

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Filozofická fakulta

Katedra asijských studií



MAGISTERSKÁ DIPLOMOVÁ PRÁCE

Analýza čínských seznamovacích inzerátů

Analysis of Chinese Lonely Hearts advertisements

Olomouc 2012

Michaela Benešová

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Ondřej Kučera

Kopie zadání diplomové práce (započítává se do číslování stran, ale číslo strany se neuvádí)

Prohlášení

Já, Michaela Benešová, prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně a použila jsem pouze uvedené podkladové materiály a literaturu.

V Olomouci dne _____

Podpis

ANOTACE

Příjmení a jméno autora:	Michaela Benešová
Název katedry a fakulty:	Katedra asijských studií, Filozofická fakulta
Název diplomové práce:	Analýza čínských seznamovacích inzerátů
Vedoucí diplomové práce:	Mgr. Ondřej Kučera
Počet znaků:	121 847 znaků
Počet příloh:	10 přílohy
Počet titulů použité literatury:	44 titulů
Klíčová slova:	seznamovací inzerát, genderová analýza, čínský jazyk, věková kategorie,

Abstrakt:

Cílem této práce je analýza čínských internetových seznamovacích inzerátů s ohledem na věk a pohlaví inzerentů. Úvodní část je věnována seznamovacímu inzerátu z hlediska textové lingvistiky, konkrétně funkci tohoto textového útvaru a jeho textovému typu. Samotná analýza se v první části zaměřuje na grafickou stránku čínských seznamovacích inzerátů a její specifika, v druhé části se zabývá jednotlivými inzeráty ze sémantické perspektivy. Výsledky analýzy představují specifika jednotlivých věkových kategorií a pohlaví v závislosti na konkrétních tématech a způsobu vyjadřování.

Abstract:

The aim of this work is the analysis of Chinese internet dating ads with respect to age and gender advertisers. The first part is devoted to dating ad in terms of text linguistics, specifically what you can do with this text and the text body type. The analysis in the first part focuses on the graphic side of Chinese dating ads and its specifics, in the second part it deals with various advertisements from a semantic perspective. The results of the analysis are presented in the different age groups and sex, depending on the specific topics and manner of expression.

Děkuji panu Mgr. Ondřeji Kučerovi za odborné vedení, cenné rady a potřebný kritický přístup při zpracování diplomové práce. Poděkování patří také mým blízkým za podporu a trpělivost.

Obsah

Seznam tabulek a grafů	8
Ediční poznámka	10
1. Úvod.....	11
2. Materiály a metody	13
3. Druh textu	15
3.1. Funkce textu	16
3.2. Seznamovací inzerát z pohledu textového typu	18
3.3. Forma komunikace	18
3.4. Seznamovací inzerát v Číně	19
4. Internetový jazyk.....	20
5. Jazyk a identita, sociální status	21
6. Postavení žen a mužů ve společnosti a jeho vliv na jazykový projev	22
6.1. Genderové odlišnosti v pojmech sociální identity.....	24
7. Analýza čínských seznamovacích inzerátů.....	26
7.1. Grafická forma.....	27
7.1.1. Délka seznamovacího inzerátu.....	27
7.1.2. Části textu psané latinkou	28
7.1.3. Emotikony	37
7.1.4. Klasická čínská poezie	40
7.1.5. Chybné užití znaku.....	40
7.2. Sémantická analýza	48
7.2.1. První osoba.....	49
7.2.2. Obecné označení „muž“ / „žena“ v inzerátech.....	50
7.2.3. „Předurčení“	52
7.2.4. Moderní vs. klasická čínština	54

7.2.5.	Použité osoby a zájmena	61
7.2.6.	Modální částice	66
7.2.7.	Tematické kategorie	73
8.	Závěr	83
9.	Resumé.....	85
10.	Použitá literatura a internetové zdroje	86
11.	Přílohy.....	91

