹ HOMOLÁČ a spol. s. 78

1.1.3 Funkce blogů

Blogy se liší svojí formou (např. textový blog, videoblog, fotoblog atd.) a slouží různým účelům. Z rozmanitých druhů blogů pak vychází jejich odlišné funkce. Nutno podotknout, že jeden blog může spadat hned do několika různých kategorií, a tudíž disponovat několika rozličnými funkcemi.

Blogy rozdělila již v roce 2002 Rebecca Blood podle typu příspěvků a tématu na filtry (filters), osobní deníky a zápisníky.³⁰ Filtry zprostředkovávají odkazy na další zajímavé stránky a obecně na externí obsah na internetu. Dvě zbylé kategorie obsahují příspěvky interního charakteru, a to jsou například události z osobního života, vztahy, rodina, zdraví a mnoho dalších.

Můžeme rozlišovat komerční a nekomerční blogy, kdy u těch komerčních bývají využívány texty psané na zakázku (*ghostwriting*). Komerční blogy patří malým i větším společnostem, politikům nebo jiným veřejně známým lidem, u nichž je těžké rozpoznat, zda používají autorské články. Ale protože je práce soustředěná spíše na osobní tvorbu jedinců, oficiální komerční blogy nás nebudou až tolik zajímat.

Další typické dělení je podle obecného tématu na osobní a profesní blogy. Osobní blogy jsou skutečně jakýmsi internetovým deníčkem a blogger do nich zaznamenává každodenní témata, zatímco profesní blogy rozebírají aktuální palčivé otázky a témata zajímavá pro širší společnost. Podle obsahu můžeme dále rozdělovat blogy na firemní, politické, cestovatelské, vzdělávací, blogy o zdraví, nebo třeba i literární.³¹

Funkce blogů do určité míry korespondují s obecnými funkcemi internetu. Blog může mít v první řadě funkci informační. Takový blog podává čtenářům důležité informace z určité oblasti zájmu, a dokonce mnohdy přispívá ke vzdělávání svých čtenářů. Obsah může mít oficiální podobu a poskytovat oficiální projevy známých osobností či běh každodenních událostí ve společnosti z jednoho regionu. Nebo to naopak mohou být informace užitečné pro čtenáře ze subjektivního pohledu autora. V čele informačního blogu může stát jedna osoba, ale i kolektiv autorů. Informace jsou předávány skrze posty v podobě zpráv, reportáží, nekrologů a dalších.³²

U firemních webových zápisníků jsme již trochu zabrousili do marketingové oblasti, která je součástí většiny soudobých blogů. Zde se jedná o blogy s informacemi reklamního charakteru.³³

³⁰ BLOOD, Rebecca. *The weblog handbook: Practical advice on creating and maintaining your blog*. Basic Books, 2002.

³¹ VÁVRA, Aleš. *Blog jako nástroj self-promotion: možnosti, příklady, náměty, doporučení*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2010, 52 s. 1 s. Dostupné také z: <http://hdl.handle.net/10563/13358>. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací, Ústav marketingových komunikací. Vedoucí práce Křížek, Zdeněk. s. 17–21

³² ШЛЯХОВОЙ. s. 942

³³ МОРОСЛИН, П. В. *Структурно-семантические параметры веб-блоггов как особого речевого жанра*. Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки, no. 12, 2009, s. 335

Blogy politické pak zprostředkovávají politické kampaně, virtuální politiku (politika odehrávající se v mediálním světě³⁴) a nabízí přehled o současném i historickém politickém dění.

Mezi další funkce spadá také funkce analytická. Analytické blogy za pomoci analytických postů (komentářů, esejů, ratingů, rozhovorů, prognóz, ...) rozebírají určitá témata a snaží se vyvodit jasné závěry a odpovědi na položené otázky a následně je srozumitelným způsobem předat čtenáři.

Jak již bylo zmíněno, některé blogy i nadále skutečně plní svoje prvotní míněné určení, a to funkci osobního deníku. A není divu, blogování a sdílení osobních informací a prožitků přispívá k uvolnění emocionálního a nervového napětí autora a rovněž k vyjádření sebe sama.³⁵ Od klasického deníkového záznamu se ten blogový liší zásadním způsobem. Jde o záměrnou orientaci vlastního textu na čtenáře, kdy autor deníkového blogu počítá s tím, že jeho intimní zápisky budou postaveny před určitou skupinu čtenářů, ať už autorovi známou či nahodilou.³⁶ Zde před tvůrcem deníkového blogu leží principiální otázka ohledně jeho anonymity: autor musí promyslet, zda jeho identita zůstane před čtenáři skrytá.

Blogy mohou mít i konsolidační a socializační funkci. Slouží jako médium, které vzájemně propojuje lidi se stejnými zájmy. Tak vznikají virtuální komunity a skupiny, které fungují pro navazování kontaktů, utváření nových sociálních vazeb a vzájemnou komunikaci s ostatními uživateli blogu.

Nás však budou zajímat především ty blogy, jež plní funkci estetickou. A nejedná se pouze o literární zápisníky, velice populární jsou v posledních letech čistě vizuální fotoblogy a videoblogy, na kterých nalezneme pouze minimum textu například v podobě popisků.

Tvůrčí literární internetové zápisníky obsahují posty, které lze žánrově zařadit mezi fejetony, pamflety, epitafy, anekdoty, satirické komentáře, parodie a mnoho dalších. Své výsadní místo si ale také zaslouží básnická tvorba, která se stejně jako jiné umělecky (graficky) zaměřené blogy přesunula z webových blogů na moderní sociální sítě. A protože v současnosti využívá přibližně 50 % světové populace alespoň některé ze sociálních sítí, dostává se tak autorské tvorbě hojný ohlas a náležitá zpětná vazba, která autory povzbuzuje k další práci.

Blogy se staly populární především díky jejich široké škále funkcí a využití. Jejich většinový přesun na sociální sítě umožňuje ještě více příležitostí ke sdílení, vytváření nových kontaktů a osobnímu i tvůrčímu rozvoji.

³⁴ PEHE, Jiří. Žijeme ve světě virtuální politiky. *Jiří Pehe: politický analytik a autor knih o politice i beletrie* [online]. 20. 1. 1999 [cit. 2023-05-04]. Dostupné z: <https://pehe.cz/1999/01/20/zijeme-ve-svete-virtualni-politiky/>

³⁵ МОРОСЛИН. s. 335

³⁶ ШЛЯХОВОЙ. s. 946

1.1.4 Specifika sociální sítě Instagram

Doposud jsme se obecně zabývali webovými blogy. Ty jsou ale postupně nahrazovány osobními deníky na sociálních sítích. Máme na mysli novodobé sociální sítě na internetu, které se začaly vyvíjet v prvním desetiletí 21. století. „Jedná se o webové stránky nebo počítačové programy, které umožňují lidem komunikovat a sdílet informace na internetu pomocí počítače nebo mobilního telefonu.“³⁷

Sociální sítě do jisté míry navazují na původní webové blogy, avšak nabízí navíc i jiné služby a nové možnosti. Právě díky jejich *multifunkčnosti* (široké škále možností a chytrých funkcí) rapidně roste jejich atraktivita a popularita. Sociální sítě navíc vynikají i svojí *multižánrovostí* – pojímají nejenom jeden, ale hned několik žánrů internetové komunikace. Běžně umožňují přidávat třeba komentáře, dotazníky, ankety, příspěvky na zeď nebo také posílat soukromé zprávy skrze chaty. Lidé s jejich pomocí velmi snadno a pohodlně komunikují, sdílí své životy a každodenní zážitky, chtějí vidět, být viděni, mít přehled o soukromí svých blízkých a nahlédnout do osobního života celebrit, ale i naprosto cizích lidí.³⁸

Předpokladem užívání těchto sítí je vytvoření profilu, který bude totožný s vaší identitou. Od webových blogů se odlišují tím, že jsou založeny na vzájemných vztazích mezi uživateli, a ne tolik na vytvořeném a sdíleném obsahu. Ve virtuálním prostoru sociálních sítí se navíc vytvářejí a organizují nové a komplexní struktury sociálních vztahů a vznikají rovněž celé síťové komunity.

Mezi nejznámější a nejrozšířenější sociální sítě na celém světě v současnosti stále patří Facebook³⁹, jenž disponuje zhruba 2 miliardami aktivních uživatelů, následuje YouTube a Twitter. Nás však bude zajímat zejména Instagram, na který se zaměříme podrobněji.

Instagram⁴⁰ se zrodil v roce 2010 jako aplikace pro chytré telefony a za jeho vývojem stáli Kevin Systrom s Mikem Kriegerem. Současně tuto platformu vlastní společnost Meta (dříve známá jako Facebook). Jedná se o sociální síť, která byla původně zaměřena pouze na pořizování, editaci a sdílení fotografií a videí. Ovšem během krátké doby se přeměnila v platformu, která umožňuje nejen zveřejňování médií, ale také komunikaci, vzdělávání a propagaci značek i služeb. Specifický jazyk internetové komunikace můžeme tudíž pozorovat jak v osobních konverzacích, tak i při veřejném či soukromém sdílení příspěvků.

Instagram jako sociální síť je možné z technologického vývojového hlediska klasifikovat jako web 2.0, protože ho dynamicky tvoří a edituje velké množství uživatelů. Zároveň je blog na

³⁷ Překlad autorky. Social network. In: *Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus* © Cambridge University Press [online]. 2023 [cit. 2023-05-04]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/social-network>

³⁸ ТАРАСОВА А.Н. *Жанровое разнообразие сетевых текстов*. Вестник Башкирского университета. vol. 19. no. 4. 2014.

³⁹ <https://www.facebook.com/>

⁴⁰ <https://www.instagram.com/>

Instagramu i Instagram samotný považován za interaktivní a bezprostřední hyperžánr, který se vyznačuje hypertextualitou.⁴¹

Instagramový blogový záznam obsahuje obrázek či video a současně také textovou složku (tzn. popisek zahrnující související hashtagy, zmínky a komentáře v maximální délce 2 200 znaků včetně mezer a emoji). Každý příspěvek může obsahovat 1–10 fotografií či videí (ta nesmí být delší než 1 minuta). Zároveň lze od roku 2016 publikovat i jednoduché denní vhledy do vašeho života za pomoci funkce *Stories* neboli instagramových příběhů, které se zobrazují pouze 24 hodin.

Poměrně novinkou je pak kategorie Reels, v níž naleznete krátká videa v délce 15-60 sekund, jež uživatelům umožňují pohodlně vytvářet krátké kreativní filmy s různými vizuálními efekty, hudbou a textem. Reels byly na Instagram poprvé uvedeny v roce 2020 a můžeme je považovat za jistou konkurenci pro další novodobou sociální síť, kterou je TikTok. Kombinace těchto vizuálních příspěvků a autorských textů dává prostor pro vznik zcela nové a originální blogosféry.

Uživatelé mohou cizí příspěvky „lajkovat“, tedy dát „like“ (něco jako hlas) svému favoritovi⁴² a podpořit ho, ale posty mohou také komentovat nebo ukládat na své úložiště v aplikaci. Cílem autora je dostat se na vrchol popularity a sledovanosti, tzn. získat co největší počet sledujících, ale také lajků a komentářů a sdílení. Autoři chtějí, aby jejich příspěvky měly co nejširší dosah.

Můžeme se ptát, zda vůbec mají instagramové blogy textovou povahu. Tuto myšlenku rozvedla E. S. Bělkina ve své práci o blozích na Instagramu a dochází k závěr, že definice textu jsou dnes natolik různorodé, flexibilní a proměnlivé, že se k nim s klidným srdcem mohou řadit i instagramové příspěvky.⁴³

Pro příspěvek na Instagramu je vizuální obsah povinný, textová složka je spíše dobrovolná. Naopak starší „klasické“ sociální sítě jako Facebook a VKontakte uživatele nenutí přidávat obrázky a fotografie do příspěvků.

Bloger si může vybrat z několika typů *sebeprezentace*. Jedná se o tři varianty účtu (sady nástrojů pro tvorbu profilu): osobní, podnikatelské a tvůrčí. Ty umožňují sdílet obsah s různými skupinami uživatelů Instagramu, ovšem označení je spíše formální, protože název ne vždy odpovídá skutečnému využití instagramového účtu či povolání autora.

Obchodním účtům jsou k dispozici další funkce, jež napomáhají k hladkému průběhu jejich podnikání (například tlačítko s e-mailem či přesměrování na hovor), navíc správci obchodního

⁴¹ ГОНЧАРОВА, М. А. *Виды блогов в социальной сети "Инстаграм"*. Поволжский педагогический вестник, vol. 10, no. 1 (34), 2022, s. 79.

⁴² *Internetová jazyková příručka* [online] (2008–2023). Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, v. v. i. Cit. 23. 4. 2023. <https://prirucka.ujc.cas.cz>.

⁴³ БЕЛКИНА, Е. *Блог в сети "Инстаграм" как компьютерно-опосредованный текст*. Поволжский педагогический вестник, vol. 8, no. 2 (27), 2020, s. 11

instagramového profilu mohou sledovat statistiky, návštěvnost jejich stránek a propagovat své příspěvky. Narozdíl od webových stránek jsou profesionální (podnikatelské) účty na Instagramu spíše odrazem procesu, průběhu činnosti, náhledem do zákulisí podniků, nikoliv výsledkem úsilí (pouhou výstavou výsledných produktů).⁴⁴

Další možné rozdělení se řídí postojem autora blogu a jeho přístupem k blogování. Buď je blogování jeho koníčkem, tedy pouze volnočasovou zábavu, která je čistě pro jeho potěšení, nebo představuje oficiální profesi a slouží jako hlavní zdroj příjmu.⁴⁵ Blogy se liší také tematickým zaměřením, přičemž blogy, které spojuje stejné téma, nemusí mít podobnou strukturu a jazykovou úpravu. Instagramové blogy se snaží o originalitu, chytlavý obsah, a především vizuální přitažlivost.

Instagram se neustále vyvíjí, upgraduje a rozšiřuje své funkce, aby zaujal co nejvíce lidí a udržel si tak okruh svých uživatelů. Narozdíl od Facebooku se prozatím drží na předních příčkách v oblíbenosti mezi uživateli sociálních sítí. Blogy na této platformě se tvoří velice snadno a intuitivně, navíc jsou díky kratšímu obsahu chytlavé a pohodlné pro čtenáře. Do určité míry mají jednotný vizuální styl. Instagram je blogerům, firmám a umělcům otevřený a snaží se jim vyjít vstříc a poskytnout jim co nejlepší prostředky a možnosti pro publikaci své práce a získání nových příznivců.

1.1.5 Blog jako projev veřejné osoby

Internet a žánry internetové komunikace představují v současnosti hlavní prostředek k vyjádření a budování identity, slouží především k *sebe prezentaci* a *sebeidentifikaci*. Staly se součástí každodenního života a cestou, jež ulehčuje běžnou komunikaci, a tak se obrovské množství populace nechalo zlákat zajímavými možnostmi blogů, v současnosti tedy spíše přednostmi sociálních sítí. Lidé si založili nové profily, stali se aktivními uživateli sociálních sítí nebo se rozhodli přispívat na blogy.

Uživatelský účet na jakékoliv internetové platformě odráží reálné *já* uživatele do té míry, do jaké to jen on sám dovolí. Nezanedbatelná je opět i anonymita virtuálního prostoru, díky níž se uživatel může představit pod jakoukoliv identitou, ať už vlastní nebo nově vytvořenou. Internet je široké virtuální prostranství, které umožňuje jednat svobodně a povětšinou beztretně, a tak odraz každé reálné osobnosti může být lehce překroucen, přikrášlen či zdeformován. Ne zřídka se stává, že je uživatelský profil zcela smyšlený.

Profily na sociálních sítích by však měly demonstrovat především pozitivní a pravdivé *image* osoby v online prostoru. Charakter a chování uživatele lze do jisté míry předvídat již na základě vyjadřování a řečového portréty, skrze který se daná osoba na internetu prezentuje.

⁴⁴ ГОИЧАРОБА. s. 81

⁴⁵ ГОИЧАРОБА. s. 77.

Sebeprezentace může být záměrná či nevědomá. Záměrnou sebeprezentaci skvěle demonstrují například texty ze sekce „o mně“, kde uživatel předkládá základní informace o své osobě. Tuto sekci nalezneme nejen u blogů, ale i na sociálních sítích a existují již určitá zaběhnutá pravidla, jak ji psát.⁴⁶

Blog, ať už webový nebo ten na sociální síti, je zrcadlo autora, odraz jeho identity a osobnosti. V posledních letech se více jak kdy dříve ukazuje, jak trendy je spravovat svůj osobní blog. Skrze blogy se prezentují nejen známé veřejné osobnosti, ale také běžní lidé bez zástupů fanoušků. Uživatelé si budují a udržují pozitivní image za pomoci příspěvků, v nichž sdílí každodenní život se svými fanoušky, publikují svoji tvorbu či produkty, ale předně poskytují odraz toho, kým v reálném životě jsou, za koho se vydávají, případně kým by chtěli být.

I obyčejní uživatelé Instagramu se mohou stát celebritami právě za pomoci instagramového blogu. Popularitu těchto osobností určuje oblíbenost a návštěvnost jejich profilů, které mohou samozřejmě různě tematicky zaměřené.

Nezřídka se stává, že uživatelé přizpůsobují své soukromí a přesunují svůj účet ze soukromého na veřejný jen proto, aby jejich příspěvky měly široký dosah a vzbudily co největší ohlas. Tím se uživatelé ocitají ve sféře *public relations*, což je ale také smyslem existence sociálních sítí.⁴⁷ Soukromý účet je určen pro uživatele, kteří směřují své příspěvky na nejbližší okolí a chtějí si hlídat, kdo vidí obsah jejich profilu. Každý další instagramový účet, který chce sledovat uživatel se soukromým profilem, musí zažádat dotyčného o povolení ke sledování a jeho žádosti musí být vyhověno. V případě soukromého profilu nemá přístup k obsahu a publikovaným příspěvkům daného účtu nikdo jiný než potvrzené účty sledujících.

Jednou z mnoha základních součástí Instagramu jsou mimo vizuálních příspěvků a popisků také „#“ („*hashtagy*“), které se na Instagram rozšířily z jiné sociální sítě, konkrétně z Twitteru. Právě tato zdánlivě bezvýznamná slovíčka napsaná za symbolem mřížky dokážou propojit uživatele s novými příznivci jejich blogu, tedy rozšířit jejich mikro veřejnost na širší publikum.⁴⁸

Nejčastěji se jako *hashtagy* píšou klíčová slova daného příspěvku. Referují o postoji uživatele a jeho zájmech, a tak se díky nim mohou najít a spojit profily se stejnými zájmy. Rovněž třídí příspěvků podle tématu a událostí. Ovšem na Instagramu slouží především k propojení obrázku s textem a vybízejí čtenáře k zamyšlení nad hlubším kontextem a skrytým příběhem na pozadí.⁴⁹

⁴⁶ БОНДАРЬКОВА, А. В. *Самопрезентация как особый интернет-жанр (на материале русскоязычных блогов)*. Вопросы психолингвистики, no. 19, 2014, s. 78

⁴⁷ BARBOUR, K., LEE, K., MOORE, C. *Online Persona Research: An Instagram Case Study*. *Persona Studies*, 2017, 3(2), 1–12. [online]. Dostupné z: <https://doi.org/10.21153/ps2017vol3no2art710>. s. 2

⁴⁸ MARSHALL, P. D. *Persona Studies: mapping the proliferation of the public self*. *Journalism*, 2014, vol. 15, no. 2, s. 153-170

⁴⁹ #hashtag jako trend současnosti. *Ecommerce magazin Ecommerce Bridge* [online]. Copyright © 2018 [cit. 15.06.2022]. Dostupné z: <https://www.ecommercebridge.cz/hashtag-jako-trend-soucasnosti/>

Co se však jeví jako zásadní je to, že jsou hashtagy zcela flexibilní, a tak se skrze ně může projevit i osobnost autora instagramového blogu. Je pouze na něm, pro jakou relaci mezi obrázkem a hashtagem se rozhodne. Správná volba vzájemné souvislosti mu umožní prezentovat příspěvek s neskrývavým sarkasmem, vytříbeným humorem či nenápadným politickým pozadím a projevit naplno svoji osobnost může za použití hashtagu i dalšími směry.⁵⁰

Zmínky na Instagramu pomáhají propojit jednotlivé uživatele napříč celou sociální sítí. Jejich vytvoření je snadné: zmínit některého z uživatelů je možné pomocí znaku „@“ a jména uživatele bez mezery. Označenému uživateli přijde upozornění do seznamu chatů či přímo do sekce Upozornění.⁵¹ Zmiňovat je možné v přidávaných Stories, příspěvcích, ale i v komentářích u příspěvků jiných uživatelů.

Instagram se jeví jako moderní platforma, která umožňuje snadno vybudovat či podpořit pozitivní image v komunitě příznivců daného instagramového blogu či rozšířit vliv. Charakter uživatele se projevuje nejen za pomoci sdílených fotografií a textové složky v popiscích, ale také přidáním k příspěvku patřičného relevantního hashtagu.