Seznam tabulek a grafů

1. Tabulky

Tabulka 1: Označení životních etap	24
Tabulka 2: Oslovení a vztahy	25
Tabulka 3: Délka inzerátu	27
Tabulka 4: Výskyt latinky	30
Tabulka 5: Výskyt 他 / 她, TA!	35
Tabulka 6: Výskyt emotikonů	39
Tabulka 7: Výskyt nejčastějších označení „muž“ / „žena“	51
Tabulka 8: Procentuální výskyt atributivních ukazatelů 之 <i>zhī</i> a 的 <i>de</i>	55
Tabulka 9: Procentuální výskyt slov s významem „hledat“ 觅 <i>mì</i> a 寻找 <i>xúnzhǎo</i>	56
Tabulka 10: Procentuální výskyt 成语 <i>chéngyǔ</i>	58
Tabulka 11: Tematické kategorie 成语 <i>chéngyǔ</i>	60
Tabulka 12: Užití zájmen	62
Tabulka 13: Pozice ...的人 v čínské větě	64
Tabulka 14: Výskyt modálních částic	67
Tabulka 15: Význam částice 吧 <i>ba</i>	69
Tabulka 16: Význam částice 呢 <i>ne</i>	72
Tabulka 17: Slova s významem „žena“	91
Tabulka 18: slova s významem „muž“	92
Tabulka 19: Slovní zásoba - záliby	94
Tabulka 20: Slovní zásoba - vlastnosti	96
Tabulka 21: Slovní zásoba - fyzický popis	104
Tabulka 22: Slovní zásoba - pocity	105
Tabulka 23: Slovní zásoba - zdraví	107
Tabulka 24: Slovní zásoba – rodin	107
Tabulka 25: Slovní zásoba - finance	108
Tabulka 26: Slovní zásoba - práce	109
Tabulka 27: Slovní zásoba - vzdělání	111

2. Grafy

Graf 1: Průměrná délka inzerátu	28
Graf 2: Výskyt latinky.....	31
Graf 3: Výskyt 他 / 她 + TA!.....	35
Graf 4: Výskyt 他 / 她, TA!	35
Graf 5: 非诚勿扰	36
Graf 6: Výskyt emotikonů.....	39
Graf 7: Procentuální výskyt slov s významem „předurčení“	53
Graf 8: Výskyt slov s významem „předurčení“	53
Graf 9: Četnost užití atributivních ukazatelů 之 <i>zhī</i> a 的 <i>de</i>	55
Graf 10: Četnost užití slov s významem „hledat“ 觅 <i>mì</i> a 寻找 <i>xúnzhǎo</i>	56
Graf 11: Četnost užití 成语 <i>chéngyǔ</i>	58
Graf 12: Pozice ...的人 v čínské větě.....	64
Graf 13: Použití zájmen.....	65
Graf 14: Výskyt modálních částic	67
Graf 15: Výskyt slovní zásoby – záliby	74
Graf 16: Podíl slovní zásoby – vlastnosti	75
Graf 17: Podíl slovní zásoby – fyzický popis	76
Graf 18: Podíl slovní zásoby – pocity	77
Graf 19: Podíl slovní zásoby – zdraví	78
Graf 20: Podíl slovní zásoby – rodina	79
Graf 21: Podíl slovní zásoby – materiální zajištění.....	80
Graf 22: Podíl slovní zásoby – práce.....	81
Graf 23: Podíl slovní zásoby – vzdělání.....	82

Ediční poznámka

Pro přepis čínských slov byla použita čínská transkripce *pinyin*, doplněná také o tóny. Jsou-li uváděna čínská slova/věty, pak je nejdříve uváděn čínský znak, následně zmíněný přepis v latině, pro výraznější rozlišení v textu je označen kurzívou a dále následuje český překlad v uvozovkách.

Není-li uvedeno jinak, pochází použité příklady z čínské internetové seznamky dostupné na <http://www.jiayuan.com/>. V tomto případě se jedná o citace z konkrétních reálných seznamovacích inzerátů.

1. Úvod

Mnoho mladých Číňanů žijících v době, kdy musí čelit všudypřítomné globalizaci a vysokým požadavkům, stále častěji tíhnou k méně konvenčním možnostem seznámení, než tomu bylo v dřívějších dobách. Zároveň mají dnešní Číňané poněkud jiná očekávání od svého budoucího partnera, než tomu bylo u předchozích generací. Dříve lidé hledali někoho, s kým budou trávit čas. Dnes se již nároky zvýšily a lidé hledají osobnosti se společnými zájmy, smyslem pro humor atd. Nedá se zcela jednoznačně říci, že by seznamování prostřednictvím rodinných příslušníků, kolegů či kamarádů bylo úplným přežitkem, především však mladí Číňané čím dál více využívají k seznamování média, konkrétně internet a internetové seznamovací portály, na které jsem se v této práci zaměřila.

Internetové seznamky nabízejí možnost najít partnera poměrně rychlou a efektivní cestou. Tímto způsobem je možné hledat člověka konkrétního věku, zaměstnání, vzdělání atd., čímž se eliminuje možnost ztrácet čas s někým, kdo nesplňuje již základní požadavky. Nejpopulárnějším čínským seznamovacím portálem je *jiayuan.com*, z něhož zároveň pochází i materiály pro tuto práci.

Při srovnání českého a čínského seznamovacího inzerátu je na první pohled zřejmé, že je možné nalézt hned několik ať už stylistických, tak obsahových rozdílů. Po přečtení je ihned patrné, že i v tak specifické textové formě, což seznamovací inzerát bezpochyby je, se odráží rozdílnost společenských struktur a životních hodnot. Zajisté by bylo velice zajímavé zabývat se touto tematikou hlouběji ze sociologické perspektivy, tato diplomová práce se nicméně blíže zabývá spíše lingvistickými specifiky. Téma seznamovacích inzerátů je také zajímavé díky své „interdisciplinaritě“. Budeme-li vycházet z faktu, že lidská existence je závislá na plození dalších a dalších generací, dojdeme vlastně k závěru, že hledání partnera by se dalo považovat za jakýsi hlavní úkol lidstva. Je nezpochybnitelné, že je tento „úkol“ ovlivněn mnoha psychologickými a kulturními faktory. Díky interdisciplinárnímu charakteru textu, kde se snoubí několik vědních disciplín jako např. psychologie, sociologie a lingvistika, je seznamovací inzerát objekt skýtající mnoho možností detailního rozboru z různých perspektiv. Tato práce se blíže zaměří na lexikální analýzu jednotlivých seznamovacích inzerátů s ohledem na pohlaví a věk respondentů.

V čínštině se k českému „seznamovací inzerát“ setkáme s čínskou alternativou 征婚广告 *zhēnghūn guǎnggào*. Jedná se o složeninu dvou slov, 征婚 *zhēnghūn* je definováno jako „公共征求结婚对象“, což by se dalo přeložit jako „hledat oficiálně manžela/manželku“ (现代汉

语词典, 2003: s. 1603), druhá část kompozita 广告 *guǎnggào* znamená „reklama, inzerát“ (现代汉语词典, 2003: s. 471). Na rozdíl od čínského ekvivalentu, který již ve významu nese pojem „manželství“, je český výraz „seznamovací inzerát“ více obecný, orientovaný jen na pouhé seznámení, přičemž se nemusí jednat přímo o hledání partnera.

Tuto diplomovou práci lze tematicky rozdělit na dvě hlavní části. První část se blíže zabývá „žánrem“ seznamovací inzerát z textovo-lingvistické perspektivy, kde jsou představeny analýzy různých textových lingvistů a zároveň je přiblížen literární „objekt“ – „seznamovací inzerát“.

Druhá část je věnována podrobné lexikálně analýze seznamovacích inzerátů. Jako zdroj posloužily internetové stránky největší čínské seznamky <http://www.jiayuan.com/>.

2. Materiály a metody

Jak již bylo zmíněno, zdrojem jednotlivých inzerátů byl největší internetový seznamovací portál 世纪佳缘交友网 jiyuan.com. S ohledem na zabezpečení tohoto portálu, bylo nutné vytvořit si vlastní profil, aby byl umožněn přístup k jednotlivým inzerátům.