1.2 Teoreticko-metodologické aspekty zkoumání řečového portréту

1.2.1 Pojem řečového portréту a jazykové osobnosti

Řečový portrét a jazyková osobnost jsou dva úzce spjaté pojmy. Na řečový portrét i jazykovou osobnost, stejně jako na internetovou komunikaci a spoustu dalších lingvisticko-sociálních jevů, neexistuje jeden totožný pohled a jsou lingvisty chápány různě. Nevystihuje je tedy jednotná, všeobecně uznávaná a přijímaná definice. Co si tedy pod těmito pojmy představit?

Současná odborná literatura definuje řečový portrét jako jistý způsob komunikace neboli přenos informací od člověka k člověku. Je možné tvrdit, že se jedná o specifickou formu interakce mezi lidmi, uskutečňovanou především pomocí jazyka, během jejich činností.⁵² Ovšem definic je mnohem více. Jednu vytvořil například i L. P. Krysin, podle něhož je řečový portrét jisté lingvistické (jazykové) chování představené v určité formě, jež vytváří určitý obraz (model) jazykové osobnosti.⁵³

K řečovému portréту lze přistupovat individuálně, jako to udělal J. N. Karaulov ve své knize „*Russkij jazyk i jazykovaja ličnost*“⁵⁴. Definuje zde pojem *řečového portréту* za pomoci *jazykové*

⁵⁰ BARBOUR, K., LEE, K., MOORE, C. *Online Persona Research: An Instagram Case Study*. *Persona Studies*, 2017, 3(2), 1–12. [online]. Dostupné z: <https://doi.org/10.21153/ps2017vol3no2art710>. s. 2

⁵¹ Zmínky. In: *Centrum nápovědy* [online]. Meta, 2023 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/help/instagram/155836729777457>

⁵² ПАВЛЫЧЕВА, Е. Д. *Характеристика особенностей понятия «речевой портрет»*. Вестник МГОУ. Серия: Лингвистика. 2015. No 6. s. 111

⁵³ ПАВЛЫЧЕВА. s. 111

⁵⁴ КАРАУЛОВ Ю. Н. *Русский язык и языковая личность*. М.: Наука, 1987.

osobnosti a jako jeden z prvních vůbec začleňuje jazykovou osobnost mezi ostatní lingvistické pojmy a nebojí se ho také užívat.

Řečový portrét lze podle Karaulova definovat jako „soubor schopností a vlastností člověka, díky nimž je člověk schopný tvořit a vnímat řečová díla (texty)“⁵⁵ a tvrdí, že za každým textem stojí jazyková osoba, jež si osvojila jazykový systém. Propojuje tedy schopnosti člověka se specifickými rysy (jím vytvořených) děl.⁵⁶ Každý z nás má zcela jedinečný a unikátní řečový portrét, jenž je ovlivněn mnoha vnějšími i vnitřními faktory.

Druhý přístup se snaží vytvořit řečový portrét společnosti skrze charakteristickou komunikaci jednotlivce, který je součástí daného společenství a přejímá tak některé kolektivní jazykové rysy. Podle T. P. Tarasenko řečový portrét označuje soubor jazykových a řečových charakteristik jedince nebo určité společnosti v určité periodě, přičemž je řečový portrét ovlivněn věkem a pohlavím jedince, ale také dalšími psychologickými, sociálními či jazykovými aspekty, a dokonce etnokulturními tradicemi a zvyky.⁵⁷

E. D. Pavlyčeva vytvořila na základě syntézy existujících definic v literatuře svůj vlastní popis, ve kterém je řečový portrét předložen jako otevřený soubor osobnostních, komunikačních a jazykových rysů jedince, který je schopný provádět analytické operace a odráží kolektivní popis představitele libovolné kultury.⁵⁸ Tento postup může být aplikován na zástupce jakékoliv kultury a následný rozbor řečového portréту přinese obraz jazyka dané kultury.

S řečovým portrétem se pojí nové (druhé) pojmy, jako je *jazykový portrét*, *komunikační portrét*, *řečová charakteristika*, *řečové chování* či *lingvokulturní typ*. Řečová charakteristika v literárním pojetí ukazuje na specifický výběr slov a výrazů každého z protagonisty v literárním díle. Řečové chování je spíše předmětem sociolingvistiky a souvisí s výběrem vhodných výrazů a jazykových obrátů pro sestavení společensky korektního projevu.⁵⁹ Tyto pojmy nám umožňují podrobněji popsat a pochopit jazykové a komunikační vlastnosti jedinců i kultur.

V závislosti na subjektivním vnímání definice řečového portréту pak mezi lingvisty dochází k záměně termínů „jazykový portrét“ a „komunikační portrét“ a mnohdy je považují za synonyma k „řečovému portréту“.

K záměně termínů nedochází pouze u řečového portréту. Setkáme se také se záměnou pojmů *jazyková osobnost* a *komunikační osobnost*. Někteří lingvisté tyto pojmy považují za synonymní, a

⁵⁵ КАРАУЛОВ Ю. Н. s. 257

⁵⁶ БАБУШКИНА Е. А. *Речевой портрет личности: фонетические характеристики*. Вестник Бурятского государственного университета. Язык. Литература. Культура, 2012, 11. s. 7

⁵⁷ БАБУШКИНА. s. 7

⁵⁸ ПАВЛЫЧЕВА. s. 114

⁵⁹ ПАВЛЫЧЕВА. s. 111

tak s nimi i pracují ve svých odborných publikacích (S. G. Vorkačev, V. V. Skolova, S. S. Galsyan), jiní některou z jednotek nadřazují a přiřkládají jí širší a obecnější význam.⁶⁰

Jazyková osobnost je bezprostředně svázána s kulturou a je tvořena zažitými vzorci chování a vnímání světa a taktéž systémem kulturních hodnot, mezi něž patří třeba prostor, čas, právo, smrt atd.⁶¹ V jazykové osobnosti se kloubí jak určitý sociální typ, tak i specifické normy národního jazyka.

Řečový portrét a jazyková osobnost představují aktuální, stěžejní a široké pojmy lingvistiky, přestože jejich jednotné a všemi uznávané definice jsou stále v procesu. Jak za chvíli zjistíme, hrají roli jak ve skutečném životě, tak i v beletrii. Charakteristické rysy řečového portréту se liší nejen v závislosti na jedinci, ale také na kultuře, se kterou se daná osoba identifikuje.

1.2.2 Rozdělení řečových portrétů

V ruské lingvistice se jazykové osobnosti a řečovému portréту věnoval nejen J. N. Karaulov, ale také ruský lingvista a literární vědec V. V. Vinogradov, který přináší dva přístupy pro zkoumání této oblasti – na jedné straně stojí jazyková osobnost autora a na druhé pak jazyková osobnost postavy.

Problematika řečového portréту a jazykové osobnosti je totiž významná nejen v projevech skutečných osobností, ale také v beletrii, kde se pečlivý výběr jazykových prostředků podepisuje na vyjadřování postav a pomáhá rozlišovat jednotlivé protagonisty děl.

Při tvorbě jazykové osobnosti fiktivní postavy jí autor literárního díla dává určitou řečovou charakteristiku, kterou se následně snaží zachovat až do konce příběhu. Ta může být mnohdy velmi osobitá a netradiční. Někteří autoři předkládají čtenáři skrze postavy dokonce nové lexikální jednotky, aby zdůraznili jejich individualitu a jedinečnost. Tím pomáhají vytvořit hluboký nezapomenutelný obraz a zajímavé dílo.⁶² Tvorba jazykové osobnosti ovšem není podstatná pouze pro vytvoření jedinečného literárního díla, věrohodný řečový portrét je významnou součástí rovněž postav v kinematografii.

Ovšem Vinogradov neskončil pouze u tohoto jednoduchého modelu, vytvořil také šest typů řečových portrétů, mezi něž patří spisovný, dialektový, hovorový, oficiální (úřednický), vědecký a umělecký typ.⁶³ Jedná se o základní klasifikaci mluvy, přičemž každý typ se vyznačuje

⁶⁰ АРИСКИНА, О. Л., ДРЯНГИНА, Е. А. *Языковая и коммуникативная личность: различные подходы к исследованию*. Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. No 25 (240). 2011. Вып. 58. s. 15

⁶¹ КНАЙДАРОВНА, U. S. *Speech Portrait Of A Hero From The Point Of View Of Linguistics*. Conferencea, 2023, s. 62

⁶² KALINYUK O. O., YUDINA O. N. *The Role Of The Speech Portrait In Creating The Protagonist's Image*. Сучасні студії з романської і германської філології, Одеса, 15 травня 2020 року. s. 109

⁶³ VINOGRADOV, V. V. *Русский язык: Введение в изучение языка и культуры*. М.: Высшая школа, 1981. s. 235-240

specifickými jazykovými rysy a charakteristikami, jež se vyskytují v určitých situacích a prostředích.

A. A. Reformatskij ve svém článku „*Четыре типа речевых портретов*“ (Čtyři typy řečových portrétů) přichází s rozdělením na portrét mluvčího, posluchače, tlumočníka a spisovatele.⁶⁴ Zajímavý je zejména třetí typ – řečový portrét tlumočníka, který se zaměřuje na jazykové a kulturní rozdíly mezi mluvčím a posluchačem. Pozornost je věnována tomu, jak tlumočnick tyto rozdíly překonává a zajišťuje efektivní komunikaci.

Vraťme se nyní k J. N. Karaulovi, který se dopodrobna zabýval pojetím jazykové osobnosti a jejími různými strukturami. Vytvořil komplexní třístupňový model, v němž popisuje jednotlivé vrstvy jazykové identity.⁶⁵ Tento model se stal důležitým nástrojem zejména v oblasti psycholingvistiky.

Jako první se nabízí verbálně-sémantická rovina, jež odráží úroveň jazykové kompetence jedince po stránce fonetické, gramatické, lexikální a syntaktické. Karaulov zdůrazňuje důležitost lexikálních dovedností, které umožňují jedinci vyjadřovat se jasně, jednoznačně a srozumitelně.

Druhá je pak jazykově-kognitivní úroveň, kde probíhá aktualizace a identifikace jedince se světem. Dochází k vytvoření kolektivního či individuálního kognitivního prostoru.⁶⁶ Na této úrovni se zrcadlí svět jazykové osobnosti, který zahrnuje myšlenky, pojmy, ideje, představy a hodnoty a ty se následně rozvíjejí do více či méně uspořádaného, systematizovaného obrazu světa.

Poslední vrstva představuje pragmatickou neboli motivační úroveň, do které spadají jednotlivé složky jako cíle, motivy, zájmy a postoje, jež se následně projevují nejen při vytváření, ale i porozumění textů, a zároveň usměrňují vývoj jazykové osobnosti.

Jednotlivé vrstvy jazykové osobnosti se prolínají a vzájemně ovlivňují. Karaulův model zdůrazňuje význam lexikálních dovedností a roli jazyka při utváření identity a světonázoru jedince a poskytuje komplexní rámec pro pochopení složitého vztahu mezi samotným jazykem a jazykovou osobností.

Navázání na výzkumy a přístupy lingvistů jako J. N. Karaulova, V. V. Vinogradova a A. A. Reformatského může pomoci lepšímu porozumění jazykovým prostředkům a procesu komunikace a vytvořit nové přístupy k tvorbě a analýze literárních děl.

1.2.3 Komunikační strategie a taktiky při vytváření řečového portrétu

Ať už se jedná o žijící známou osobnost, či fiktivní beletristickou postavu, při vytváření řečového portrétu a formování jazykové osobnosti se využívá řada komunikačních strategií a taktik,

⁶⁴ REFORMATSKIJ, A. A. *Четыре типа речевых портретов*. Язык и общество. 1988, No. 1. s. 27-30.

⁶⁵ КАРАУЛОВ Ю. Н. s. 51-55

⁶⁶ KHAYDAROVNA, U. S. s. 63

kteří zajistí, aby výsledný řečový projev přitáhl pozornost a oslovil co nejširší publikum. Tyto strategie zahrnují analýzu jazyka, způsob podání, další neverbální složky, ale rovněž účel textu nebo také zohlednění role posluchače.

Skrze fragmentární postup získáme celistvý řečový portrét mluvčího. Nejprve je tedy důležité analyzovat jednotlivé specifické složky autorova jazyka, od fonetické, gramatické a lexikální až po syntaktickou. Poté je možné rozpoznat charakteristické rysy jazykové osobnosti, ať už skutečné, či fiktivní, a taktéž odhalit důležité poznatky o autorově osobnosti a stylu. Analýzou řečového portréru fiktivních postav se zabýval například literární vědec Wayne C. Booth ve své knize „*The Rhetoric of Fiction*“⁶⁷. Hlavním tématem knihy je analýza postupů a technik, které spisovatelé používají při psaní fikce a jak tato literární díla ovlivňují čtenáře.

Další důležitou komunikační taktikou při vytváření řečového portréru je zohlednění způsobu přednesu. Tón, tempo a rytmus řečníka, stejně tak správné užití důrazu a intonace, to vše může ovlivnit efektivitu přednesu a pomoci vytvořit silný projev. Ten by měl být co nejvíce přirozený a autentický. Řečník by měl navázat s posluchači osobní kontakt a plně upoutat jejich pozornost.⁶⁸

Na tento bod je kladen důraz, jestliže se jedná o mluvený projev, u psaných textů komunikační taktiku způsobu přednesu nahrazuje *vizuální stránka* – tedy členitost textu, mezery, netradiční užití velkých písmen či interpunkce atd. Podobně je tomu tak i u následující komunikační strategie, kterou představují neverbální složky, jako je mimika, gesta či řeč těla. Neverbální signály nám pomohou lépe poznat a pochopit řečníka a jeho záměry. Rovněž ty při písemném projevu do jisté míry nahradí osobitá vizualizace textu.

Mezi komunikační strategie, které má mluvené i psané slovo společné, patří výběr publika a účel textu. S ohledem na publikum pak autor musí přizpůsobit jazyk svého přednesu, způsob podání i použití neverbálních prostředků. Pokud se zaměříme na psané texty, výrazové prostředky je možné rozdělit na jazykové a nejazykové (grafické).

Ty jazykové mohou zahrnovat třeba hovorové výrazy. V uměleckých textech mezi ně můžeme zařadit také figury, jež představují stylizované výrazy, které mají vliv na celkový dojem z textu (například aliterace, anafora, gradace), a tropy, což jsou obraty, které přeneseně vyjadřují určitou myšlenku nebo představu (například metafora, personifikace, eufemismus).

Grafické výrazové prostředky jsou pro internetovou komunikaci a sociální sítě typické a mají své specifické funkce. Hashtagy slouží k zařazení příspěvku do určitého tématu nebo skupiny, zmínky označují konkrétního uživatele či stránku a emotikony vyjadřují emoce nebo nálady a ovlivňují celkové vyznění textu. Psaní podle novodobé etikety internetové komunikace pak

⁶⁷ BOOTH, W. C. *The Rhetoric of Fiction*. University of Chicago Press. 1983.

⁶⁸ CARNEGIE D., ESENWEIN J. B. *The art of public speaking*. Courier Dover Publications, 2017.

zahrnuje používání zkrácených forem slov, psaní výhradně malými písmeny a absenci či přemíru interpunkce.

V dnešní době přeplněné obsahem ovšem nestačí mít pouze talent na psaní a dodržovat všechny zmíněné body. Jestliže bloger-básník přestane aktivně vystupovat na sociálních sítích, za měsíc si čtenář možná už nevzpomene, že daný tvůrce existoval. Aby byl instagramový básník 21. století populární, musí si získat věrné následníky a obdivovatele, kteří smýšlejí podobně jako on. Ale nejenom ty. Někteří umělci staví svoje příspěvky na tom, že dokážou svými názory a tvorbou zaujmout, inspirovat či vyburcovat k diskusi. K tomuto cíli by měly všechny doprovodné strategie směřovat.

Ovšem aby čtenáři našli cestu k danému básníkovi – tedy aby ho vůbec v kvantitě tvůrců objevili – je zásadní efektivní, často placená, propagace obsahu. Jak píše Oleg Jefremov: „Hlavním faktorem popularity je neustálé problikávání v postech literárních a básnických komunit. Čím častěji se tam objevíte, tím budete populárnější.“⁶⁹ A za takovéto zveřejňování obsahu na hojně sledovaných účtech se platí. Jednu z propagačních instagramových komunit představuje například účet *Icmuxu*⁷⁰ s půl milionem sledujících, který hned v biu nabízí reklamu a spolupráci. Nic z toho však neznamená, že se si mohou umělci za peníze koupit také talent.

Strategie instagramového básníka, jenž se snaží probojovat do popředí, je jasná. Ty nejzásadnější atributy směřující k úspěchu představuje osobitý, přitažlivý vzhled, neustálé vyskakování na sociálních sítích a dobrá prezentace a interpretace textu (zvuková či audiovizuální). To vše by mohl nahradit snad jen výjimečný talent.⁷¹

Jestliže autor pečlivě zohlední všechny zmíněné komunikační strategie a taktiky, dokáže vytvořit velice přesvědčivou jazykovou osobnost a výstižný řečový portrét, a zároveň si udržet čtenářovu pozornost. Lingvisté mohou naopak za pomoci těchto komunikačních strategií nahlédnout do zákulisí daného přednesu a analyzovat jazykovou osobnost spisovatele. Až čas ukáže, zda tyto komunikační strategie vedly k vytvoření dalšího klasika.

1.2.4 Řečový portrét veřejné osobnosti v blogosféře

Veřejné osobnosti, jako jsou herci, politici, hudebníci a jiné celebrity, se vyznačují jistou autoritou a oficiálním vystupováním před cílovým publikem. Některé z nich také disponují schopností pokládat politicko-ekonomické, morální, etické či sociokulturní otázky veřejného významu a v určité míře ovlivňovat jejich následná řešení. Díky sociálním sítím se tyto osoby

⁶⁹ Překlad autorky. ЕФРЕМОВ, Олег. *Instagram для поэтов и писателей*. ЛитРес, březen 2018. ISBN 9785449023216.

⁷⁰ ІСТІХІ. 2014. In: Instagram [online]. [cit. 2023-04-18]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/1stixi/>

⁷¹ ЕФРЕМОВ.

mohou obracet přímo ke svému publiku a vyhnou se tak tradičním mediálním strážcům, kontrole a případnému překroucení původních slov.

To, jak veřejné osobnosti vystupují na sociálních sítích a v blogosféře, prozradí mnoho o jejich původu, vzdělání či hodnotách. Analýza jejich řečového portréту ruku v ruce s tím, jakým způsobem komunikují se svými fanoušky, může ukázat, jak se prezentují svému publiku, odhalit princip sdělování myšlenek a přesvědčení.

Veřejné osobnosti mohou ve svých sděleních využívat různé komunikační strategie, které jsme zmínili již dříve. Pokud tyto taktiky dobře znají, dokážou cíleně přizpůsobovat svůj projev, aby zapůsobili na své publikum a vyvolali určité emoce. Obsah, který na sociálních sítích publikují, bývá často silně kontrolován a pečlivě připravován, aby zprostředkoval přesný obraz nebo poselství. Ovšem někdy takto předpřipravené příspěvky mohou být průhledné a vzbuzovat dojem umělosti a neautentičnosti.

Při zkoumání řečového portréту je důležité vzít v úvahu řadu jazykových aspektů, jako je volba slov či tón hlasu. Bedlivě střežen je například projev politiků. Ti často využívají specifické jazykové strategie, aby oslovili své publikum a vytvořili pozitivní dojem. Jejich řečový portrét může nenápadně ukazovat na jejich politickou ideologii. Podobně i celebrity a influenceři používají svůj řečový portrét k propagaci značek a oslovení cílové skupiny.

Blogosféra a platformy různých sociálních sítí poskytují veřejně známým osobnostem možnost sebe prezentace a navázání kontaktu se svým publikem. Jejich jazyková osobnost se projevuje různými způsoby, včetně používání emotikonů, hashtagů či klasických kratších i delších popisků. Například hashtagy často využívají politici k propagaci své politické kampaně a k vyjádření svého přesvědčení, stejně jako celebrity a influenceři nešetří ve svých postech emotikony, aby vyjádřili své emoce a nenáročnou cestou vtáhli publikum do dění.

Pro některé básníky-blogery se stal Instagram oblíbeným prostorem, jenž umožňuje pohodlné publikování. Jejich řečový portrét se může výrazně lišit v jejich tvorbě a v obecných příspěvcích ze soukromého života. Zatímco jejich publikované básnické texty mohou být pečlivě zpracované a vybroušené do detailů, denní příspěvky na sociálních sítích ze života mohou být spontánnější a neformálnější, což odráží bezprostřednost a intimitu této platformy.

Obsah, který se netýká tvorby básníků-bloggerů, může být osobnější a více odhalující, což poskytne vhled do tvůrčího procesu a osobního života básníka. Před čtenáři totiž nemá zůstat nic skryté, lidé na sociálních sítích touží vědět o umělci všechno, a to i z jeho soukromého života. A pokud jim to daný autor neposkytne, většina z nich se o něj brzy přestane zajímat. S aktivním sdílením je spojena také aktivní komunikace se čtenáři – reakce na komentáře či vytváření diskusí. Kontakt je důležitý pro to, aby se čtenář cítil zapojený do veškerého dění a obsah ho tak více bavil.

Co se týče vystupování básníků na Instagramu, mnoho z nich si uvědomuje, že je mimo jiné u příspěvků důležitá originalita a autentičnost. „Psaní básní je tvrdá práce a kdo tvrdí, že stačí jen inspirace, je jen amatér. Dobrá báseň má vždy originální autorský styl.“⁷² A co víc, vlastní text má být doprovázen také autorskými fotografiemi a obrázky, právě ty přitáhnou publikum více než převzatá média někde z internetu.

Další bod představuje také otázka popularity. Autoři se mnohdy přizpůsobují svému publiku, a pokud sebe a svoji tvorbu dokážou správně propagovat, nezáleží tolik na kvalitě obsahu. Můžeme pozorovat, že pro některé tvůrce je poté důležitější udržet si publikum než sdílet autentický plnohodnotný obsah. V dnešním přehlceném internetovém světě lidé tolik neprahnu po náročných textech a hlubokých myšlenkách, chtějí se pobavit a odpočinout si. A proto vyhledávají obsah prostého jazyka a jednoduché formy. Jak již padlo dříve, popularita tedy neznamena automaticky kvalitu a talent.

Obecně je možné pozorovat, že jak veřejné osobnosti, tak i samotní básníci mají na Instagramu a dalších sociálních sítích odlišné řečové portréty. Zatímco vážná témata mohou být prezentována kultivovaně a možná i trochu uměle, vhledy do běžného života jsou spíše spontánní a uvolněné. V základu se však sociální sítě používají jako prostředek ke spojení se svým publikem a k vyjádření se novými a nápaditými způsoby.

1.3 Ženské psaní

Pojem „ženská literatura“ může v mysli vzbuzovat více obrazů a nemusí být zřejmé, zda se jedná o literaturu určenou především pro ženy, či o texty psané ženskými autorkami. Pro svou analýzu jsem se rozhodla zvolit ženy jako spisovatelky, konkrétně básnířky na Instagramu, tudíž je na místě spíše pojem „ženské psaní“⁷³.

Jazykové rozdíly mezi *genderem* neboli „sociálním pohlavím“ zkoumá sociolingvistická disciplína s názvem *genderová lingvistika*, která se zabývá především jazykovými konstrukty genderu ve veřejném diskurzu.⁷⁴ Toto odvětví jazykovědy řeší, jak se genderové stereotypy a nerovnosti projevují v jazyce, jaký vliv mají na komunikaci a jak lze prostřednictvím jazyka přispět k rovnosti pohlaví.

⁷² Překlad autorky. ЕФРЕМОВ.

⁷³ Ženy jako spisovatelky si své místo v literárním světě musely vybojovat. Zarážející může být to, že nehledě na dlouhou cestu, kterou ženy v literárním světě ušly, jsou stále některými kritiky považovány za méněcenné spisovatele, jenž kvalitní díla přináší výjimečně a vždy tím tedy překvapují (například STEHLÍKOVÁ, Olga. *Česká literární šovinistika: Literatura (a literární kritika) psaná ženami je něco docela jiného než písemnictví mužů*. In: ITvar.cz: Webový magazín tvaru [online]. 2016 [cit. 2023-04-30]. Dostupné z: <https://itvar.cz/ceska-literarni-sovinistika>).

⁷⁴ VALDROVÁ, Jana (2017): GENDEROVÁ LINGVISTIKA. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny*. [cit. 2023-04-30]. Dostupné z: https://www.czechency.org/slovník/GENDEROVÁ_LINGVISTIKA

V 80. letech 20. století se v souvislosti s genderovou lingvistikou vytváří *teorie dvou kultur*, „která chápe ženy a muže jako odlišné „kultury“ a požaduje respektovat jejich specifika.“⁷⁵ Předmětem jednoho z prvních výzkumů v oblasti genderové lingvistiky byl projev genderu při interakci s důrazem na verbální stránku, tedy to, jak se muži a ženy liší ve způsobu mluvení a jaké jazykové prostředky využívají. Některé studie ukázaly, že ženy častěji používají dotazníkové intonace (*up-talk*), které naznačují, že se jedná o otázku, i když jde o výrok. U mužů byla naopak frekventovanější výpovědní intonace.⁷⁶ Jiné výzkumy dokázaly, že ženy používají více emočně zabarvených slov, zdvořilých a mluví více a rychleji.⁷⁷ Dalšími rozdíly v komunikaci mezi muži a ženami se zabývala podrobněji například D. Tannen.⁷⁸

Texty psané ženami, ať už profesionálními spisovatelkami či amatérskými nadšenci, mohou nést charakteristické rysy a vyžadovat proaktivního čtenáře, „který se nenechá odradit zdánlivou nekoherencí a dekontextualizací textu, ale také třeba patosem, zálibou v zaumných konstrukcích, nebo v elipsách.“⁷⁹ Tyto texty se mohou dále dělit například na mateřské psaní nebo se projevovat silnějšími feministickými tóny. Přestože se ženské psaní obvykle zaměřuje na ženské zkušenosti, není vyloučeno, že by tento termín nemohl být použit také pro texty psané muži.⁸⁰

Jak již bylo zmíněno, charakteristickými rysy ženského a mužského psaní se zabývala řada lingvistických výzkumů a bylo dokázáno například to, že ženy ve své tvorbě používají více zájmen, u mužů je zase frekventovanější výskyt podstatných jmen (Tannen, Pierrehumbert, Hirschberg, Argamon, Koppel, Shimoni). Vyšlo také najevo, že ženy i při formálním psaní využívají prvky, jež můžeme označit za „angažované“, zatímco mužské texty byly spíše „informační“.⁸¹ Je tedy možné říct, že tradiční mužské psaní se zaměřuje na objektivitu a racionalitu, zatímco ženy do svých textů promítají o něco subjektivnější pohled doplněný o zážitky, zkušenosti a emoce. Jedná se ovšem o generalizované tvrzení a autorský styl je vždy ovlivněn ještě mnoha dalšími faktory, včetně vzdělání a kulturního původu, ne pouze pohlavím.

Na ženskou tvorbu silně působil (a stále působí) feminismus, což se projevuje také ve feministické teorii *écriture feminine*, jež představuje především styl psaní a soustředí se na literární vyjadřování v boji proti patriarchálnímu řádu. Podle teoretičky Héléne Cixous ženské psaní

⁷⁵ VALDROVÁ.

⁷⁶ PIERREHUMBERT, J., HIRSCHBERG, J. *The meaning of intonational contours in the interpretation of discourse*. 1990. [cit. 2023-04-30]. Dostupné z: <https://www.researchgate.net/publication/229078413>

⁷⁷ VALDROVÁ.

⁷⁸ TANNEN, Deborah. *Sex, Lies and Conversation*. In: *The Washington Post: Democracy Dies in Darkness* [online]. June 24, 1990 [cit. 2023-04-30]. Dostupné z: <https://www.washingtonpost.com/archive/opinions/1990/06/24/sex-lies-and-conversation/01cb17ba-1af7-4bf4-8a02-3d1b6c11648f/>

⁷⁹ MARKOVÁ, Eva. „Ženské“ psaní žije!. *PLAV: Měsíčník pro světovou literaturu* [online]. 1.5.2018, (5) [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.svetovka.cz/2018/05/05-2018-esej/>

⁸⁰ Tamtéž.

⁸¹ *Gender, genre, and writing style in formal written texts*. *Text & Talk*. 2003;23(3): 321-346. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1515/text.2003.014>

představuje způsob, jakým ženy mohou vyjádřit svůj vlastní hlas a zkušenosti. Cixous tvrdí, že ženy mají vrozenou schopnost psát z jiné perspektivy než muži a že jejich psaní by mělo být uznáváno jako samostatný a hodnotný styl.⁸²

Problém s bojem za rovnoprávnost v literatuře nastává tehdy, když ženy požadují, aby jimi psaná literatura byla považována za rovnocennou té mužské, přičemž samy zdůrazňují rozdílnost a distancují se od mužského stylu psaní. Dostávají se tak do určitého pragmatického rozporu.⁸³

Co se týče současné ženské literatury, konkrétně poezie, její podobu ovlivnila proměna kultury západu a čtvrtá vlna feminismu. „Proto v básních rezonuje hlas mladých žen, které volají po tom, aby byl vyslyšen jejich názor. Otevřeným psaním o sexu, vztazích, duševním zdraví a vlastním těle touží změnit vnímání veřejnosti.“⁸⁴ Právě na takováto emotivní a osobní témata narazíme v ženské tvorbě nejčastěji. Výjimkou není ani populární kanadská instagramová básnířka Rupí Kaur.⁸⁵

Ženská poezie je mnohdy kritizována za přílišnou jednoduchost a povrchnost, zvláště ta sdílena na sociálních sítích. Ovšem navzdory této kritice se stává novým fenoménem a představuje důležitý nástroj pro mnoho žen, díky němuž mohou vyjádřit své pocity a zkušenosti. A přestože pohled na ženskou a mužskou literární tvorbu již není tak odlišný, instagramové básnířky je možné považovat za určitý symbol feminismu. Tyto básnířky pomáhají osvobodit ženský hlas v literatuře.

Část 2. Řečový portrét vybraných blogerů-básníků na Instagramu

Skrze analýzu básní a jiných textových, nebo dokonce audiovizuálních příspěvků na Instagramu je možné blíže poznat autorův styl a způsob komunikace. Zkoumaných aspektů je celá řada, na některé z nich jsme již narazili v předešlých kapitolách. Nyní si představíme všechny důležité body.

Mezi první ze zkoumaných kategorií patří způsob vyjadřování a používání jazyka, tedy volba slov, struktura vět a také gramatika. V souvislosti s jazykovou stránkou můžeme sledovat rovněž užití básnických prostředků, jako jsou metafory, přirovnání, aluze a intertextualita či

⁸² CIXOUS, H., COHEN, K., & COHEN, P. (1976). *The Laugh of the Medusa*. *Signs*, 1(4), 875–893. [online]. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/3173239>

⁸³ PETŘÍČEK, Miroslav. Ženské psaní: pragmatický rozpor. In: Ponořena do Léthé: sborník věnovaný cyklu přednášek *Metafora ženy 2000-2001*. Praha: Univerzita Karlova, 2003, s. 14

⁸⁴ KORDÍK, Jiří. *Psát poezii je revoluční čin. Instabásnířkám se na sociálních sítích daří*. Respekt [online]. 22. 7. 2017 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/denni-menu/psat-poezii-je-revolucni-cin-instabasnirkam-se-na-socialnich-sitich-dari>

⁸⁵ KAUR, Rupí. 2012-2023. In: Instagram [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/rupikaur/>

obraznost. Tyto aspekty mohou poodkrýt autorovu jazykovou zdatnost a schopnost vyvolávat emoce a sdělovat složitější myšlenky.

Významnou složku analýzy představuje také tematika jednotlivých básní a celkové tvorby, která nám pomůže alespoň částečně odhalit spisovatelův pohled na svět a životní hodnoty. Mezi populární témata na sociálních sítích patří třeba mezilidské vztahy, sebepoznání a osobní růst nebo příroda. Na to, co a jak autor prožívá, ukazuje také tón básně. Tvorba může být laděná například hravě, vážně nebo melancholicky, může být protknuta ironií a jízlivostí, to vše může odrážet osobnost, emoce a postoje spisovatele.

Při analýze nás bude zajímat také struktura básní a dalších publikovaných příspěvků. Co se délky týče, můžeme předpokládat, že básně na Instagramu budou v zásadě kratšího charakteru z důvodu omezeného počtu znaků. Takový druh poezie si získal nové označení a nyní je známý pod názvy „micropoetry“ nebo také „instapoetry“ podle anglického „instapoets“.⁸⁶ S instagramovým formátem je svázána také vizuální stránka – řadu básní doprovází obrázky či videa, na kterých autor své verše procítěně přednáší, a celý příspěvek tak získává nový rozměr.

V neposlední řadě je při psaní básní a veškerého dalšího obsahu (nejen na Instagram) určující publikum, tedy ti, komu je daný příspěvek primárně určen. Může se jednat o širokou veřejnost nebo specifickou skupinu. Obecně je instagramová poezie spojována spíše s mladší generací (lidé mladší 30 let), protože právě ta tvoří největší procentuální podíl uživatelů sociálních sítí.⁸⁷

V dnešní době se zdá, že poezii na sociálních sítích píší a sdílejí především ženy. Jestli se mezi instagramovými básníky vyskytují také muži, tak na vás pravděpodobně hned „nevyskočí“, protože nejsou natolik populární a sledovaní. Bude se jednat spíše o profily s uzavřenou komunitou fanoušků.

Psát básně na Instagram je v současnosti trendem, ovšem ne všem se dostává tak široké odezvy, jakou mají populární instagramové blogy [@ah_astakhova](#)⁸⁸ a [@bolshe_nikogda](#)⁸⁹. Jedná se o básnířky, jež mají mnoho společného: obě ženy se narodily v Moskvě ve druhé polovině osmdesátých let, obě psaly básně již od raného dětství a inklinovaly k hudbě a spojuje je spousta dalších prvků. Na Instagram se přidaly v roce 2012 a profily obou v současnosti sleduje přes 300 tisíc uživatelů Instagramu.

⁸⁶ Micropoetry and Instapoets: The new form of poetry writing. *TheNortheastToday – Read From North East (TNT)* [online]. Copyright © 2021 Thenortheasttoday.com, all rights reserved. [cit. 16.04.2023]. Dostupné z: <https://thenortheasttoday.com/oped/micropoetry-and-instapoets-the-new-form-of-poetry-writing/>

⁸⁷ What Age Group Uses Social Media the Most? [Mar 2023 Update]. *Oberlo | Where Self Made is Made* [online]. Copyright © 2015 [cit. 16.04.2023]. Dostupné z: <https://www.oberlo.com/statistics/what-age-group-uses-social-media-the-most>

⁸⁸ АСТАХОВА, Ирина. 2012. In: Instagram [online]. [cit. 2023-04-19]. Dostupné z: https://www.instagram.com/ah_astakhova/

⁸⁹ ПОЛОЗКОВА, Vera. 2012. In: Instagram [online]. [cit. 2023-04-19]. Dostupné z: https://www.instagram.com/bolshe_nikogda/

Irina Astachova⁹⁰ píšící pod pseudonymem **Ach Astachova (@ah_astakhova)** se proslavila poté, co byl na YouTube v roce 2012 zveřejněn videoklip s její zhudebněnou básní „Тебя хоть там любят?“⁹¹ Na jejích oficiálních stránkách je blogerka popisována jako „jedna z nejpopulárnějších současných ruských básnířek“⁹². Nabízí „věčná“ témata, básně o lásce, ztrátě, hledání sebe sama, štěstí a svobodě, vnitřním klidu, cestování a přírodě. Navzdory tomu, že literární kritik Lev Oborin její tvorbu zhanil a označil za „poezii plnou laciného melodramatismu“⁹³, jednoduchost jazyka, veršů i rytmu a jistá průzračnost obrazů zpřístupňuje poezii všem, a tak si našla i své čtenáře.

Za instagramovým profilem **@bolshe_nikogda** se skrývá ruská básnířka, herečka a zpěvačka Vera Polozkova⁹⁴, která získala nejedno literární ocenění (*Поэт года ЖЖ, Неформат*) a na kontě má také několik vydaných básnických sbírek. Její tvorba je ovlivněna pobytem v Indii, kam se od roku 2008 ráda vrací.

Narozdíl od Astachové Polozková otvírá svoji oficiální spisovatelskou kariéru ještě před začátkem publikování básní na Instagram, a tak jí tato platforma neslouží primárně ke sdílení tvorby, spíše k udržení kontaktu s fanoušky. Obě blogerky můžeme považovat za instagramové básnířky, přestože se jejich přístup k této platformě lehce odlišuje.

2.1 Tematika a motivy básnických blogů na Instagramu

Básně ženských autorek sdílené na Instagramu do jisté míry spojuje osobitý styl i tematika. Tvorba aktuálně a bezprostředně reflektuje současnou dobu, trendy či významné události. Ženské autorky často píšou o svých životních zážitcích, emocích, vztazích a sebepoznání, čímž se snaží oslovit a inspirovat své čtenáře a vyvolat odezvu. Verše Astachové i Polozkové vzbuzují velký ohlas, který se projevuje například v počtu „lajků“ u jejich příspěvků.

Mezi nejčastější, a zároveň nejpopulárnější témata, jež se v těchto básních objevují, patří láska, touha, zklamání, bolest, radost, osamělost, touha po svobodě, dobrotě, sebepřijetí a sebepoznání. Tato témata je možné označit za tradiční a nadčasová. Často jsou zpracována tak, aby vzbudila empatii a sounáležitost u čtenářů a aby se s nimi snadno dokázali ztotožnit. Právě proto básnířky vycházejí z běžného, každodenního života a pozitivních, ale i negativních prožitků.

Většina umělců se v určitém okamžiku své tvorby pokusí uchopit a popsat lásku v romantickém smyslu. A to jak šťastnou, tak i tu tragickou, kdy básníci předkládají syrové pocity

⁹⁰ Dále budeme používat pouze českou variantu příjmení „Astachová“

⁹¹ Ах Астахова - Тебя хоть там любят?. In: *YouTube* [online]. 2012, 8.1. [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=JTPiR1U8vOA>

⁹² Ирина Астахова [online]. [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: <https://ah-astakhova.ru/>

⁹³ OBORIN, Lev. *С литературной точки зрения стихи Ах Астаховой действительно представляют ценность или всего лишь проходное явление?* [online]. In: *yandex.ru*. 2015, 17. 9. [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: https://yandex.ru/q/question/39402/?utm_source=theq&utm_campaign=theq-redirect

⁹⁴ Dále budeme používat pouze českou variantu příjmení „Polozková“

touhy a samoty a snaží se skrze verše uniknout bolesti. Například jako Astachová v básni „Тебя там хоть любят?“⁹⁵ Opakované úzkostlivé otázky na adresáta a následná sdělení typu: „*на всякий пожарный, на экстренный случай, чтоб не было трудно: я встрясла душу*“ odhalují lidskou zranitelnost.

Polozková předkládá i jinou formu lásky, a tou je ta mateřská. Toto téma pramení z její vlastní zkušenosti a požitků, protože sama má tři děti. „*Мои дети пришли, небесные певуны, откупить меня у моей вины, отженить меня от моей гордыни.*“ Báseň je nejen plná lásky, ale také obdivu k dětské nevinosti, která přináší radost a změnu do života dospělých. Ve svých dětech nachází smysl a naději, které ji osvobozují od vlastních chyb a starostí: „*ни награды, ни странствия, ни скамьи. даже книги и недруги – не мои; только этот их озорной румянец. только звон, с которым они смеялись, затевая подвиги и бои.*“⁹⁶

Některé básně ženských autorek na Instagramu se částečně vrací k přírodním motivům. Metafory a přirovnání spojené s přírodou umělci přetvářejí a využívají jako obrazy pro lidské situace. „*Солнце падало в воду, лаская взгляд, мои мысли летели ввысь.*“ Básniřky využívají přírodní prvky také pro kontrast přizemního lidského světa a nádherné, nedotknutelné přírody. Výjimkou není ani personifikace všeho spojeného právě s přírodou: „*я встречала закат у солёной реки, и река говорила со мной.*“⁹⁷ Popis přírodních prvků čtenáři pomůže pochopit nejen prostředí a atmosféru básně, ale především umocní autorčiny emoce. „*Мы ели суп с дождем, мы шли через туман и слышали, как мы галдим издали холмы, холмы и облака.*“⁹⁸ U ruských instagramových básniček je ve tvorbě častý motiv zimy a chladu, využívají ho jako metaforu pro utrpení, strádání a těžké časy.

Do života blogerek vstupují různé emocionální i existenciální výzvy, které umělkyně předkládají nejen za pomoci přírodních metafor. „*Иногда ни черта не весело, да, красавица? (...) иногда у любви нет сладостей только крючья.*“⁹⁹ Dochází k přímé konfrontaci s nepříznivými událostmi, které přináší utrpení a fyzickou či psychickou bolest, ať už samotné autorky, nebo někoho blízkého. „*Покуда отключен воинственный азарт прислушайся о чём боль хочет рассказать, стальные рукава зачем подобрала и стала такова, что ты себе мала, что ты*

⁹⁵ АСТАХОВА, Ирина. 2016. [Тебя там хоть любят? ...]. In: Instagram [online]. 3. říjen 2016 [cit. 2023-04-19]. Dostupné z: https://www.instagram.com/ah_astakhova/p/BLGAtnChVcF/?hl=cs

⁹⁶ ПОЛОЗКОВА, Vera. 2020. [мои дети пришли...]. In: Instagram [online]. 21. května 2020 [cit. 2023-04-19]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CAcrwLRnaYH/?hl=cs>

⁹⁷ АСТАХОВА, Ирина. 2023. [не касайся меня и моей руки...]. In: Instagram [online]. 5.4.2023 [cit. 2023-04-23]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CqpiJRpIw8R/>

⁹⁸ ПОЛОЗКОВА, Vera. 2021. [расплавленная медь ...]. In: Instagram [online]. 13. červenec 2021 [cit. 2023-04-19]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CRSGZ1wnS2N/?hl=cs>

⁹⁹ ПОЛОЗКОВА, Vera. 2021. [иногда ни черта ...]. In: Instagram [online]. 31. srpen 2021 [cit. 2023-04-19]. Dostupné z: https://www.instagram.com/p/CTPFji3o9b_/?hl=cs

*трепишь по шву, ты говоришь врачу: здесь разве я живу? я больше не хочу.*¹⁰⁰ Z těchto řádků číší frustrace a touha po úlevě, ovšem pokud budeme číst dále, báseň odkryje také odhodlání a odvahu čelit těmto výzvám.