V první fázi proběhl sběr jednotlivých příspěvků podle pohlaví a jednotlivých věkových kategorií. Vzhledem k širokému věkovému spektru respondentů, jsem se rozhodla kategorizovat respondenty do tří hlavních věkových skupin, které jsem stanovila na základě „životních fází“ dnešních Číňanů, tedy 18 – 25 let, 26 – 40 let, 41 - 60 let a 61 a více let.

Předmětem podrobné analýzy bylo vytvoření detailních tabulek, obsahujících údaje o konkrétních počtech vět, klauzích, slov a znaků v jednotlivých inzerátech. Dále jsem se detailně zaměřila na hojnost užívání dvojslabičných slov, která byla dále tematicky kategorizována a pro čínštinu tolik typických 成语, kterým se následně věnuji ve speciální kapitole zaměřené na sémantickou analýzu ve vztahu k jednotlivým věkovým skupinám a pohlaví. Na základě výsledků jednotlivých analýz jsem se pokusila kategorizovat jednotlivé věkové skupiny dle specifického užití konkrétních spojení a vytvořit tak jakýsi jednoduchý slovník pro každou jednotlivou věkovou kategorii. V jednotlivých tabulkách analyzujících konkrétní věkovou kategorii jsem věnovala jednu část tzv. „poznámkám“, kde uvádím konkrétní zajímavá specifika jednotlivých inzerátů, která se pokusím dále rozvést a klasifikovat ve speciální kapitole.

Portál 世纪佳缘交友网 jiyuan.com je členěn do několika sekcí, liší se vlastním přispěním jednotlivých účastníků seznamky na tvorbě textu. Pro mou textovo-lingvistickou analýzu je nejzajímavější část, kde mají inzerenti „volné pole působnosti“ a v jejich kompetenci je vytváření vlastního souvislého textu. Jak se později ukáže, každý k tomu přistoupil jinak (o tom v jednotlivých kapitolách). Pro tento typ analýzy je již méně zajímavá ta část, kde jsou respondentům nabízeny jakési modelové odpovědi, které si následně podle potřeby mohou upravit.¹ Část, která by byla vhodná spíše ke kulturně-sociologicky orientovanému výzkumu, se následně věnuje doplňování zájmů, vlastností atd., přičemž vycházím z předpokladu, že je respondentovi nabídnut konkrétní seznam slov, ze kterých jen vybírá, nečerpá tedy z vlastního slovníku, a proto tato část není relevantní pro analýzu, kde je

¹ Po vyznačení předepsaných částí jsem došla k závěru, že si jednotliví respondenti s touto částí nedali moc velkou práci a proto jí také nejspíš nepřikládají příliš velkou důležitost.

důležité porovnávat slova stejného textového pole podle toho, jaká synonyma preferuje ta či ona věková skupina a jednotlivá pohlaví respondentů.

3. Druh textu

Chceme-li se pokusit blíže specifikovat druh textu „seznamovací inzerát“, je nutné, zabývat se nejdříve problematikou textu obecně. Nápomocná nám může být textová lingvistika, jejímž bodem zájmu je právě text jako ucelená jednotka, která má svá konkrétní specifika a může vzniknout pouze za předpokladu dodržení určitých stanovených pravidel.

Předmětem zájmu textové lingvistiky není obsah textu, to je spíše záležitostí sémantiky a pragmatiky, ale podmínky vzniku a jeho působení. Textová lingvistika tedy popisuje struktury a funkce textu a přiřazuje je k jednotlivým druhům textu (Dubová, Pallová, 2004: s. 7). Základními pojmy textové lingvistiky jsou „koherence“², vztahující se na obsah textu a „koheze“³, týkající se gramatické roviny textu. O textu můžeme tedy mluvit pouze v případě, pokud konkrétní skupinu vět můžeme považovat za koherentní (Brinker, 1997: s. 12). Pokud tedy text nesplňuje podmínku koherence, nemůžeme mluvit o textu. Další podmínkou, aby mohl být text označen skutečně jako text jsou kromě koherence také funkce textu a příslušnost ke konkrétnímu textovému druhu.