Můžeme si všimnout, že většina temněji laděných veršů není pouze černobílá, ale obvykle otevírá také naději na změnu. *„тьма, объятья твои грубы, сила твоя – вражда: полные горькой воды гробы, льда чёрного поезда, ни огонечка, где твоя власть, чтут темную госпожу. но ты прервешься, как началась, и я тебя низложу.*¹⁰¹

Autorky nerezignují, naopak stále doufají v lepší zítřky. *„Хочется верить, что (Господи!) вскоре Солнце придёт с рассветом, (...) Верю, что ночь закончится“*¹⁰² Do pesimistických okamžiků nakonec vstupuje touha po světle a štěstí. *„Но ты умеешь не только реквиемы. Но и вальсы. (...) Кроме черной придонной жути, есть и божия милость.“*¹⁰³ Po těžkých zkouškách a překážkách přichází obnova sil. Básničky jsou odhodlány uniknout utrpení a strastem, jsou motivovány hledat a nalézt: *„иду пешком, сквозь весь Открытый Космос, чтоб вновь свою Планету обрести.“*¹⁰⁴ Takové verše pak mohou být motivací a povzbuzení čtenářům.

Velké opakující se téma Astachové je právě ono hledání, ať už vnitřního klidu, krásy, štěstí a smyslu života, nebo toho, jak žít život naplno. Odpovědi nachází v radách svých blízkých, či v tom, co jí naučil sám život: *„не стоять и не ждать. не смотреть назад. – так меня научила жизнь.“*¹⁰⁵ Předkládá i jiný závěr: *„счастье – это (уже на практике) путешествовать вглубь себя“*¹⁰⁶. Častý motiv jejích básní představuje (sebe)poznání a učení se být dobrou, laskavou osobou. *„Я хочу одного: быть синонимом доброты. Я учусь чтобы сердце мое не превращалось в лед.“*¹⁰⁷ nebo *„Я хочу быть добрее к людям, Чтобы люди при мне не лгали, Чтобы я не судила друга, Чтобы друг не судил меня.“*¹⁰⁸ Básnička v jedné ze svých básní

¹⁰⁰ POLOZKOVA, Vera. 2020. [покуда отключен...]. In: Instagram [online]. 1. červenec 2020 [cit. 2023-04-19]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CCE0inCHTQl/?hl=cs>

¹⁰¹ POLOZKOVA, Vera. 2022. [тьма такая, что даже крик ...]. In: Instagram [online]. 21.10.2022 [cit. 2023-04-19]. Dostupné z: https://www.instagram.com/p/Cj_CXvHIJPW/?hl=cs

¹⁰² АСТАХОВА, Ирина. 2023. [Хочется плакать...]. In: Instagram [online]. 15.1.2023 [cit. 2023-04-23]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/Cnb6AIEozCk/>

¹⁰³ POLOZKOVA, Vera. 2021. [на сияние, на улыбку...]. In: Instagram [online]. 2. září 2021 [cit. 2023-04-19]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CTUSiE1q5hV/?hl=cs>

¹⁰⁴ АСТАХОВА, Ирина. 2023. [зашел в тупик мой поиск оправданий...]. In: Instagram [online]. 24.3.2023 [cit. 2023-04-23]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CqLVfMLoWtE/>

¹⁰⁵ АСТАХОВА, Ирина. 2023. [не касайся меня и моей руки...]. In: Instagram [online]. 5.4.2023 [cit. 2023-04-23]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CqpiJRplw8R/>

¹⁰⁶ АСТАХОВА, Ирина. 2023. [паспорт, деньги и ключ...]. In: Instagram [online]. 11.4.2023 [cit. 2023-04-23]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/Cq4k5uqoCoV/>

¹⁰⁷ АСТАХОВА, Ирина. 2023. [Нет, Большая квартира в столице...]. In: Instagram [online]. 9.4.2023 [cit. 2023-04-23]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/Cqz-O-hI2AQ>

¹⁰⁸ АСТАХОВА, Ирина. 2023. [Я хочу быть как можно тише...]. In: Instagram [online]. 2.4.2023 [cit. 2023-04-23]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CqhXHSwo2jQ/>

dochází také k poznání, že se zkratka nelze naučit všechno: „*Научи меня не учить, Научи меня просто жить.*“¹⁰⁹

Dalším opakujícím se tématem autorek je touha po bezstarostném dětství, kdy vše bylo snazší, barevnější a kdy básničky ještě dokázaly nalézat krásu v každé maličkosti. Tyto básně jsou protknyty melancholií a nostalgií: „*лечь шестилетним в свой сиреневый сугроб, как шарик елочный, весь в серебре и смехе.*“¹¹⁰ Verše ukazují snahu vymanit se z tísnivé reality dospělosti a každodenní všednosti. „*Я хочу быть ребенком: наивным и смелым, Ничего не бояться и верить в добро.*“¹¹¹ A Astachová se věřit v dobro pokouší. V dalších jejích verších se odráží víra v lidskou dobrotu, oddané přátelství i vnitřní sílu. „*Меня убивает и делает резкой, (...) безумная, страшная вера в людей. Меня убивает, но делает сильной безумная страшная вера в тебя.*“¹¹²

Autorky se pozastavují také nad smyslem života, budoucím směřováním a pokládají si různé filozofické a existenciální otázky. Přemýšlí o bolesti, ztrátě, pomíjivosti i prosté vděčnosti: „*Кто видел ад, тот поблагодарит за ливень, за восход, за аммонит, рябь на реке, где быстрые стрекозки.*“¹¹³

Polozková představuje rovněž řadu aktuálních témat, které jsou jakousi satirou na současné společenské i politické poměry a bývají o něco drsnější jak jazykem, tak i obrazy. „*Бесправных выбиватели кишок: у них для нас дубинка и мешок, электрошокер и «заткнись, уебок».*“¹¹⁴

Několik jejích posledních básní popisuje konkrétní prožitky a události, a to válku na Ukrajině. Tragickou situaci války a její dopad na obyvatele země vystihují verše „*Русь моя теперь аль-кайда*“¹¹⁵ plně beznaděje a bolesti. „*Я сую в разломы жгуты, анестетики, сухари, питьевую воду, голыш, что сточил прибой, детские рисунки, где только жёлтый и голубой.*“¹¹⁶ Válka jako destruktivní síla, která narušuje každodenní život obyčejných lidí, je pak vykreslena také v básni „*Оттого адреса мои на мхедрули*“¹¹⁷. Na konflikt na Ukrajině nepřimo

¹⁰⁹ АСТАХОВА, Ирина. 2023. [Нет, Большая квартира в столице...]. In: Instagram [online]. 9.4.2023 [cit. 2023-04-23]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/Cqz-O-hI2AQ/>

¹¹⁰ ПОЛОЗКОВА, Vera. 2021. [наутро снег придет ...]. In: Instagram [online]. 1. ledna 2021 [cit. 2023-04-19]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CJga-U2HZpW/?hl=cs>

¹¹¹ АСТАХОВА, Ирина. 2021. [С первым сентября...]. In: Instagram [online]. 1. září 2021 [cit. 2023-04-19]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CTSWke7I3k2/>

¹¹² АСТАХОВА, Ирина. 2023. [Меня убивает и делает резкой...]. In: Instagram [online]. 19.4.2023 [cit. 2023-04-23]. Dostupné z: https://www.instagram.com/p/CrN3_0WraMH/

¹¹³ ПОЛОЗКОВА, Vera. 2021. [да перестань, никто не любит боль...]. In: Instagram [online]. 9. duben 2021 [cit. 2023-04-19]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CNceJoPHPm/?hl=cs>

¹¹⁴ ПОЛОЗКОВА, Vera. 2021. [смех делает отчаянье ...]. In: Instagram [online]. 4. února 2021 [cit. 2023-04-19]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CK4G8nDHnOe/?hl=cs>

¹¹⁵ ПОЛОЗКОВА, Vera. 2022. [Русь моя теперь аль-кайда ...]. In: Instagram [online]. 27. červenec 2022 [cit. 2023-04-19]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CggGxC7o-Qf/?hl=cs>

¹¹⁶ ПОЛОЗКОВА, Vera. 2022. [живлена дополненная реальность ...]. In: Instagram [online]. 1. srpna 2022 [cit. 2023-04-19]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CSE0inCHTQI/?hl=cs>

¹¹⁷ ПОЛОЗКОВА, Vera. 2022. [Оттого адреса мои на мхедрули ...]. In: Instagram [online]. 27. červenec 2022 [cit. 2023-04-19]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CggFkLYIpl1/?hl=cs>

odkazuje také Astachová v jedné ze svých básní, kde vyslovuje přání: „*Пусть будет Мир во всем мире.*“¹¹⁸

Někdy je důležitější než celá báseň pouze kratičký úryvek (například jeden verš či kratší fráze) s myšlenkou, s níž se dokážou čtenáři ztotožnit nejvíce. Tyto citáty se často stávají populárními a jsou opětovně sdíleny mezi uživateli Instagramu, ale i mimo tuto platformu. Může se jednat o zkratkovité vyjádření myšlenek a pocitů, které jsou důležité pro autora nebo jež oslovily publikum.

Takto například sdílí dříve zmíněná reklamní a propagační instagramová komunita @Истихи útržek z básně „Мой вам совет“ @ah_astakhové: „*Не осуждайте других, не злорадствуйте! помните истину: прошлого нет. Возраст неважен, указанный в паспорте, только душа знает сколько вам лет.*“¹¹⁹

Další posty básniček se vztahují k jejich osobnímu životu, aktuální činnosti a zážitkům nebo také k propagaci vlastních vystoupení. Celkově je možné říci, že básně na Instagramu jsou velmi osobního a emotivního ladění a často mají téměř až terapeutický charakter jak pro tvůrce, tak i pro čtenáře. Obvykle se využívají jako způsob sebeprezentace, sebepoznání a slouží také k vyjádření těch nejnaternějších emocí a pocitů. Mohou představovat inspiraci a povzbuzení pro básničku i čtenáře.

2.2 Kompozice a obsah básnických blogů na Instagramu

Ne každý básnický blog na Instagramu obsahuje výhradně básnickou tvorbu, v současnosti je populárnější propojení kreativních příspěvků se střípky z autorova života. Takováto kombinace dokáže lépe udržet pozornost a zájem sledujících.

Protože byl Instagram původně určen k publikování fotografií a první, co uživatel vidí na profilu tvůrce, je obrázková šablona, hrají doprovodné fotografie u každého postu stále výraznou roli. Záleží pouze na blogerovi, jak velký význam vizuální stránce přisoudí. Básníci-blogeréři mohou zvolit hned několik způsobů publikace svých veršů: buď zkombinují básně s obrázkem a popisky nechají na výklad, hashtagy, či prázdné, nebo vloží text to popisku a přidají přitažlivou tematickou fotografii.

U vybraných blogerek Astachové a Polozkové převládá kombinace textové básně v popisku a tematické fotografie. Tyto básničky-blogerky téměř nevyužívají hashtagy a často nechávají své básně bez jakéhokoliv dalšího komentáře. Jednají tak možná proto, že jsou již poměrně populární. Pokud je jejich příspěvek o něco doplněn, jedná se většinou o věnování veršů někomu blízkému,

¹¹⁸ АСТАХОВА, Ирина. 2022. [Что с этим миром ...]. In: Instagram [online]. 27.2.2022 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/Cae46LzICdh/>

¹¹⁹ ИСТИХИ. 2021. In: Instagram [online]. 31. leden 2021 [cit. 2023-04-18]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CKuKyTtrBiN/>

výjimečně je v daném postu báseň více rozvedena a vysvětlena. Narazit můžeme na komentář, který se vztahuje k datu vytvoření textu, a to především tehdy, pokud báseň vznikla výrazně dříve, než je publikována. V případě, že je k postu připojena fotografie, která byla vyfocena někým jiným než danou blogerkou, na konci příspěvku bývá připojeno označení autora s poděkováním.

Populární cestou sdílení básní je také autentický přednes vlastních veršů v audiovizuálním postu skrze Reels, které představují novinku posledních let. Toho využívají obě blogerky, ovšem nejedná se o základní kámen obsahu, spíše o doplnění tvorby.

Polozková svoji tvorbu tímto způsobem prezentovala již v roce 2020, a to před vznikem samotných Reels skrze krátká videa, která byla na Instagramu dostupná již tehdy. Cyklus „Письма из Гокарны“ se širokou tematikou sdílela vždy v neděli. Na příspěvcích přednáší básně nově vytvořené, ale i kousky ze své starší tvorby. Sama tuto sérii videí nazvala *mikropořadem*.¹²⁰ Cyklus dohromady čítá asi 20 básní. Později videa využívá spíše k publikování přednesů na záznamech ze svých koncertů.¹²¹ V současnosti se její aktivita projevuje spíše ve Stories.

Nejen Stories, ale i Reels využívá naplno Astachová, a to jak pro přednes svých básní, tak i pro vytváření poutavých sestřihů ze života i z cest. Videá s přednesem veršů pak zobrazují recitující básničku, nebo samostatný tematický videoklip, do něhož zní pouze autorčin hlas.

V příspěvcích na profilech básnířek se střídají samotné básně s fotografiemi s dalším obsahem. Ten může zahrnovat příspěvky vztažené k osobnímu životu a zážitkům autorek nebo posty spojené s propagací tvorby. Při podrobnějším zkoumání se nezdá, že by měly posty nějaký hlubší, pravidelný systém, řízeny jsou spíše aktuální situací, náladou a inspirací. Působí spontánně a autenticky odrážejí život blogerek.

Básnické blogy populárnějších básníků obsahují příspěvky, kde se blogeři vyjadřují k vlastním nadcházejícím vystoupením a zvou na ně své sledující, aby se mohli setkat také naživo. Takový typ obsahu nalezneme i u vybraných blogerek-básnířek (viz Příloha 3 a Příloha 4). S tímto obsahem souvisí i posty o již proběhlých vystoupeních, v nichž sdílí básničky své pocity a zážitky a děkují svým přívržencům za účast i atmosféru.

Co se sdílení osobního života a soukromých témat týče, blogerky odhalují jen tolik, kolik chtějí. Polozková na Instagramu sdílí nejčastěji svoje děti a přátele, Astachová zase výstřiky z cest či svého partnera a blízké.

Soukromější typ publikovaného obsahu může vypadat následovně: „*А сегодня я на даче у родителей, гуляю по солнечным морозным улочкам, много ем и общаюсь с самыми близкими...вообще все праздники проходят в кругу родных людей, без шумных компаний и*

¹²⁰ POLOZKOVA, Vera. 2020. [воскресенье, и новый эпизод ...]. In: Instagram [online]. 30. srpen 2020 [cit. 2023-04-24]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CEgyuH8Klcl/>

¹²¹ POLOZKOVA, Vera. 2021. [сегодня старенькое...]. In: Instagram [online]. 7. září 2021 [cit. 2023-04-24]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/reel/CTg5qxeI33Q/>

*бессонных ночей, с добрыми фильмами, друзьями и любимым котом 🐱🐾 поэтому, видимо, это моя единственная фотография с Нового года.*¹²²

Komunikace s publikem u příspěvků probíhá spíše pasivnější formou: na komentáře básničky odpovídají velmi výjimečně, a když už reagují, většinou neverbálně za použití emotikonu. To je ovšem u blogerek s více jak 300 tisíci sledujícími a velkou odezvou pochopitelné. Komplexnější veřejná komunikace pak probíhá skrze Stories, kde blogerky otvírají různá témata (např. otázky na tělo, co je pro vás láska atd.), na která může reagovat každý z uživatelů Instagramu. Tak se mohou sledující dozvědět to, po čem touží, nahlédnout do zákulisí života blogerek i jejich tvorby. Formát a témata Insta Stories jsou (nejen u básníků) obecně uvolněnější, méně formální a rozmanitější. Další způsob komunikace s fanoušky představuje živé vysílání, toho na popud svých fanoušků využila Polozková.

Pokud se zaměříme na vzhled celého básnického blogu, Astachová klade velký důraz na estetiku a vizuální stránku svých příspěvků. Na první pohled je zřejmé, že téměř každá z publikovaných fotografií prošla editací. Obrázky jednotlivých postů jsou upravovány tak, aby k sobě svým vzhledem co nejvíce ladily (viz Příloha 1). Z příspěvků Astachové přímo dýchá volnost, svoboda a pohoda, a zároveň i křehkost ženské duše. Nový obsah přidává i několikrát za den.

Instagramový profil Polozkové přináší zcela jinou atmosféru. Publikovaných postů je zde asi o polovinu méně, nové příspěvky jsou také méně frekventované. Navíc jsou po vizuální stránce fotografie poměrně nesourodé – na jednu stranu profesionální portréty, na druhou autentické spontánní fotografie vytvořené samotnou blogerkou (viz Příloha 2).

Básnické blogy jsou tedy složeny především z příspěvků s vlastní tvorbou, případně její propagací a spoluprací s básníky, fotografy či hudebníky. Na první pohled se od profilů dalších umělců či influencerů liší jen nepatrně.

Ovšem pokud se na příspěvky jiných blogerů, třeba právě influencerů, podíváme blíže, zjistíme, že se jejich obsah odlišuje hned v několika bodech. Influenceri doplňují osobní posty ze života o recenze a propagaci nejrůznějších produktů, sdílejí informace o svých projektech a spolupracích a vyhlašují soutěže o produkty, které jim byly zaslány firmami, s nimiž spolupracují. Někdy je na těchto blozích až polovina obsahu placená spolupráce. Struktura jejich blogů bývá tedy více plánovaná a organizovaná než u spontánnějšího obsahu básníků.

Profily básniček na Instagramu kladou důraz na textové či audiovizuální příspěvky s básněmi a umělecky pojatými osobními myšlenkami, vizuální stránka bývá povětšinou

¹²² АСТАХОВА, Ирина. 2023. [Ну какой вчера был...]. In: Instagram [online]. 6.1.2023 [cit. 2023-04-23]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CnEw1EoIPJo/>

minimalistická a slouží spíše jako podkreslení tvorby. Profil @ah_astakhova však dokazuje, že čtenáři dokážou najít verše i na vizuálně bohatých blozích.

2.3 Jazykové a grafické výrazové prostředky básnických blogů na Instagramu

Nyní si přiblížíme metody, které byly použity při shromažďování a analýze dat v praktické části práce. Nejprve jsme pečlivě prozkoumali více než 50 posledních instagramových příspěvků vybraných básnířek Polozkové a Astachové a zahrnuli také několik náhodných starších příspěvků pro celistvější obrázek jejich řečového portrétu. Během výběru jsme zohlednili, zda byly příspěvky uměleckého, či osobního charakteru. Následně jsme se zaměřili na identifikaci jazykových a grafických výrazových prostředků, které byly použity v daných příspěvcích.

Jazykové výrazové prostředky jsme shromáždili a zanesli do tabulky (viz Příloha 9), aby bylo možné určit jejich frekvenci výskytu. Další krok byl zaměřen na nejčastěji používané jazykové výrazové prostředky (viz Příloha 10), které jsou více rozebrány v jednotlivých podkapitolách.

Jak jazykové, tak i grafické výrazové prostředky jsme důkladně analyzovali na základě vybraných příkladů, aby bylo možné lépe porozumět jejich významu a relevanci, kterou mají v kontextu básnických blogů na Instagramu.

Celkově bylo tedy k analýze dat přistupováno systematicky a využita byla kombinace kvantitativních a kvalitativních metod pro důkladné porozumění jazykovým a grafickým výrazovým prostředkům, které se vyskytují v uměleckých a osobních příspěvcích na instagramových blozích vybraných básnířek.

2.3.1. Jazykové výrazové prostředky

2.3.1.1 *Metafory*

Mezi nejvyužívanější jazykový prostředek v poezii patří **metafory**. „Metafora představuje jeden z tropů, u něhož dochází k náhradě přímého, vlastního pojmenování pojmenováním nevlastním na základě podobnosti jejich významů.“¹²³ Rozlišujeme metafory aktuální (nově vytvořené obrazy) a lexikální, kdy se k přenesení pojmenování využívá slovo existující.

Metafory Astachové jsou poměrně průzračné, například „*ты мне вернул весну*“¹²⁴, obvykle pomocí pochopitelných obrazů přenáší na čtenáře své pocity a emoce a odkrývá hlubší obsah básně.

¹²³ NEKULA, Marek (2017): METAFORA. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny. [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/METAFORA>

¹²⁴ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 4.4.2023 [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CqnY1rxI-1b/>

Polozková využívá o něco složitější obrazy jako „*воздух размолотое стекло*“¹²⁵ a její metafory bývají silně expresivní, například „*что еще ты, кроме рыхлого вороха прошлого*“¹²⁶.

Místy do role metafory Polozková staví také lingvoreálie jako třeba „*адреса мои на мхедрули*“¹²⁷ nebo „*русь моя теперь аль-кауда*“¹²⁸. Lingvoreálie je možné chápat jako jazykové jednotky, jež pojmenovávají specifika kultury určitého národa, přičemž jejich výrazným rysem je obtížná přeložitelnost do jiného jazyka. Jedná se o nezbytnou součást výuky cizích jazyků, jejichž znalost usnadňuje komunikaci.¹²⁹

Obě básničky navíc používají frazeologismy, které vycházejí z již plně lexikalizovaných metaforických obrazů.¹³⁰ Poměrně hojně se vyskytují u Astachové, například „*я не хочу идти в ногу со временем*“¹³¹ nebo „*У нас с ним все строго и только по делу: Мы слов не бросаем на ветер – мы дети.*“¹³², kde frazeologismus „*бросать слова на ветер*“ doplňuje kontext již popsané situace. Frazeologismus může být také postaven do kontrastu s jiným tvrzením: „*Я хочу быть к чужим безликой, Но за близких стоять стеной!*“¹³³ Místy metaforické frazeologismy využívá rovněž druhá básnička: „*я пойду с легким сердцем, куда бы ты ни звала меня.*“¹³⁴

Používáním metafor se básničky snaží vyjádřit něco, co by jinak bylo obtížné nebo nemožné popsat v běžném jazyce. Vytvořené obrazy mají na publikum obvykle silný emocionální a estetický účinek. Správně zvolená obrazná pojmenování dokážou u čtenáře vyvolat konkrétní představy či emoce. Někdy mohou vybrané metafory vyznívat trochu pateticky, pokud se jedná o příliš jednoduché a často používané obrazy či klišé, to je však zcela subjektivní názor a instagramovým čtenářům naopak mohou známé obraty vyhovovat.

¹²⁵ POLOZKOVA, Vera. 2022. In: Instagram [online]. 6.5.2022 [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CdOFFPRik4j/?hl=cs>

¹²⁶ POLOZKOVA, Vera. 2022. In: Instagram [online]. 22.2.2022 [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CaSlvpjAlBv/?hl=cs>

¹²⁷ POLOZKOVA, Vera. 2022. In: Instagram [online]. 27.7.2022 [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CggFkLYIip1/?hl=cs>

¹²⁸ POLOZKOVA, Vera. 2022. In: Instagram [online]. 27.7.2022 [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CggGxC7o-Qf/?hl=cs>

¹²⁹ ROMAŠEVSKÁ, K., LAH, J. (2019). *Nový přístup k lingvoreáliím*. Studie z aplikované lingvistiky-Studies in Applied Linguistics, 10(2), s. 60

¹³⁰ BEČKA, J. V. Metafora ve větě. *Naše řeč* [online]. 1971, 54(1), 1-14 [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=5531>

¹³¹ АСТАХОВА, Ирина. 2021. In: Instagram [online]. 22.5.2021 [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CPLOLPRD4tV/>

¹³² АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 8.4.2023 [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CqxP-3III7h/>

¹³³ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 2.4.2023 [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CqhXHSwo2jQ/>

¹³⁴ POLOZKOVA, Vera. 2022. In: Instagram [online]. 4.4.2022 [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/Cb67SrdgQ7J/?hl=cs>

2.3.1.2 Přirovnání

Metafoře blízký literární prostředek je komparace neboli **přirovnání**, které můžeme definovat jako „syntakticko-sémantickou jazykovou strukturu, jež je založená na explicitním vyjádření podobnosti.“¹³⁵ Přirovnání pomáhají čtenářům lépe porozumět abstraktním konceptům a vcítit se do obsahu básně, nebo naopak rozšiřují konkrétní pojmenování skutečností o bohatou metaforu. Nejběžnější komparátor je stejný jak v češtině, tak i v ruštině a jedná se o slovo „как“ (jak/jako).

Přirovnání mohou být založena na různých typech podobností porovnávaných prvků: na významové („не обнимай меня так сладко и легко, как старую подругу“¹³⁶), smyslové („молчи, как ивы на аллеях“¹³⁷) či vizuální („безвольной как лист бумаги“¹³⁸).

Některé komparace bývají poměrně zřejmé a čtenář díky nim získá plný obraz, který jim chce básnířka předat: „сияла как стена огня“¹³⁹. Jiné příklady jsou zase expresivnější: „гроза сдерет тебя с нас, как грязь, то, чем ты была всегда“¹⁴⁰ a zanechají ve čtenáři silnější emocionální stopu. Básnířky využívají také přirovnání, jež jsou stejně jako metafoery zahrnuta v některých ustálených slovních spojeních, třeba „всё принимала! видела как на ладони сердце мое.“¹⁴¹

Polozková poměrně často využívá pouze jednoduchá přirovnání, například pomocí zvířecích obrazů a jejich typických vlastností: „через месяц война уже быть, ты на ней как бык, привязанный к бороне“¹⁴², „чтобы нас не отправили к праотцам, словно рыб, разрезав на лоскуты“¹⁴³ nebo „что ты им рассыпешь, как антилопу, из-под копыта?“¹⁴⁴ Polozková

¹³⁵ František Čermák, Zdeňka Hladká (2017): PŘIROVNÁNÍ. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny. [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/PŘIROVNÁNÍ>

¹³⁶ POLOZKOVA, Vera. 2021. In: Instagram [online]. 6. 9.2021 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CTfJUf2Id-4/?hl=cs>

¹³⁷ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 28.2.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CpNk2EJIs-x/>

¹³⁸ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 2.4.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CqhXHSwo2jQ/>

¹³⁹ POLOZKOVA, Vera. 2019. In: Instagram [online]. 2.3. 2019 [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: https://www.instagram.com/p/BugFb_DHFQm/

¹⁴⁰ POLOZKOVA, Vera. 2022. In: Instagram [online]. 21.10.2022 [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: https://www.instagram.com/p/Cj_CXvHIJPW/?hl=cs

¹⁴¹ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 25.3.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CqNNFjgoOu-/>

¹⁴² POLOZKOVA, Vera. 2022. In: Instagram [online]. 29.3.2022 [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CbrNHGqo-M-/?hl=cs>

¹⁴³ POLOZKOVA, Vera. 2022. In: Instagram [online]. 6.5.2022 [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CdOFFPRIk4j/?hl=cs>

¹⁴⁴ POLOZKOVA, Vera. 2021. In: Instagram [online]. 12.9.2021 [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CTsymXlomAV/?hl=cs>

navíc i do tohoto jazykového prostředku zapojuje lingvorealie, tentokrát například s odkazem na milovanou Indii: „он спит, свернувшись, как джалеби“¹⁴⁵.

V básních jsou o něco frekventovanější ta přirovnání, v nichž básnířky využívají spíše konkrétní obrazy a jednodušší příklady než větší, rozvinuté motivy. Obecně komparace umožňuje autorkám vyjádřit své myšlenky a pocity nápaditějším a působivějším způsobem.

2.3.1.3 Personifikace

Oblíbeným a poměrně frekventovaným druhem metafory je u básnířek **personifikace**. Zosobnění neboli antropomorfizace představuje proces i výsledek, při němž přisuzujeme děje a vlastnosti charakteristické pro člověka neživým předmětům.¹⁴⁶

Pro Astachovou je typická personifikace neživé přírody, pomocí které vytváří velice sugestivní obrazy zajímavé pro čtenáře. „Ветер гонит печаль, море шепчет: - Живи“¹⁴⁷ nebo „я встречала закат у солёной реки, и река говорила со мной.“¹⁴⁸ V těchto personifikacích ožívající příroda přináší prostá, avšak hluboká poselství. Předání myšlenek skrze hovořící neživé předměty posiluje celkový význam sdělení a dodává textu expresivnější náboj. Může se jednat také o symbolické propojení lidské duše s přírodou.

Můžeme si všimnout, že většina personifikací obou básnířek přisuzuje neživým předmětům právě onu schopnost řeči, o čemž také svědčí další příklady: „где запоют ему тепло все вывески и все табло: забудь забудь забудь“¹⁴⁹, „много истин Земля поведала“¹⁵⁰ nebo „город молчит“¹⁵¹.

Polozková pak v některých svých básních zobrazuje peklo jako konkrétní osobu, která má vlastnosti a chování člověka: „вон там, с набитым ртом, за нами ходит ад“¹⁵² nebo „ад продел

¹⁴⁵ POLOZKOVA, Vera. 2019. In: Instagram [online]. 2.3. 2019 [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: https://www.instagram.com/p/BugFb_DHFQm

¹⁴⁶ JELÍNEK, Milan (2017): PERSONIFIKACE. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny. [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/PERSONIFIKACE>

¹⁴⁷ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 18.3.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/Cp7VqdGoA3F/>

¹⁴⁸ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 5.4.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CqpiJRpIw8R/>

¹⁴⁹ POLOZKOVA, Vera. 2021. In: Instagram [online]. 10.9.2021 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CTnfAszIaj3/?hl=cs>

¹⁵⁰ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 11.4.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/Cq4k5uqoCoV/>

¹⁵¹ АСТАХОВА, Ирина. 2021. In: Instagram [online]. 11.5.2021 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/COvM8vrMLGA/>

¹⁵² POLOZKOVA, Vera. 2021. In: Instagram [online]. 6.9.2021 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CTfJUf2Id-4/?hl=cs>

нашу жизнь в один из своих станков“¹⁵³. Ovšem v jejich básních nalezneme i pozitivněji laděné personifikované obrazy, třeba: „ты есть свет, что дышит, упрям и зрим“¹⁵⁴.

Narazíme také na ustálenější personifikace typu „но я верю в любовь, что не знает грани“¹⁵⁵, které mohou působit na některé čtenáře trochu kýčovitě. Ovšem konkrétně v této básni se určitý patetický tón zdá být cílený. Básnířky využívají také personifikace, jež jsou již natolik ustálené, že se řadí k frazeologismům, například „Чтобы смерть обошла стороной.“¹⁵⁶ nebo „весна на пороге встала“¹⁵⁷.

Obecně je možné říct, že personifikace, stejně jako ostatní obrazná pojmenování ve verších básnířek, pomáhají vykreslit atmosféru a posilují symbolický význam básni, což může mít hlubší emocionální dopad na čtenáře. Personifikace navíc mnohdy nabízí novou perspektivu a netradiční úhel pohledu na určitou situaci či jev.

2.3.1.4 Epiteton

Epiteton představuje „výrazový prostředek se zpravidla estetickou funkcí, kterým autor nebo mluvčí blíže určuje vlastnost osoby, předmětu nebo jevu.“¹⁵⁸ Tento druh obrazného pojmenování běžně nalezneme pod označením *básnický přívlastek*. Slouží ke zdůraznění určitých rysů a vlastností, ať už osob, věcí či jevů. Básnířky jej mohou použít k vlastnímu hodnocení či vyjádření názoru.

V básních se místy potkáme se stálými, ustálenými či zlidovělými přívlastky, jedná se o **epiteton constans**. Jako příklad můžeme uvést některá již zažitá spojení, třeba „звук глухой“¹⁵⁹, který vypovídá o nevýraznosti daného zvuku, nebo „грустная душа“¹⁶⁰, jež nadneseně odkazuje na smutnou náladu. Básnířky se snaží držet krok s moderní poezií a ustálené přívlastky spíše nepoužívají.

Verše obou básnířek jsou bohaté na druhou formu přívlastku, a tou je **epiteton ornans**, tedy ozdobný přívlastek, jenž přináší originální propojení a jedinečné vlastnosti. Nalezneme květnatá

¹⁵³ POLOZKOVA, Vera. 2022. In: Instagram [online]. 6.5.2022 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CdOFFPRIk4j/?hl=cs>

¹⁵⁴ POLOZKOVA, Vera. 2022. In: Instagram [online]. 27.7.2022 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CgsrF4RIhQD/?hl=cs>

¹⁵⁵ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 20.3.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CqAftcxgEUv/>

¹⁵⁶ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 2.4.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CqhXHSwo2jQ/>

¹⁵⁷ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 26.2.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CpH2TXWoNoM/>

¹⁵⁸ *Akademický slovník současné češtiny* [online] (2017–2023): EPITETON. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, v. v. i. [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://slovníkcestiny.cz/heslo/epiteton/0/21954>

¹⁵⁹ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 12.3.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CpsAAWno3LB/>

¹⁶⁰ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 25.3.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CqNNFjgoOu-/>

epiteta jako „ты есть лунный путь, явленный, когда не искал“¹⁶¹, „ты омерзительна, как любая гнилая ложь.“¹⁶² nebo „безумная страшная вера в тебя“¹⁶³.

Vznikají rovněž zcela neobvyklé kombinace, které mohou každému čtenáři evokovat zcela unikátní obrazy: „в бесшумном, кашемировом режиме“¹⁶⁴ a „сыплются в горсть обугленные слова“¹⁶⁵. Pomocí těchto přívlastků autorky často vytvářejí překvapivé metaforické obrazy jako třeba „я заберу твою карманную Планету“¹⁶⁶ a posouvají své básnické vyjadřování na vyšší úroveň. Někdy jsou epiteta založena na kontrastu, například „Чтобы утром в тени рассветной Твоя вера не пошатнулась“¹⁶⁷, kde je stín spojován s úsvitem, a zároveň může poukazovat na určité těžkosti a výzvy, které člověk musí překonat.

Jak již vyplývá z příkladů, epiteton nese i silnou obraznou funkci – ve spojení s podstatným jménem vytváří metaforu. Básnířky využívají epiteta, aby zvýraznily určité aspekty obrazu či myšlenky. U některých epitet constans však hrozí vytvoření klišé či stereotypního vyjadřování.

2.3.1.5 Výčty

Jestliže básník začne záměrně vypočítávat řadu věcí, vyjmenovávat jednotliviny, jde o **výčet** neboli enumeraci.¹⁶⁸ Výčty mají v poezii mnoho funkcí. Jejich prvotní funkcí je vytvoření celé sítě konkrétních obrazů či emocionálních stavů a posílení atmosféry básně, zároveň enumerace přispěje také k silnější rytmicizaci veršů a dokáže zdůraznit důležitost a intenzitu sdělení.

Výčty básnířek bývají často jednoduché a skládají se ze slov, která náleží k jedné gramatické kategorii, například adjektiv („придется занять у волчьего. у змеиного. у вороньего.“¹⁶⁹) nebo substantiv („я сую в разломы жгуты, анестетики, сухари, питьевую воду, голыш, (...) детские рисунки“¹⁷⁰). Někdy jde o upřesnění myšlenky skrze kombinaci repetitivního slova a

¹⁶¹ POLOZKOVA, Vera. 2021. In: Instagram [online]. 4.9.2021 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: https://www.instagram.com/p/CTZQx6uI_h8/?hl=cs

¹⁶² POLOZKOVA, Vera. 2022. In: Instagram [online]. 29.3.2022 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CbrNHGqo-M-/?hl=cs>

¹⁶³ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 19.4.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: https://www.instagram.com/p/CrN3_0WraMH/

¹⁶⁴ POLOZKOVA, Vera. 2021. In: Instagram [online]. 5.9.2021 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CTcBgJPIe4t/?hl=cs>

¹⁶⁵ POLOZKOVA, Vera. 2022. In: Instagram [online]. 1.8.2022 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CgsrF4RlhQD/?hl=cs>

¹⁶⁶ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 23.3.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CqIA4mUoKFd/>

¹⁶⁷ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 2.4.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CqhXHSwo2jQ/>

¹⁶⁸ *Internetová jazyková příručka* [online] (2008–2023): VÝČET. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, v. v. i. [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: <https://prirucka.ujc.cas.cz/>

¹⁶⁹ POLOZKOVA, Vera. 2022. In: Instagram [online]. 4.4.2022 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/Cb67SrdgQ7J/?hl=cs>

¹⁷⁰ POLOZKOVA, Vera. 2022. In: Instagram [online]. 1.8.2022 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CgsrF4RlhQD/?hl=cs>

předmětného sdělení: „мир, что сеет радость, а не вину, мир, что нас наконец учел. мир, в котором есть спор и смех, тот, где власть – острота ума.“¹⁷¹

U obou básnířek nalezneme také polysyndetické enumerace, kde jsou jednotlivé položky spojeny opakujícími se konjunkcemi, nejčastěji se jedná o spojku „и“ („надышаться бы морем и весенним дождем и тобой.“¹⁷²) a „ни“ („ни льда, ни ревности, ни лжи“¹⁷³).

Potkat se můžeme také s hromaděním řečnických otázek, které jsou vyjmenovány s cílem vytvořit emocionální napětí a vyvolat ve čtenáři intenzivní pocity. „Что с этим миром? Зачем мы бросаем своих? Где этот свет, что сердца наши сделает чище?“¹⁷⁴ Tento efekt je ještě umocněn, pokud otázky nejsou následně zodpovězeny.

Ve tvorbě básnířek narazíme i na **paronomázi**, která spojuje foneticky podobná slova odvozená od stejného kořene.¹⁷⁵ Tento umělecký jazykový prostředek zesiluje význam sdělení a zaručeně přitáhne pozornost čtenářů: „прощаю. прости. простимся.“¹⁷⁶

Básnířky volí výčty tak, aby přinesly silnější plynulost textu, spíše výjimečně pak chtějí docílit opačného efektu, a to zbrzdění proudu slov a zdůraznění jednotlivých myšlenek.

2.3.1.6 Opakování výrazů

Mimo hromadění různých slov ve výčtech narazíme také na hromadění totožných výrazů, slovních spojení či celých vět. **Opakování výrazů** neboli repetice je „proces, který generuje opakování identických elementů v rámci jedné struktury.“¹⁷⁷ Mezi básnickými prostředky můžeme rozlišit několik různých figur, z nichž každá je charakteristická jiným druhem opakování. Jedná se například o anaforu, epiforu, epanastrofu, epizeuxis, refrén a další.

Záměrné vložení daných figur může mít v textu tři různá využití, jimiž je funkce zesilovací, zdůrazňovací a navazovací.¹⁷⁸ Nejrůznější opakování výrazů je možné vypořádat také ve tvorbě básnířek. Repetici slova či sdělení může dojít k zesílení významu a intenzity jako třeba „и мы как

¹⁷¹ POLOZKOVA, Vera. 2022. In: Instagram [online]. 27.7.2022 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CgsrF4RIhQD/?hl=cs>

¹⁷² АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 20.3.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CqAFtcxgEUv/>

¹⁷³ POLOZKOVA, Vera. 2021. In: Instagram [online]. 10.9.2021 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CTnfAszIaj3/?hl=cs>

¹⁷⁴ АСТАХОВА, Ирина. 2021. In: Instagram [online]. 11.5.2021 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/COvM8vrMLGA/>

¹⁷⁵ Petr Karlík (2017): PARONOMÁZIE. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny. [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/PARONOM%C3%81ZIE>

¹⁷⁶ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 26.2.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CpH2TXWoNoM/>

¹⁷⁷ Petr Karlík (1), Miroslav Grepl (2), Petr Mareš (3) (2017): OPAKOVÁNÍ VÝRAZŮ. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny. [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: https://www.czechency.org/slovník/OPAKOVÁNÍ_VÝRAZŮ

¹⁷⁸ Tamtéž.

очарованные дети малы, малы.“¹⁷⁹ nebo „Это тоже пройдёт, у всего есть финал. У всего есть финал!“¹⁸⁰ Zdůrazňovací opakování bývá intonačně odděleno, tedy pomocí interpunkčních znamének: „спи, спи, это всего лишь я.“¹⁸¹ Motivované navazovací neboli textotvorné opakování je do poetických textů vkládáno jako umělecký záměr: „Пронизан лучами, живет чудесами – Солёный – солёный шумит океан.“¹⁸² Je zřejmé, že hranice mezi jednotlivými typy je velmi tenká.

Ne zřídka bývá báseň propojena jedním opakujícím se motivem, nejčastěji se totožné verše objevují v první a poslední sloce textu, jedná se pak o refrén, který představuje v básních velmi populární prvek. S refrény si obě básničky často pohrávají a stejně jako jiné repetitivní výrazy, i refrény bývají obměňovány a mohou se následně v básni vyskytovat v řadě variací.

2.3.1.7 Řečnické otázky

Básničky navozují ve své poezii dojem rozhovoru za pomoci **řečnických otázek**. Rétorické neboli řečnické otázky se vyskytují ve formě tázací věty. „Jejich komunikační funkcí je tvrzení, zpravidla emocionálně zesílené, které z nich vyplývá, takže zpravidla nevyžadují verbalizovanou odpověď.“¹⁸³

V poezii slouží řečnické otázky pro upoutání čtenářovy pozornosti, přinášejí mu interaktivní zážitek a umožňují aktivněji vnímat text. Autorky je zároveň využívají také jako podnět k zamyšlení: „разве мы хотели уроков о смысле жизни такой ценой.“¹⁸⁴ I u dalších rétorických otázek v básních Polozkové si můžeme všimnout, že vynechává otazník a nahrazuje jej jiným interpunkčním znaménkem.