Objekt zájmu textové lingvistiky, tedy „druh textu“, je jednotlivými lingvisty definován různě, v závislosti na spektru analyzovaných kritérií. Např. lingvistka Barbara Sandingová považuje druh textu za sociálně normované komplexní schéma jednání, které mají mluvčí konkrétního jazyka k dispozici (Sandig, 197, s. 113). Tato schémata vznikají a vyvíjejí se v průběhu společenského vývoje a jejich pochopení a utváření představuje podstatnou část jazykové kompetence. Znalost textových druhů je tedy možné označit jako stěžejní bod komunikace. To znamená, že každý má intuitivní schopnost rozlišit běžné, v každodenním životě užívané druhy textu, jelikož s nimi přichází neustále do kontaktu (konkrétně např. zpráva v novinách, dopis atd.). Druh textu je různými lingvisty pojímán různě a neexistuje tedy jednotná typologizace. Někteří kategorizují jako samostatný druh jakýkoliv překlad, jiní se zaměřují více konkrétně a jako samostatný druh označují např. recept. O klasifikaci textových druhů bylo napsáno již mnoho studií, jejichž výsledky se liší podle jednotlivých výzkumných kritérií a aspektů. Brinker provedl kategorizaci již existujících výzkumů a na základě výzkumných metod stanovil dvě hlavní kategorie – za první jsou to studie

² Pojem koherence uvádí Brinker jako textovou souvislost, které spočívá na gramatické a tematické úrovni, jedná se tedy o strukturu vztahů, které vznikají mezi jednotlivými větami. V případě gramatické koherence se jedná o gramaticko-syntaktické vztahy mezi větami, tematická koherence je naproti tomu založena na kognitivních vztazích skutečností obsažených ve větě (Brinker, 1997: s. 21 – 63).

³ Význam „vnitřní soudržnost“ (Duden, 2000, s. 714)

jazykovo-systematické, ty se orientují na gramatiku a strukturu textu, aniž by byly zohledněny kontextuální a situační faktory a za druhé studie zaměřené na komunikační a dějové aspekty, které se částečně překrývají se zmíněným intuitivním vnímáním rozdílnosti jednotlivých textových druhů. Brinker považuje kritéria výzkumu obou kategorií jako vzájemně komplementární. K podobnému závěru došel také Vater. Totiž, že výzkum čistě jazykových kritérií, stejně jako čistě funkčních kritérií, je pro klasifikaci druhů textu nedostačující. Je nutné zohlednit také komunikační funkci, situaci a s tím související textovou strukturu a jazykové znaky (Vater, 2001: s. 180). Tyto aspekty jsou také zohledněny v rámci této práce.

3.1. Funkce textu

„Funkce textu je dominujícím textovým producentem, zároveň také jasně signalizovaným komunikačním účelem textu.“ Konvenčně je daná druhem textu a rozeznatelná od druhořadého nebo náhodného záměru mluvčího. Textová funkce běžně užívaných textů je založena na vzájemném působení interních a kontextuálních faktorů a může být recipientem díky odpovídajícím ukazatelům konstruována. Účel jednání je pak možné strukturálně vyvodit na základě situačních znaků textové konstelace, tématu daného textu, tematického vývoje, stejně jako z relační struktury dílčích textových ilokucí v rámci hierarchické dějové struktury (Bußmann, 2002: s. 685). Zjednodušeně řečeno se jedná o smysl obsažený v komunikačním procesu⁴, případně účel, který plní text v rámci konkrétní komunikační situace (Brinker, 1997: s. 81). Text může být tedy nositelem více komunikačních funkcí.

Brinker definuje následující funkce textu:

informativní funkce – mluvčí informuje posluchače o nějaké skutečnosti,

apelační funkce – mluvčí dává recipientovi na vědomí, že od něho očekává zaujetí stanoviska,⁵

obligatorní funkce – mluvčí dává recipientovi na vědomí, že od recipienta očekává akci,

⁴ Komunikační proces je tvořen minimálně dvěma komunikačními partnery, kteří vstoupí do komunikačního kontaktu, v rámci kterého dochází k produkci a recepci textu/výroků. Každý komunikační proces probíhá v komunikační situaci, která je daná konkrétním časem a místem (Brinker, 1997: s. 81).

⁵ Bývá vyjadřována konkrétními jazykovými strukturami, jako je např. imperativ, zdvořilostní formulace, podmiňovací způsob atd.

kontaktní funkce – mluvčí dává recipientovi na vědomí, že mu jde o osobní vztah k recipientovi,

deklarační funkce – mluvčí dává recipientovi na vědomí, že text vytváří novou realitu,

estetická funkce

(Brinker, 1997: s. 104-105).

Seznamovací inzerát jako textový žánr je nesporně průsečíkem několika zmíněných funkcí, které se vzájemně prolínají. Na základě analyzovaných inzerátů lze tento textový žánr přiřadit ke třem základním funkcím. Primární je logicky funkce **kontaktní**. Tento typ textu umožňuje inzerentovi navázat kontakt s osobami, často i s více naráz, které by za běžných okolností neměl možnost potkat a které skýtají potenciál, stát se jeho budoucím partnerem.

Další funkcí je funkce **apelační**, kdy samotným zveřejněním seznamovacího inzerátu inzerent dává najevo, že od zájemců očekává zpětnou vazbu. V souvislosti se seznamovacími inzeráty může mluvit také o selektivní funkci. Inzeráty totiž mohou na čtenáře působit také selektivně, tedy oslovovat jen určité spektrum potenciálních partnerů (Rutkowski 2003, s. 15). Čtenář je často i explicitně vyzýván konkrétními formulacemi k odpovědi na inzerát - např. „有意者欢迎来信交流，无须邮票。Yǒuyìzhě huānyíng láixìn jiāoliú, wúxū yóupiào. Zájemci, těším se na vaše dopisy, známka není potřeba.“ nebo „喜欢我请联系，谢谢。Xǐhuan wǒ qǐng liánxi, xièxiè. Jestli se Ti líbím, tak mi prosím napiš, děkuji.“

Třetí, ovšem neméně důležitou, je funkce **informativní**. Respondent uvádí v různém rozsahu a různým způsobem ať už popis svůj, nebo popis požadovaného ideálního partnera. Co nejvhodnějším popisem tak může docílit toho, že se ozve právě „ten pravý/ta pravá“, kterému/které bude imponovat popis samotného inzerenta a zároveň bude dotýčný splňovat požadavky pisatele. Informace uváděné v inzerátech se týkají všech sfér lidského života a záleží na jednotlivci, která kritéria jsou pro něj relevantní, obecně však lze říci, že většina informací se týká věku, povahy, zaměstnání, zálib, rodiny, představ o budoucnosti apod.

3.2. Seznamovací inzerát z pohledu textového typu

Větší pozornost seznamovacím inzerátům ze strany odborné veřejnosti byla, spíše než lingvistické stránce, věnována uchopení problému na základě sociologických teorií. Není ani divu, seznamovací inzerát jako takový je žánr, který se týká jen určité části populace, tedy skupiny lidí, kterým slouží jako prostředek pro hledání partnera na základě jimi stanovených požadavků.

Seznamovací inzerát je na rozdíl od jiných literárních útvarů vytvořen laikem a to po přípravě a předešlé úvaze. Obsahem inzerátu jsou informace, jež pisatel považuje za relevantní ať už ve vztahu ke své vlastní osobě, nebo k požadovanému protějšku. Obsah tedy není zacílen na širokou masu, nýbrž jen na konkrétního potenciálního partnera, jenž má oslovit. Pisatel si utváří jakousi image, navozuje asociace a konotace, vytváří tedy text, jehož primární funkcí je apel na čtenáře (Krčmová, 2010: s. 154).