Básničky se mohou skrze řečnické otázky obracet na sebe samotné, čtenáře či konkrétního adresáta: „что ты делал после того, как забыл меня?“¹⁸⁵ Autorky mohou pomocí řečnických otázek dosáhnout různých účinků, například vyjádřit svou nejistotu („Море, море, скажи, что

¹⁷⁹ POLOZKOVA, Vera. 2019. In: Instagram [online]. 24.2. 2019 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/BuQ9-rRnZQU/>

¹⁸⁰ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 16.3.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/Cp18Yk7IEAj/>

¹⁸¹ POLOZKOVA, Vera. 2019. In: Instagram [online]. 2.3.2019 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: https://www.instagram.com/p/BugFb_DHFQm/

¹⁸² АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 21.2.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/Co6eID8o7IM/>

¹⁸³ Kamila Mrázková (2017): ŘEČNICKÁ OTÁZKA. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny. [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: https://www.czechency.org/slovník/ŘEČNICKÁ_OTÁZKA

¹⁸⁴ POLOZKOVA, Vera. 2022. In: Instagram [online]. 29.3.2022 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CbrNHGqo-M-/?hl=cs>

¹⁸⁵ POLOZKOVA, Vera. 2021. In: Instagram [online]. 1.9.2021 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CTR1ECpIrII/?hl=cs>

там ждѣт впереди?“¹⁸⁶), pochybnosti („Смерти боюсь (а вдруг это все в пустую?)“¹⁸⁷) či naději („какой-нибудь сюжет? сюжетный поворот?“¹⁸⁸), ale také provokaci, výzvu nebo ironii.

Řečnické otázky mohou sloužit také ke zdůraznění důležitosti tématu či otázky, kterou básník klade. Typický je také expresivní charakter a vytvoření určitého napětí: „неужто не будет силы в тебе попросить прощенья?!“¹⁸⁹ nebo „почему мне так холодно в мае?“¹⁹⁰

Za řečnickou otázkou následuje zpravidla odvoditelná **řečnická odpověď**, která často zůstává nevyslovena. To však ne vždy v poezii platí, daná otázka nemusí mít zjevnou a přímo formulovatelnou odpověď. Na položenou otázku odpovídají básničky samy, buď bezprostředně po vyčtení, či v průběhu svých veršů. „кто я? цветок сорванный, роза растущая во поле, рвущаяся во все стороны, голос сорванный воплем!“¹⁹¹ Řečnické odpovědi v poezii mohou být často nečekané či obsahovat přímé myšlenky, které jsou klíčem k pochopení básně.

2.3.1.8 Přímá řeč

V básních se často objevuje také reprodukováná řeč, a to nejčastěji ve formě **přímé řeči**, která předává obsah vyslovené či sepsané promluvy.¹⁹² Tento jazykový prostředek umožňuje čtenářům bezprostřední, autentický přístup k myšlenkám postav či samotného autora.

Básničky ve své tvorbě využívají jak přímou řeč uvozenou („«следуй только за сердцем к своей звезде».- так меня научил отец.“¹⁹³), tak i neuvozenou („хочет: о. ты в шерстяных носках. наивная. тут нужен батискаф.“¹⁹⁴). Častější je varianta bez uvozovek. Spíše ojediněle můžeme narazit také na nepřímou řeč. „скажи мне, что мы идем по одной дороге, которая

¹⁸⁶ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 18.3.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/Cp7VqdGoA3F/>

¹⁸⁷ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 25.3.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CqNNFjgoOu-/>

¹⁸⁸ POLOZKOVA, Vera. 2023. In: Instagram [online]. 7.4.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: https://www.instagram.com/p/CqvKJYnIj_u/?hl=cs

¹⁸⁹ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 26.2.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CpH2TXWoNoM/>

¹⁹⁰ АСТАХОВА, Ирина. 2021. In: Instagram [online]. 20.5.2021 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CPGer9IjQ8M/>

¹⁹¹ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 8.3.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CphN6vVIsHM/>

¹⁹² Milada Hirschová (2017): REPRODUKOVANÁ ŘEČ. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny. [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: https://www.czechency.org/slovník/REPRODUKOVANÁ_ŘEČ

¹⁹³ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 5.4.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CqpiJRpIw8R/>

¹⁹⁴ POLOZKOVA, Vera. 2021. In: Instagram [online]. 5.9.2021 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CTcBgJPIe4t/?hl=cs>

приведет к городам волшебным?“¹⁹⁵ nebo „ты хохочешь, что ты чудовище, что ты гибель и ужас сплошь.“¹⁹⁶

Přímou řeč nalezneme rovněž jako odpověď na řečnickou otázku: „что сказать вам? - идите к черту.“¹⁹⁷ Tento jazykový prostředek básnířkám slouží také k posílení lyrického či dramatického efektu veršů, ke zdůraznění významných momentů, sdělení niterných myšlenek a emocí. „я голос тяну к небосводу: -Пусть ничего не останется кроме любви.“¹⁹⁸ Použití přímé řeči v básních může být efektivním nástrojem, který pomůže vyvolat silný a intenzivní dojem u čtenářů.

2.3.1.9 Hovorové výrazy

Ruské **hovorové výrazy** je možné definovat jako mluvenou formu spisovné ruštiny.¹⁹⁹ Jde tedy o ústní formu jazyka, která slouží ke každodenní komunikaci především mluvčích spisovného jazyka.²⁰⁰ V poezii se hovorové výrazy využívají k vytvoření autentického jazykového prostředí a k posílení expresivního zabarvení textu.

Nejčastěji se hovorové výrazy v básních vyskytují v rámci přímé řeči. „- эй, ты чегооо?!“²⁰¹ nebo „девочка моя, ну чего творится?“²⁰² Skrze hovorovou lexiku básnířky často vyjadřují své emoce a postoje („мы им задницу надерём“²⁰³ nebo „все ей не так, чего бы я ни заметил!“²⁰⁴). Expresivní výrazy využívají také k popisu sebe samotných „я — бестолочь“²⁰⁵ a k vyjádření míry „мне кажется, я чертовски не ошибаюсь“²⁰⁶. Hovorové výrazy mohou

¹⁹⁵ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 8.3.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/Cph1X4IY8S/>

¹⁹⁶ POLOZKOVA, Vera. 2022. In: Instagram [online]. 29.3.2022 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CbrNHGqo-M-/?hl=cs>

¹⁹⁷ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 12.3.2023 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/Cprort9oPvD/>

¹⁹⁸ АСТАХОВА, Ирина. 2021. In: Instagram [online]. 11.5.2021 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/COvM8vrMLGA/>

¹⁹⁹ КОРЕЧНЫЙ, František. Spisovný jazyk a jeho forma hovorová. *Naše řeč*. 1949, **33**(1-2). s. 14-22. [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=4100>

²⁰⁰ *Словарь социолингвистических терминов: Разговорная речь*. Российская академия наук. Институт языкознания. Российская академия лингвистических наук. 2006. [online]. [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <https://sociolinguistics.academic.ru/>

²⁰¹ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 13.4.2023 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/Cq-byfwLkKz>

²⁰² POLOZKOVA, Vera. 2021. In: Instagram [online]. 3.9.2021 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CTXAflQIFQF/?hl=cs>

²⁰³ POLOZKOVA, Vera. 2021. In: Instagram [online]. 1.11.2021 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CVUqRCcAGBy/?hl=cs>

²⁰⁴ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 25.3.2023 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CqNNFjgoOu-/>

²⁰⁵ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 24.3.2023 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CqLVfMLoWtE/>

²⁰⁶ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 8.3.2023 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/Cph1X4IY8S/>

posloužit k vytvoření kontrastu, jestliže jsou stavěny do veskrze spisovném textu: „*кроме черной придонной жутти, есть и божия милость.*“²⁰⁷

2.3.1.10 Okazionalismy

V básních mohou být hovorové, ale i stylisticky neutrální výrazy využívány rovněž k jazykovému experimentování a tvorbě nových slov a výrazů. Takovým případem jsou **okazionalismy**, které představují „slovo vznikající příležitostně v procesu tvoření textu zpravidla pro jedno konkrétní použití podmíněné kontextem.“²⁰⁸ Jedná se o příležitostné neologismy, jejichž využití bývá tedy spíše jednorázové.

Okazionalismy ve své tvorbě využívá poměrně hojně Polozková. Skrze tyto novotvary nachází pojmenování třeba i pro své básnické sbírky, jako je „*Непоэманье*“²⁰⁹ a „*Осточерчение*“²¹⁰, či samostatné básně, například „*Перехокку*“²¹¹. Často se jedná o gramatické okazionalismy, kdy je záměrně užit gramaticky nesprávný tvar slova, ale nové tvary vznikají i dalšími způsoby. Například spojením dvou slov, přidáním prefixu či sufixu („*Слезы повылей чуть*“²¹² – по+вылить) a vytvořením zdvojnásobení („*Утрамка*“²¹³ – утрата+к). Obecně tato autorská slova dodávají básním zcela nový rozměr.

2.3.1.11 Inverzní postavení slov ve větě

Jestliže změním slovosled „neutrálního“ pořadí slov ve větě, jedná se o **inverzi** neboli anastrofu.²¹⁴ Ruština má volný pořádek slov, a tak se přehozený slovosled nepovažuje za chybu. V poezii je inverze poměrně běžný jev a využívá se už jen pro pohodlné vytvoření rýmu či upravení rytmu. Ovšem inverzní postavení slov slouží také k vytvoření určité exprese či ke zdůraznění vybraného výrazu.

²⁰⁷ POLOZKOVA, Vera. 2021. In: Instagram [online]. 2.9.2021 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CTUSiE1q5hV/?hl=cs>

²⁰⁸ Olga Martincová (2017): OKAZIONALISMUS. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/OKAZIONALISMUS>

²⁰⁹ ПОЛОЗКОВА, Вера. *Непоэманье*. Livebook/Гаятри, 2014. ISBN 978-5-904584-61-0.

²¹⁰ ПОЛОЗКОВА, Вера. *Осточерчение*. Livebook/Гаятри, 2015. ISBN 978-5-904584-44-3

²¹¹ ПОЛОЗКОВА, Вера. *Перехокку: Стих. РусТих: Стихи классиков* [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://rustih.ru/vera-polozkova-perexokku/>

²¹² POLOZKOVA, Vera. 2028. In: Instagram [online]. 9.11.2018 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/reel/Bp9wSXIHdUI/>

²¹³ ПОЛОЗКОВА, Вера. *Разве: Стих. РусТих: Стихи классиков* [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://rustih.ru/vera-polozkova-razve/>

²¹⁴ Stanislav Žaža (2017): HYPERBATON. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/HYPERBATON>

Běžně se jedná pouze o přehození přívlastku za podstatné jméno, které přispěje ke zvýšené rytmizaci a zvukomalebnosti, například „ты был гром небесный и гнев нагой“²¹⁵ nebo „тогда вернут и звук, и строй, и воздух в лёгкие сырой“²¹⁶. U básnířek se inverze často projevuje také změnou postavení přívlastňovacího zájmena: „грустной моей души“²¹⁷ či „бумажный мой венец. сад памяти моей.“²¹⁸

Můžeme narazit i na větší množství inverzně postavených větných členů v jedné větě, autorky prohazují například podmět a přísudek: „шла одна я по свету белому“²¹⁹. Jindy se zase sdělení skrze inverzní pořádek slov přibližuje mluvenosti, zvláště pokud je zkombinováno s elipsami: „блинов напеку к обеду, душистый согрею чай“²²⁰. Inverzní slovosled posiluje u čtenářů umělecký požitek z veršů.

2.3.2 Grafické výrazové prostředky

2.3.2.1 Využívání malých písmen namísto velkých

Netradiční grafický výrazový prvek, který propojuje jak příspěvky osobního charakteru, tak i publikace básnické tvorby, představuje psaní malých písmen bez ohledu na oficiální pravidla pravopisu. Jedná se o trend internetové komunikace, který je možné pozorovat především u mladší generace, jež odmítá jakákoliv pravidla, kontrolu a omezení. Tato skupina uživatelů internetu píše konstantě malými písmeny a velká považuje za přežitek, protože jejich použití nikterak nemění význam sdělení. Velká písmena pak slouží ke zdůraznění konkrétních slov a mohou být vykládána jako křik, protože vizuálně působí hlasitěji.²²¹

K trendu psaní malých písmen se přidává také volné zacházení s interpunkcí. Tečka se na sociálních sítích a v soukromé korespondenci stává stejně jako velká písmena spíše přežitkem. Na konci věty může být dokonce vnímána negativně (odtažitě či rozzlobeně) a asociuje konec diskuse.²²² Ovšem neformální internetová komunikace přináší i další změny ve vyjadřování, které

²¹⁵ POLOZKOVA, Vera. 2022. In: Instagram [online]. 27.7.2022 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CgsrF4RIhQD/?hl=cs>

²¹⁶ POLOZKOVA, Vera. 2021. In: Instagram [online]. 10.9.2021 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CTnfAszIaj3/?hl=cs>

²¹⁷ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 25.3.2023 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CqNNFjgoOu-/>

²¹⁸ POLOZKOVA, Vera. 2023. In: Instagram [online]. 7.4.2023 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: https://www.instagram.com/p/CqvKJYnlj_u/?hl=cs

²¹⁹ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 11.4.2023 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/Cq4k5uqoCoV/>

²²⁰ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 26.2.2023 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CpH2TXWoNoM/>

²²¹ ФИЛЬЦОВА, Надежда а Анастасия ЛЮБОВА, ТОКАРЕВА, Юлия, ed. Точка, точка, запятая: как меняется язык в интернет-пространстве. In: *Системный Блок* [online]. 06.07.2022 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://sysblok.ru/linguistics/tochka-tochka-zapjataja-kak-menjaetsja-jazyk-v-internet-prostranstve/>

²²² COLLISTER, Lauren B. Why does using a period in a text message make you sound insincere or angry? In: *The Conversation: Academic rigour, journalistic flair* [online]. July 19, 2016 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://theconversation.com/why-does-using-a-period-in-a-text-message-make-you-sound-insincere-or-angry-61792>

podtrhují uvolněný styl, například opakování písmen či znamének interpunkce (teček, vykřičníků i otazníků). Jedná se o novodobou, nepsanou formu etikety na internetu. Přičemž psaní podle pravidel, zvláště v běžné soukromé komunikaci, pak může působit příliš formálně, strojeně a neupřímně.

Tato novodobá norma písemného projevu na internetu se promítá také do publikovaných příspěvků obou blogerek. „*близко дружу с одной задорной сельской девчонкой с глазами-вишнями*“²²³. Tento úryvek představuje běžný příspěvek na profilu @bolshe_nikogda, který názorně zobrazuje trend malých písmen i absenci interpunkce. Interpunkční znaménka však mohou také přebývat: „*что мне сказать, решившему уйти?!*“²²⁴ nebo „*плёс! как я скучала*“²²⁵. Závorka na konci plní funkci neúplného emotikonu – smajlíka.

V postech z osobního života nás tento styl psaní nepřekvapí, ovšem Polozková daný formát zcela běžně praktikuje také ve své tvorbě:

*„покуда отключен
воинственный азарт
прислушайся о чём
боль хочет рассказать
стальные рукава
зачем подобрала
и стала такова
что ты себе мала
что ты трещишь по шву
ты говоришь врачу
здесь разве я живу?
я больше не хочу“*²²⁶

Verše už jen svým vzhledem připomínají plynulý tok myšlenek, jednu nepřerušovanou nit. Báseň může na čtenáře působit jako autentické a upřímné vyznání pocházející přímo z nitra básničky. Jedná se také o efektivní způsob, kterým je možné zdůraznit například emocionální stav či atmosféru. Na druhou stranu toto propojení celých vět může vyvolat také dojem chaosu a neuspořádanosti myšlenek.

²²³ POLOZKOVA, Vera. 2020. In: Instagram [online]. 27.8.2020 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CEZUPbKnKtW/>

²²⁴ АСТАХОВА, Ирина. 2021. In: Instagram [online]. 8.11.2021 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CWBdCbDI9CK/>

²²⁵ POLOZKOVA, Vera. 2020. In: Instagram [online]. 20.8.2020 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CEGeggQH5tF/>

²²⁶ POLOZKOVA, Vera. 2020. In: Instagram [online]. 1.7.2020 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CCE0inCHTQI/>

K nepřerušovanému plynutí básnického textu přispívají také přesahy neboli *enjambement*. Jedná se o „přesahování větného celku do následujícího verše“²²⁷. Na základě tohoto prostředku vytváří myšlenkový tok rovněž Astachová.

„я заберу твою
карманную Планету,
но через много лет
верну ее Большой.“²²⁸

Tato básnička většinou pravopis velkých písmen či interpunkci dodržuje podle normy jak v básních, tak i v příspěvcích osobního charakteru. Expresivně vyznívající sdělení plné emocí jako „Владивосток, Хабаровск и Южно-Сахалинск, спасибо!!!!“²²⁹ jsou spíše výjimkou.

2.3.2.2 Zmínky

O **zmínkách** na Instagramu jsme již zběžně hovořili v kapitole 1.1.5 Blog jako projev veřejné osoby. Jejich základem je znak „@“ (v hovorové češtině jde o *zavináč*, v ruštině se používá název *собака*), který je užíván mimo jiné také v e-mailových adresách. Aby odkaz na daného uživatele fungoval, existuje pravidlo použití s konkrétním pořadím komponentů. Je nutné nejprve vložit znak, poté bezprostředně bez mezery následuje oficiální uživatelské jméno označovaného.

Představují plnohodnotný, funkční odkaz na jiné profily v rámci Instagramu, a proto slouží ke snadnému a praktickému propojení uživatelů napříč celou touto platformou. Využívají se za účelem propagace či oznámení spolupráce. Zjednodušeně je možné tvrdit, že se jedná o symbol sloužící ke komunikaci.

U básniček nejčastěji narazíme na zmínky, jež upozorňují na cizí autorství fotografií, které blogerky sdílejí, ať už volně na svém profilu, nebo jako součást postu s poezií. Typická je například grafická kombinace s emotikonem kamery „📷 @serafimabaydan“²³⁰, ale i označení více profilů v jednom příspěvku „📷 @danilgolovkin для @voguerussia“²³¹. K označenému profilu fotografa může být připojeno také krátké poděkování: „(за картинку спасибо прекрасной @pavolgafoto)“²³².

²²⁷ *Internetová jazyková příručka* (2008–2023). Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, v. v. i. [online] [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://prirucka.ujc.cas.cz/?slovo=p%C5%99esah>

²²⁸ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 23.3.2023 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CqIA4mUoKFd/>

²²⁹ АСТАХОВА, Ирина. 2022. In: Instagram [online]. 10.12.2022 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: https://www.instagram.com/p/Cl_QlizIDnn/

²³⁰ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 15.1.2023 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/Cnb6AIEozCk>

²³¹ POLOZKOVA, Vera. 2020. In: Instagram [online]. 5.9.2020 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CEwJ9jeHX84/>

²³² POLOZKOVA, Vera. 2021. In: Instagram [online]. 17.2.2021 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CLZOV5Jnm4B/>

U Astachové se pak můžeme setkat s upřesňováním svého autorství u publikovaných básní. V popisku jejích příspěvku se často vyskytuje poznámka s označením „*Смуху @ah_astakhova*“²³³. Básnířka se hlásí ke své tvorbě a zmíněním sebe samotné dává najevo, že se jedná o autorskou tvorbu. K případnému omylu ohledně autorství by mohlo dojít například u básní, které jsou publikovány skrze recitaci ve videu. Na Instagramu se totiž vyskytuje množství profilů, kde umělci sdílí přednesy cizích veršů (například @noviiiiknova²³⁴) a ne všichni autora básní označují. Proto díky zmínce @ah_astakhova každý uživatel ihned pozná, že se jedná o vlastní tvorbu básnířky.

Tato zmínka má své místo i ve výčtu označení uživatelů (zejména dalších umělců), kteří se podíleli na vzniku dané fotografie, videa, či celého postu: „*Смуху @ah_astakhova Платье @masterpeace.masterpeace Фото @victoria_gurlina*“²³⁵. Běžné je také plynulé zapojení zmínky do poznámky: „*это «интервью» @innokino взял у фёдора в поезде и мне не показывал до вчерашнего дня.*“²³⁶ Odkaz na daný profil se prakticky a funkčně spojí s informacemi a je zřejmé, o koho se jedná a jaký má jeho označení význam.

Označení může pomoci také dobré věci, zvláště když se jedná o blogerky s poměrně velkým počtem sledujících. Jako ukázka poslouží zmínka výrobce invalidních vozíků pro aktivní pohyb @kinesis.ru v postu Polozkové s odkazem na dobročinnou sbírku.²³⁷ Den po publikaci příspěvku je potřebná částka vybrána: „*вы за сутки перевели 700 тысяч рублей на детские инвалидные коляски @kinesis.ru. теперь они точно запустятся.*“²³⁸

Ve většině případů obě básnířky využívají zmínky k oficiálnímu označení spolupracovníků daného příspěvku, případně slouží jako doporučení jiných umělců a jejich profilů nebo k propagaci značek a projektů. Spíše výjimečně jde o odkazy na profily přátel a dalších blízkých. Aby nebyla zmínka vnímána jako rušivý prvek, který odvádí pozornost od hlavního obsahu textu, často je stavěna až na konec popisu příspěvku, nebo hladce zakomponována do samotného textu. Básnířky se zmínkami pracují podobně jako ostatní blogeři na Instagramu.

²³³ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 19.1.2023 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/reel/Cnm-uc7j3-8/>

²³⁴ NOVIKOVA, Kristina. 2023. In: Instagram [online]. [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/noviiiiknova/>

²³⁵ АСТАХОВА, Ирина. 2022. In: Instagram [online]. 19.12.2022 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CmWsh5Uo4NWk>

²³⁶ POLOZKOVA, Vera. 2021. In: Instagram [online]. 1.2.2021 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CKvuZvVK3Lc/>

²³⁷ POLOZKOVA, Vera. 2020. In: Instagram [online]. 14.8.2020 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CD3nflGH5D7/>

²³⁸ POLOZKOVA, Vera. 2020. In: Instagram [online]. 15.8.2020 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CD6Lf1zn1C6/>

2.3.2.3 Hashtagy

V kapitole 1.1.5 Blog jako projev veřejné osoby padlo slovo také o „#“ **hashtazích**, které mohou pomoci rozšířit publikum daných blogů, ale zároveň jsou zcela dobrovolným a flexibilním prvkem. Využívání hashtagů v popisu příspěvku (nebo také ve Stories) se hovorově nazývá *tagování* (štítkování, značkování). Jedná se o formu kategorizace, která obsahuje tagy s klíčovými slovy souvisejícími s tématem příspěvku.²³⁹ Pomocí hashtagů je možné roztrždit a propojit obsah na Instagramu. Tento prvek je rozšířený rovněž na Twitteru, odkud také pochází, či na Facebooku. Do jednoho příspěvku je možné zakomponovat až 30 různých hashtagů, do jednotlivých hashtagů pak mohou uživatelé vložit téměř cokoli až na mezery a speciální znaky.²⁴⁰

Umělci na Instagramu často využívají hashtagy k tomu, aby přitáhli pozornost ke své tvorbě a získali nové čtenáře. Ale protože mají vybrané básnířky své stálé a početné publikum, hashtagy k propagaci využívají jen velmi zřídka.

Na profilech básnířek se tedy spíše výjimečně objevují hashtagy s kombinací slov, jejichž účel je zviditelnit příspěvek. Jedná se o specifická slova jako „*#стихи #поэзия #чувства*“²⁴¹ či „*#ахастахова #стихи #поэзия #жизнь #ноябрь*“²⁴², která bývají hojně vyhledávaná jak tvůrci, tak i čtenáři. Takováto řada hashtagů bývá zpravidla na konci příspěvku, aby nenarušovala tok poezie. Na profilu Astachové si u některých básní můžeme povšimnout, že kromě zmínek (*@ah_astakhova*), jež odkazují na její profil, používá také hashtagy (*#ахастахова*). Ty pomáhají zpřehlednit tvorbu pro čtenáře.

Hashtagy mohou mimo jiné pomoci doplnit kontext, podtrhnout sdělení, někdy i odhalit pointu celého postu: „*#ахновыестихимои #ахастахова #хочетсясвета*“²⁴³. V hashtazích se běžně spojují slova dohromady a vytváří tak unikátní označení obsahu. „*Час до #сядьянапротивменя* ❤️“²⁴⁴ Tyto originální hashtagy mohou být sdíleny napříč instagramovou komunitou a symbolizovat určité trendy, události nebo kampaně.

U Polozkové se nejčastěji setkáváme s použitím hashtagů k označení svých dětí (například „*#fyodor_alexandrovich*“²⁴⁵), které bývá typicky v příspěvcích osobního charakteru. Stejně jako

²³⁹ Tagování. In: *Infoz.cz: Slovník cizích slov* [online]. 2023 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.infoz.cz/tagovani/>

²⁴⁰ Jak na Instagramu používat hashtagy. In: *Centrum nápovědy* [online]. Meta, 2023 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/help/instagram/351460621611097>

²⁴¹ АСТАХОВА, Ирина. 2022. In: Instagram [online]. 27.10.2022 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CkONANIZPa/>

²⁴² АСТАХОВА, Ирина. 2022. In: Instagram [online]. 22.10.2022 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CIQhMmZo2XW/>

²⁴³ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 15.1.2023 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/Cnb6AlEozCk/>

²⁴⁴ АСТАХОВА, Ирина. 2022. In: Instagram [online]. 16.10.2022 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/Cjx9U7PoZIU/>

²⁴⁵ POLOZKOVA, Vera. 2020. In: Instagram [online]. 30.12.2020 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CJayAg8qxjr/>

zmínky, také hashtagy je možné zakomponovat do textu popisu: „спасибо @innokino за ego красоту, иронию, тишину, #письма_из_зокарны и это видео из ярославля - такая любовь и память.“²⁴⁶ V tomto konkrétním příkladu Polozková odkazuje na tematickou sérii videí, kde přednáší své verše.

Obecně lze říci, že básnířky hashtagy nevyužívají v takové míře jako například někteří influenceri a běžní uživatelé. Důvodem může být to, že již mají vybudovanou silnou a stabilní komunitu fanoušků. Hashtagy u příspěvků tedy nemusí nezbytně sloužit k získávání nových sledujících. To však neznamená, že by nebyly pro básnířky užitečné. Mohou jim pomoci při organizaci obsahu a usnadnit sledujícím najít příspěvky na určité téma. Nenalezneme je u každého jejich postu, a pokud jsou již v popisku obsaženy, bývají umístěny na konci textu. Jedná se vždy o tematicky související hashtagy, a to jak unikátní, nově vytvořená označení, tak i široce vyhledávané pojmy.

2.3.2.4 Emotikony a emoji

Zmínka padla také o **emotikonech**, protože se jedná hojně užívaný grafický výrazový prvek nejen na Instagramu. Zde se střetávají dokonce tři různé pojmy, které bývají v současnosti běžně zaměňovány a považovány za synonyma. První z nich je právě emotikon, jenž představuje „grafický symbol pro vyjádření emocionální reakce užívaný v elektronické komunikaci.“²⁴⁷ Emotikony jsou kombinací znaků klávesnice, převážně interpunkčních znamének, čísel a písmen.²⁴⁸ Smajlík pak zastupuje konkrétní druh emotikonu, který vypadá jako kulatý obličej s určitým výrazem, jenž může vyjadřovat úsměv, smích, údiv, smutek či pláč.

Nejpoužívanějším grafickým prvkem v současnosti jsou **emoji**. Jedná se o „digitální obrázek, který se přidává ke zprávě v elektronické komunikaci, aby vyjádřil určitou myšlenku nebo pocit.“²⁴⁹ Nalezneme je již v podobě celistvého obrázku a nabízí velký tematický výběr. Emoji jsou široce používány v podstatě ve všech mobilních aplikacích, na sociálních sítích a dalších digitálních komunikačních kanálech. Výjimkou není ani Instagram.







Nejčastěji se u básnířek setkáme s emoji kamery (fotoaparátu) „📷“, které v příspěvku označuje autora fotografie. Někdy může být zmínka v kombinaci s emoji více: „📷📷“


²⁴⁶ POLOZKOVA, Vera. 2020. In: Instagram [online]. 27.12.2020 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CJUMSFDq8hZ/>







²⁴⁷ *Internetová jazyková příručka* (2008–2023). Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, v. v. i. [online] [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://prirucka.ujc.cas.cz/?slovo=emotikon>

²⁴⁸ Lucie Jílková (2017): ELEKTRONICKÁ KOMUNIKACE. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny*. [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: https://www.czechency.org/slovník/ELEKTRONICKÁ_KOMUNIKACE

²⁴⁹ Překlad autorky. EMOJI. In: *Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus* © Cambridge University Press [online]. 2023 [cit. 2023-05-04]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/emoji>

@elguapoworld  @julia3701²⁵⁰ – v daném příkladu emoji odkazuje na make-up artistku. Přestože emoji běžně slouží k dobarvení kontextu, emocí a nálady daného sdělení a oživení komunikace, tímto poměrně srozumitelným způsobem mohou být nahrazena dokonce celá slova. Často bývá popisem příspěvku beze slov, tvořen pouze skupinou emoji, která mají znázornit pocity: „ ²⁵¹ nebo třeba „  ²⁵².

Běžná jsou také nejružnější emoji srdcí („С любовью, Ах ²⁵³). Výklad tohoto prvku může být nečekaně široký. Například červené srdce je v první řadě spojováno s láskou a vášní, ale v závislosti na kontextu může také vyjadřovat vděčnost, úctu nebo obdiv. Ovšem barevných variant je více a stejně tak i významů. Interpretace vždy závisí na čtenáři, navíc je ovlivněna kontextem a slovním komentářem blogerky.

Konvence, která by určovala, jak má vypadat oficiální podoba věty s emoji, zatím neexistuje. Za prvé jde o poměrně nový jev, za druhé se emoji v oficiálních dokumentech či korespondencích nevyužívají. Nalezneme je v soukromých konverzácích či na sociálních sítích. Jestliže se budeme bavit o emoji na konci věty, možné podoby psaní jsou celkem tři: emoji před interpunkcí, emoji za interpunkcí a emoji místo interpunkce. Poslední možnost je právě ta, kterou obě básnířky využívají: „Пусть будет тут  Моя третья прогулка по волнам  ²⁵⁴, „Спасибо @azur__brand сияю  ²⁵⁵ a „Посмотрите этот ролик вместе с нами и пусть он принесет тепло и веру в чудеса ²⁵⁶.

V příspěvcích obou blogerek nalezneme emoji pouze v publikacích osobního charakteru, a to navíc ve střídavém množství. V postech Polozkové se objevují velmi výjimečně. Básnířky tyto grafické prvky do svých básnických textů nevkládají, což může mít hned několik důvodů. Použití emoji v poezii by mohlo narušit plynulost veršů a rozptylovat pozornost čtenářů. Navíc by mohlo mít negativní vliv na celkovou formu a serióznost básně.

²⁵⁰ POLOZKOVA, Vera. 2021. In: Instagram [online]. 8.11.2021 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CWBTSgMIgqI/>

²⁵¹ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 8.2.2023 Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CoZXGt7oL2M/>

²⁵² POLOZKOVA, Vera. 2020. In: Instagram [online]. 9.7.2020 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CCaRQ0InurA/>

²⁵³ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 3.4.2023 Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CqkZiEioVnt/>

²⁵⁴ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 28.4.2023 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CrkuSIXIb07/>

²⁵⁵ АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. 28.4.2023 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CrIjfx1IXPn/>

²⁵⁶ POLOZKOVA, Vera. 2020. In: Instagram [online]. 25.12.2020 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CJN5aylqAWd/>

Závěr

Cílem této práce bylo nejprve shrnout řečová specifika internetové komunikace v teoretické části na základě dostupných odborných prací, poté analyzovat rysy řečového portréту básníka-blogera na sociálních sítích. Při analýze jsme se úzce zaměřili na sociální síť Instagram a ženské básničky píšící rusky. Je zřejmé, že tato volba ovlivnila výsledky analýzy.

V praktické části práce jsme pečlivě prozkoumali více než 50 posledních instagramových příspěvků vybraných básnířek Polozkové (@bolshe_nikogda) a Astachové (@ah_astakhova). Použit byl systematický přístup a kombinace kvantitativní a kvalitativní metody pro identifikaci nejčastěji používaných jazykových a grafických výrazových prostředků v uměleckých a osobních příspěvcích na instagramových blozích básnířek. Více pozornosti jsme věnovali jazykovým výrazovým prostředkům.

Z hlediska tematiky je možné vyzorovat, že básně na Instagramu jsou často velmi osobní a emocionální, ne zřídka se vztahují k soukromému životu a zážitkům básnířek a slouží jako způsob sebe prezentace a vyjádření niterných emocí a pocitů. Často se jedná o témata, která se mohou dotýkat také samotných čtenářů jako třeba sebepoznání či hledání smyslu života. A protože je většina veršů laděná pozitivně, mohou básně čtenáře také inspirovat a dodat jim naději. Co se kompozice zvolených blogů týče, básničky propojují příspěvky jak tvůrčího, tak osobního charakteru. Vzhledem k tomu, že se jedná o platformu Instagram, je kladen důraz také na vizuální stránku příspěvků.

Dále jsme se věnovali analýze jednotlivých jazykových prostředků a jejich funkci v básních. Jazykové prostředky jsme zaznamenali do tabulky (viz Příloha 9) a na základě frekvence výskytu určili nejvyužívanější jazykové prvky a vnesli je do grafu (viz Příloha 10). Nejhojněji využívané se ukázaly být metafory (23,4 %), skrze které básničky vyjadřují obrazy a emoce, jež by v běžném (neuměleckém) jazyce popsaly jen stěží. V básních se vyskytují jak bohaté a originální metafory, tak i ustálená obrazná pojmenování. Ukázalo se, že obě autorky často pracují také s frazeologismy (2 %), jež jsou čtenářům známé, a tak přináší konkrétní obrazy a představy. Někdy frazeologismy slouží výstižněji a efektivněji než nově vytvořené umělecké prostředky.

Ostatní jazykové výrazové prostředky byly v básních méně frekventované. Následovala přirovnání (11,6 %), která se skládají spíše z jednodušších jazykových obrátů a pomáhají čtenáři lépe porozumět básnickým obrazům, dále personifikace (9,4 %), které se nejčastěji dotýkají přírody a poskytují tak novou perspektivu na určité jevy, a v neposlední řadě epiteta (6,8 %), jež do básni vnášejí originální obrazy za pomoci unikátních přívlastků. Dalšími využívanými uměleckými prostředky byly například výčty (10,7 %) a různá opakování slov (10,3 %), která mají za cíl zesílit význam sdělení. Poměrně jedinečné jazykové prostředky pak nabízí tvorba Polozkové, básniřka

využívá jak lingvoreálie zakomponované do tropů, tak i okazionalismy pro výstižnější pojmenování nejrůznějších jevů.

Protože se jednalo o instagramové básničky, a tedy ne úplně klasickou básnickou platformu, k rozboru se nabízela ještě druhá rovina – grafická. Básničky-bloggerky využívají grafické výrazové prostředky jako emoji, zmínky a hashtagy k propagaci své tvorby, organizaci obsahu i k propojení s dalšími umělci, s nimiž spolupracují. Tyto prvky většinou přidávají tak, aby nenarušovaly jejich tvorbu, nesnižovaly serióznost obsahu a neodváděly pozornost čtenářů od veršů. Instagramové příspěvky daných básnířek navíc nesou grafické rysy novodobého internetového stylu komunikace, který se stal jakousi nepsanou formou internetové etikety. Jedná se o psaní výhradně malými písmeny a volné nakládání s interpunkcí. Tyto prvky v textu vytvářejí dojem proudu myšlenek a plynulosti.

Básnické blogy na Instagramu nepochybně představují fenomén dnešní doby, dochází zde k prolnutí tradičních uměleckých prostředků a forem a novodobých pravidel a grafických prvků internetové komunikace, což vytváří zcela nový hybridní styl psaní. Jedná se o otevřené téma také do budoucna, protože jazyk na internetu a jeho pravidla se neustále mění a vyvíjí a vznikají i další lingvisty zcela neprobádané platformy. V této práci byly zmíněny populární básničky, které mají jméno i mimo Instagram. Ovšem zajímavou otázkou může být to, kolik z běžných instagramových básníků se publikováním na sociálních sítích skutečně uchytilo a vydalo svoji tvorbu například pod záštitou nakladatelství a kolik z těchto básníků-bloggerů našlo své čtenáře i mimo sociální síť. K hlubší analýze by vybízela třeba také samostatný profil některého z básníků-bloggerů se zaměřením na jazykový i tematický vývoj umělce během let jeho působení.

Použité zdroje

CARNEGIE D., ESENWEIN J. B. *The art of public speaking*. Courier Dover Publications, 2017.

ČECH, Jiří. *Sociální interakce v prostředí kyberprostoru*. 2010. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Katedra sociologie. Vedoucí práce Duffková, Jana.

DOSTÁL, Jiří. *Internet druhé generace pro učitele*. Jiří Dostál, 2011.

DOUSKOVÁ, Markéta. *Komunikace na sociální síti*. Bakalářská práce. Technická univerzita v Liberci, Fakulta přírodovědně-humanitní a pedagogická, Katedra českého jazyka a literatury, Český jazyk a literatura. Vedoucí práce doc. PhDr. Milada Hirschová, DSc.

FOITKOVÁ, Lucie. *Současná jazyková komunikace na sociální síti Facebook*. Liberec, 2018. Bakalářská práce. Technická univerzita v Liberci, Fakulta přírodovědně-humanitní a pedagogická. Vedoucí práce prof. PhDr. Oldřich Uličný, DrSc.

FRIEDL, František. *Proměny a specifické rysy komunikace v prostředí internetu*. 2010. Diplomová práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Faculty of Applied Informatics, Ústav automatizace a řídicí techniky. Vedoucí práce Opatrný, Pavel.

HOMOLÁČ, Jiří, Petr MAREŠ, Jana HOFFMANNOVÁ, Lucie JÍLKOVÁ, Jakub KOPECKÝ a Kamila MRÁZKOVÁ. *Míšení žánrů, stylů a diskurzů v internetové komunikaci*. Praha: Academia, 2022. Lingvistika (Academia). ISBN 978-80-200-3319-2.

KALINYUK O. O., YUDINA O. N. *The role of the speech portrait in creating the protagonist's image*. Сучасні студії з романської і германської філології, Одеса, 15 травня 2020 року. S. 108-111

KARABUTOVA E. A., SOLDATOVA K. E. *The speech portrait of the main character as linguistic reflection of the human factor*. Belgorod National Research University. Научный диалог: Молодой учёный. 2018. s. 34-36

KASÍK, Pavel. *Nástup blogů na českou mediální scénu*. Praha, 2008. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Šmíd, Milan.

KHAYDAROVNA, U. S. *Speech Portrait Of A Hero From The Point Of View Of Linguistics*. Conferencea, 2023, s. 61-64.

KOMRSKOVÁ, Zuzana. (TBA) *Komunikace prostřednictvím emotikonů*. In: sborník z konference InterFaces 2015, Praha, s. 1–13.

KONEČNÝ, J. *Internetová komunikace – píšeme nebo mluvíme? K problematice fungování ruského jazyka ve virtuálním prostředí*, 2013.

KONEČNÝ, Štěpán, et al. *Fenomén lhaní v prostředí internetu*. Masarykova univerzita, 2011

LELKOVÁ, Karla. *Psychologické aspekty blogování*. Olomouc, 2017. Magisterská diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta, Katedra psychologie. Vedoucí práce PhDr. Šmahaj Jan, Ph.D.

NYIREDOVÁ, Tereza. *Módní blogy jako specifický publicistický žánr a jejich vliv na čtenáře*. 2016. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce Osvaldová, Barbora.

PETŘÍČEK, Miroslav. *Ženské psaní: pragmatický rozpor*. In: Ponořena do Léthé: sborník věnovaný cyklu přednášek Metafora ženy 2000-2001. Praha: Univerzita Karlova, 2003

PLESKA, Nikola. *Web 2.0 a blogy a jejich význam pro rozvoj (internetové) komunikace*. Praha, 2008. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví. Vedoucí práce Kera, Denisa.

REFORMATSKIJ, A. A. *Четыре тина речевых портретов*. Язык и общество. 1988, No. 1.

ROMAŠEVSKÁ, K., LAH, J. (2019). *Nový přístup k lingvorealitám*. Studie z aplikované lingvistiky-Studies in Applied Linguistics, 10(2), s. 58-67.

RYNEŠOVÁ, Klára. *Rysy mluvenosti a spontánnost v komunikaci na sociální síti*. 2013. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav českého jazyka a teorie komunikace. Vedoucí práce Mareš, Petr.

VÁVRA, Aleš. *Blog jako nástroj self-promotion: možnosti, příklady, náměty, doporučení*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2010, 52 s. 1 s. Dostupné také z: <http://hdl.handle.net/10563/13358>. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací, Ústav marketingových komunikací. Vedoucí práce Křížek, Zdeněk.

VEPŘEK, Jarmil. *Blogy a stylistické aspekty výstavby textu*. 2011. Bakalářská práce. Masarykova Univerzita, Filozofická fakulta, Ústav českého jazyka, Český jazyk a literatura. Vedoucí práce PhDr. Křístek, Michal, M. Phil., Ph.D.

VINOGRADOV, V. V. *Русский язык: Введение в изучение языка и культуры*. М.: Высшая школа, 1981.

АРИСКИНА, О. Л., ДРЯНГИНА, Е. А. *Языковая и коммуникативная личность: различные подходы к исследованию*. Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. No 25 (240). 2011. Вып. 58. s. 15–19.

БАБУШКИНА Е. А. *Речевой портрет личности: фонетические характеристики*. Вестник Бурятского государственного университета. Язык. Литература. Культура, 2012, 11, s. 7-11.

БЕЛКИНА, Е. С. *Блог в сети "Инстаграм" как компьютерно-опосредованный текст*. Поволжский педагогический вестник, vol. 8, no. 2 (27), 2020, s. 10-16.

БОНДАРЬКОВА, А.В. *Самопрезентация как особый интернет-жанр (на материале русскоязычных блогов)*. Вопросы психолингвистики, no. 19, 2014, s. 78-91.

ГОНЧАРОВА, М. А. *Виды блогов в социальной сети "Инстаграм"*. Поволжский педагогический вестник, vol. 10, no. 1 (34), 2022, s. 77-84.

ЕФРЕМОВ, Олег. *Instagram для поэтов и писателей*. ЛитРес, бřezen 2018. ISBN 9785449023216.

КАРАУЛОВ Ю. Н. *Русский язык и языковая личность*. М.: Наука, 1987.

КАСУМОВА, М.Ю. *Компьютерный дискурс как новый вид коммуникации*. Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева, no. 3, 2009, s. 62-66.

КИРИЛЛОВ, А.Г. *Трансформация жанра блога в программах обмена мгновенными сообщениями*. Жанры речи, no. 2 (16), 2017, s. 260-267.

КОЛОКОЛЬЦЕВА, Т.Н. *Диалогичность в жанрах интернет-коммуникации (чат, форум, блог)*. Жанры речи, no. 2 (14), 2016, s. 96-104.

МОРОЗОВА, О. Н. *Особенности Интернет-коммуникации: определение и свойств*. Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина, vol. 1, no. 5, 2010, pp. 150-158.

МОРОСЛИН, П. В. *Структурно-семантические параметры веб-блогов как особого речевого жанра*. Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки, no. 12, 2009, s. 332-337.

ПАВЛЫЧЕВА, Е. Д. *Характеристика особенностей понятия «речевой портрет»*. Вестник МГОУ. Серия: Лингвистика. 2015. No 6. s. 110-115.

СИДОРОВА, И.Г. *Коммуникативно-прагматические характеристики интернет-жанров «Живой журнал» и «Твиттер»*. Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Филология. Журналистика, vol. 13, no. 2, 2013, s. 109-113.

ТАРАСОВА, А.Н. *Жанровое разнообразие сетевых текстов*. Вестник Башкирского университета. vol. 19. no. 4. 2014, s. 1379-1382.

ШЛЯХОВОЙ, Д.А. *Жанровые характеристики блогов как электронных средств массовой коммуникации*. Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2017. Т. 8. No 4.

Elektronické zdroje:

AKADEMIE CZ.NIC. *Jak na internet: Struktura internetu. Metodický portál RVP.CZ* [online]. 6. 10. 2014 [cit. 2023-05-04]. Dostupné z: <https://clanky.rvp.cz/clanek/k/z/19213/JAK-NA-INTERNET-STRUKTURA-INTERNETU.html>

BARBOUR, K., LEE, K., MOORE, C. *Online Persona Research: An Instagram Case Study*. *Persona Studies*, 2017, 3(2), 1–12. Dostupné z: <https://doi.org/10.21153/ps2017vol3no2art710>.

BARON, Naomi S. *Instant messaging. Pragmatics of computer-mediated communication*, 2013, 9.

COLLISTER, Lauren B. *Why does using a period in a text message make you sound insincere or angry?*. In: *The Conversation: Academic rigour, journalistic flair* [online]. July 19, 2016 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://theconversation.com/why-does-using-a-period-in-a-text-message-make-you-sound-insincere-or-angry-61792>

DREZNER, D., FARRELL, H. *The power and politics of blogs*. 2004. Dostupné z: <https://courses.cs.duke.edu/spring05/cps182s/readings/blogpowerpolitics.pdf>

HERRING, Susan C. *Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs* [online]. Indiana University, Bloomington, 2004 [cit. 2021-11-27]. Dostupné z: <https://www.csus.edu/indiv/s/stonerm/genreanalysisofweblogs.pdf>

HUBLOVÁ, Pavlína. *Metodický portál RVP.cz* [online]. [cit. 15.10.2021]. Dostupné z: https://wiki.rvp.cz/Knihovna/1.Pedagogick%C3%BD_lexikon/K/Komunikace/Druhy_komunikace

KOPEČNÝ, František. *Spisovný jazyk a jeho forma hovorová. Naše řeč*. 1949, 33(1-2). s. 14-22. [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=4100>

MARKOVÁ, Eva. „*Ženské“ psaní žije!*. *PLAV: Měsíčník pro světovou literaturu* [online]. 1.5.2018, (5) [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.svetovka.cz/2018/05/05-2018-esej/>

Micropoetry and Instapoets: The new form of poetry writing. TheNortheastToday – Read From North East (TNT) [online]. Copyright © 2021 Thenortheasttoday.com, all rights reserved. [cit. 16.04.2023]. Dostupné z:

<https://thenortheasttoday.com/oped/micropoetry-and-instapoets-the-new-form-of-poetry-writing/cid2546541.htm>

PEHE, Jiří. Žijeme ve světě virtuální politiky. *Jiří Pehe: politický analytik a autor knih o politice i beletrie* [online]. 20. 1. 1999 [cit. 2023-05-04]. Dostupné z: <https://pehe.cz/1999/01/20/zijeme-ve-svete-virtualni-politiky/>

Psychologické aspekty komunikace na internetu – Díl II. | Lukáš Faltýnek a autoři. *Lukáš Faltýnek a autoři* [online]. Copyright © [cit. 14.10.2021]. Dostupné z: <http://lukas.faltynek.com/2007/03/01/psychologicke-aspekty-komunikace-na-internetu-dil-ii/>

STEHLÍKOVÁ, Olga. Česká literární šovinistika: Literatura (a literární kritika) psaná ženami je něco docela jiného než písemnictví mužů. In: *ITvar.cz: Webový magazín tvaru* [online]. 2016 [cit. 2023-04-30]. Dostupné z: <https://itvar.cz/ceska-literarni-sovinistika>

What Age Group Uses Social Media the Most? [Mar 2023 Update]. *Oberlo | Where Self Made is Made* [online]. Copyright © 2015 [cit. 16.04.2023]. Dostupné z: <https://www.oberlo.com/statistics/what-age-group-uses-social-media-the-most>

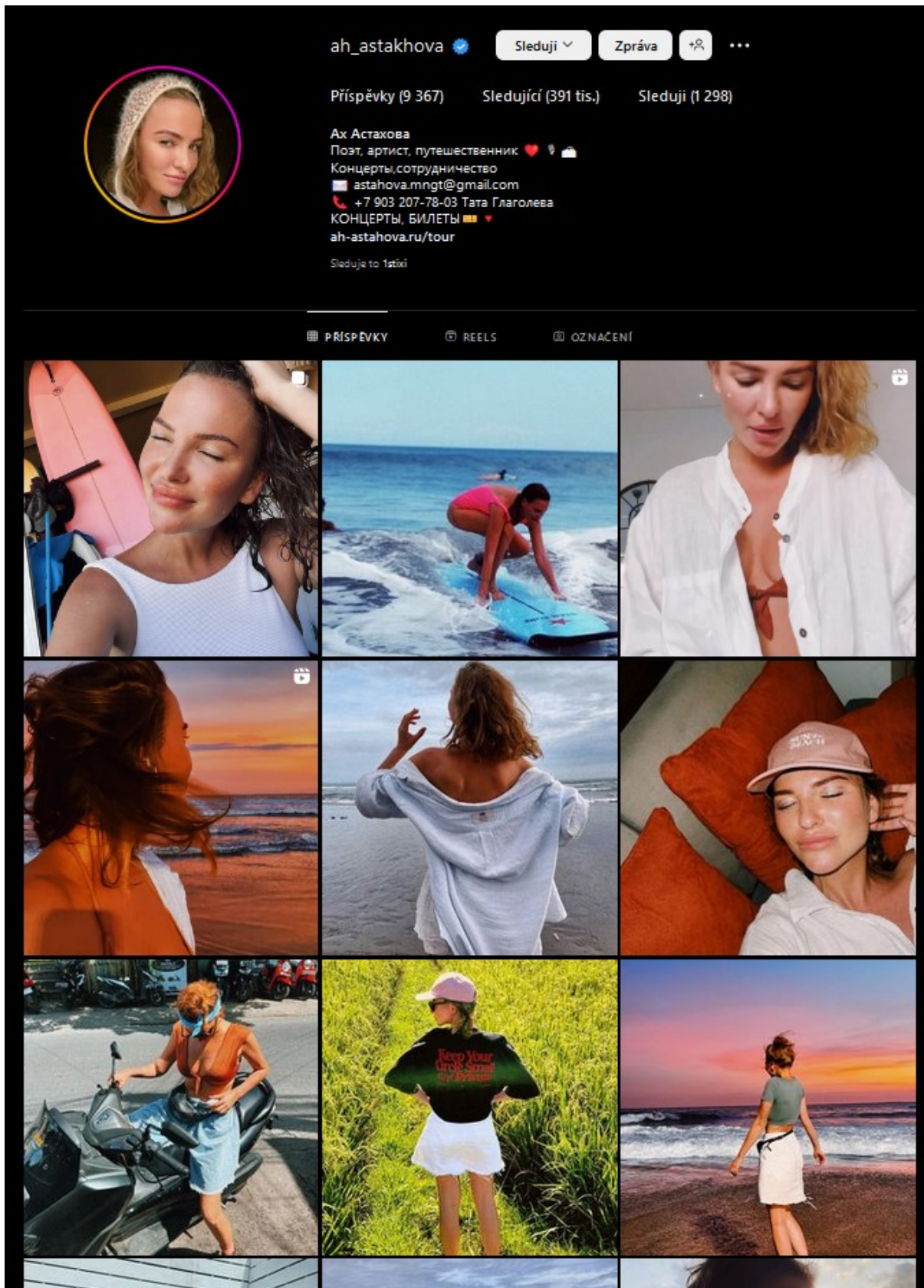
ФИЛЬЦОВА, Надежда а Анастасия ЛОБОВА, ТОКАРЕВА, Юлия, ed. Точка, точка, запятая: как меняется язык в интернет-пространстве. In: *Системный Блокъ* [online]. 06.07.2022 [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://sysblok.ru/linguistics/tochka-tochka-zapjataja-kak-menjaetsja-jazyk-v-internet-prostranstve/>

Vybrané instagramové blogy:

АСТАХОВА, Ирина. 2023. In: Instagram [online]. Dostupné z: https://www.instagram.com/ah_astakhova/

ПОЛОЗКОВА, Vera. 2023. In: Instagram [online]. Dostupné z: https://www.instagram.com/bolshe_nikogda/

Пřílohy



Пříloha 1: Instagramový profil @ah_astakhova

АХ АСТАХОВА
светлая лирика

29 марта КИПР (ЛИМАСОЛ)

8 апреля ЛИПЕЦК (СКОРНЯКОВО)

ah_astakhova • Sleduji

ah_astakhova • Ближайшие концерты такие. Билеты по ссылке в описании профиля.

С нетерпением жду встреч.

Ваша Ах ❤️
4 týd. Zobrazit překlad

jackie_tsipileva А в Анталии будет? ❤️
4 týd. Odpovědět Zobrazit překlad

— Zobrazit odpovědi (1)

her_majesty_vlada Жду на Кипре ❤️
4 týd. Odpovědět Zobrazit překlad

To se líbí elena_raiskaya_ a dalšími
BŘEZEN 23

Пřidejte komentář... Zveřejnit

Пříloha 3: Pozvánka na vystoupení básničky Iriny Astachové

2021

13.05 Н. НОВГОРОД
15.05 КАЗАНЬ
17.05 КИЕВ
21.05 КАЛИНИНГРАД
24.05 КРАСНОДАР
25.05 РОСТОВ-Н-Д
27.05 ПЯТИГОРСК
4.06 КУРСК
5.06 МЦЕНСК
7.06 БЕЛГОРОД

ЕЩЁ ->

VERAPOLOZKOVA.RU

bolshe_nikogda • Sleduji

bolshe_nikogda • сыграли с @alexandermanotskov в марте-апреле первую треть большого весеннего тура: киров, ижевск, москва, Санкт-Петербург, Минск, Воронеж, Великий Новгород, Геленджик. сотня баек, полтора десятка эпиграмм друг на друга и видео с фонариками на «колыбельной для машинок» из каждого города. нас четверо в команде, с нашим классным директором @artem.komissarov и Юлией Сергеевной, отвечающей за книжки, и мы бесконечно каламбурируем, трюним и хохочем в пути: раньше гастроли были любимой, но изнурительной работой, теперь у меня трое детей, и гастролей я жду как

To se líbí sharapovasvitlana a dalšími
KVĚTEN 13, 2021

Пřidejte komentář... Zveřejnit

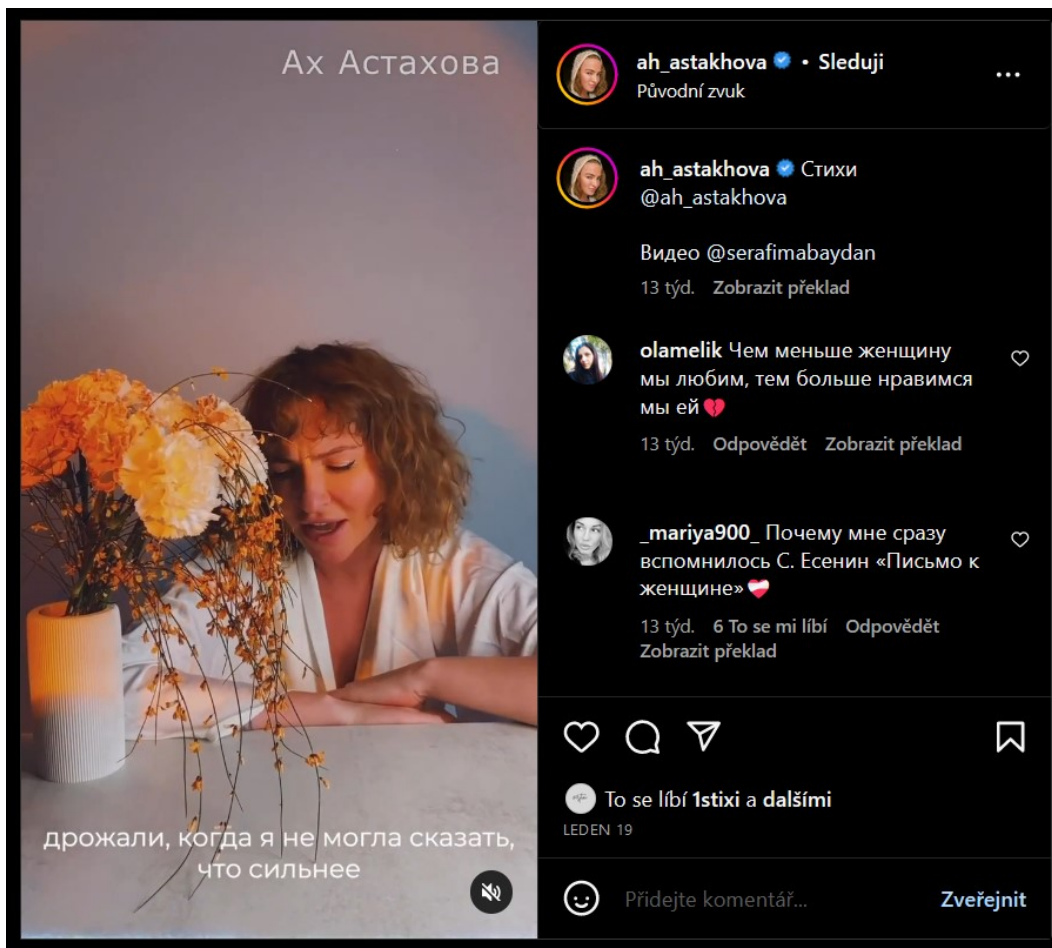
Пříloha 4: Pozvánka na vystoupení básničky Very Polozkove



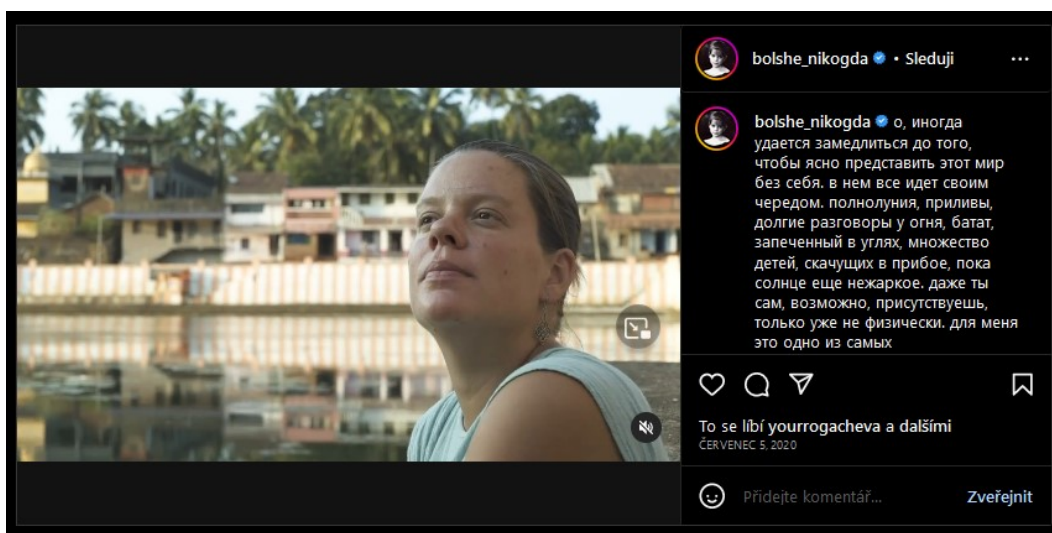
Пříloha 5: Způsob prezentace tvorby – textová podoba



Пříloha 6: Způsob prezentace tvorby – textová podoba



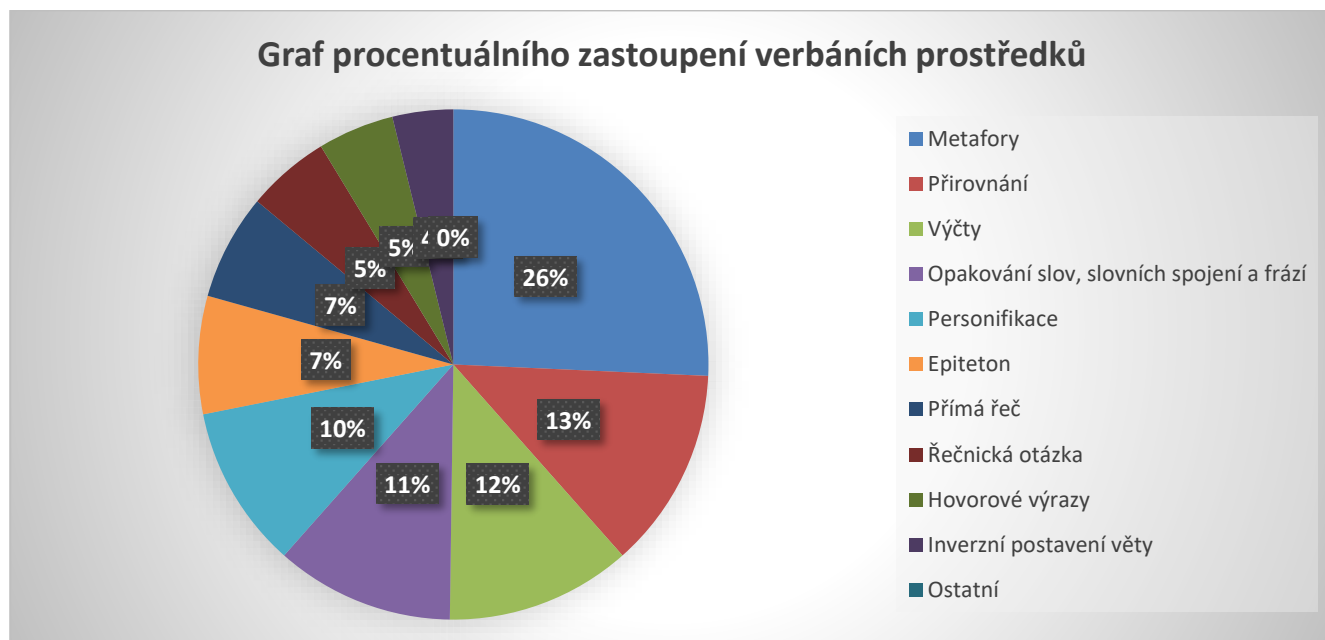
Příloha 7: Způsob prezentace tvorby – vlastní přednes s videem



Příloha 8: Způsob prezentace tvorby – vlastní přednes s videem

VERBÁLNÍ JAZYKOVÉ PROSTŘEDKY		
Verbální prostředek	Počet	Procentuální zastoupení
Metafory	107	23,4 %
Přirovnání	53	11,6 %
Výčty	49	10,7 %
Opakování slov, slovních spojení a frází	47	10,3 %
Personifikace	43	9,4 %
Epiteton (ornans a constans)	31	6,8 %
Přímá řeč	28	6,1 %
Řečnické otázky	22	4,8 %
Hovorové výrazy	20	4,4 %
Inverzní postavení věty	16	3,5 %
Oslovení (+ apostrofa)	10	2,2 %
Frazeologismus	9	2,0 %
Elipsa	8	1,7 %
Kontrast	8	1,7 %
Synekdoha	4	0,9 %
Metonymie	2	0,4 %
Synestezie	1	0,2 %
dohromady	458	100 %

Příloha 9: Tabulka jazykových prostředků



Příloha 10: Graf jazykových prostředků v ženských básních na Instagramu