3.3. Forma komunikace

Co se týče formy komunikace, je seznamovací inzerát poměrně specifický. Inzerent o sobě sděluje často poměrně soukromé informace širokému spektru internetových uživatelů, přičemž pisatel primárně oslovuje jen výrazně užší skupinu čtenářů a pouze jeden z této skupiny by měl být „ten pravý/ta pravá“. Z toho jasně vyplývá, že v takovém typu textu můžeme narazit na dvě komunikační roviny, tedy komunikaci mezi inzerentem a zmíněným širokým čtenářským spektrem a mezi inzerentem a „ideálním“ partnerem. Jinými slovy inzerent se v tomto případě obrací nejdříve na širokou veřejnost, což by se v běžné situaci, kdy se seznamují dva lidé, nestalo. Inzerent si je při vkládání inzerátu na internetové stránky vědom přístupnosti osobních informací a naopak přístupnost veřejnosti je velmi žádoucí. Ve srovnání s běžným seznámením je tato komunikace primárně založena na formě psaného monologu. Komunikační partneři jsou na sobě lokálně a časově nezávislí.

3.4. Seznamovací inzerát v Číně

Nejstarší seznamovací inzerát se objevil v roce 1695 v Anglii. Tyto inzeráty vzbuzovaly z počátku velkou nedůvěru. Soustavně se v anglických novinách začaly objevovat až po dalších sto letech. (Krämer, 1998: s. 23) První seznamovací inzerát v Číně byl zveřejněn až mnohem později, v roce 1902 v tianjinských novinách „Daogong Bao“ v následující změně:

„今有南清志士某君，北来游学。此君尚夫娶妇，意欲访求天下有志女人，聘定为室。其主义如下：一要天足。二要通晓中西学术门径。三聘娶仪节悉照文明通例，尽除中国旧有之陋俗...“

„*Jīn yǒu nán qīng zhìshì mǒu jūn, běi lái yóuxué. Cǐ jūn shàng fu qǔ fū, yì yù fāngqiú tiānxià yǒuzhì nǚrén, pìn dìng wèi shì. Qí zhǔyì rúxià: Yī yào tiān zú. Èr yào tōngxiǎo zhōngxī xuéshù ménjìng. Sān pìn qǔ yíjié xī zhào wénmíng tōnglì, jīn chū zhōngguó jiù yǒu zhī lǚsú...“*

„Tady inzeruje ambiciózní aristokrat z jižní Číny, který sem na sever přišel za studiem. Je ještě svobodný a chce po celé zemi hledat stejně tak ambiciózní ženu a tu si vzít za ženu. Má následující požadavky: Zaprvé nesmí mít bandážované nohy (zlaté lilie); zadruhé musí jí být dobře známé východní a západní vědní disciplíny; zatřetí se zasnubní a svatební obřad nesmí konat podle starých, zaostalých zvyků, nýbrž zcela podle moderních pravidel...“

Číňané, kteří zveřejňovali své inzeráty v počátcích čínských seznamovacích inzerátů, patřili do poměrně úzké skupiny mladých lidí, kteří se do kontaktu s tímto druhem textu dostali během svých studií v západních zemích, což jasně vypovídá i o sociálních poměrech, ze kterých vycházeli. Byli tedy stoupcem svobody a pokroku zvláště mezi mladou generací. Vzhledem k vysoké míře negramotnosti a tradičnímu smýšlení společnosti, zůstal žánr seznamovací inzerát po dlouhou dobu na pokraji zájmu mas. Ještě hůře tomu bylo během bouřlivého období Velké proletářské kulturní revoluce, během níž byly lidské city a emoce potlačovány jako nepřátelé revoluce, zanikl seznamovací inzerát úplně. Až teprve v roce 1981 po změně čínské politiky na reformní a otevřenou byl zveřejněn první seznamovací inzerát v novinách „Shichang Bao“. Od té doby se stal prostředkem k seznámení pro poměrně široké spektrum čínské společnosti (Zhang, 2009: s. 64).

4. Internetový jazyk

Předmětem analýzy jsou seznamovací inzeráty zveřejněné na internetu, proto bychom neměli opomenout specifika internetového jazyka. Stejně jako všude ve světě, také v Číně se stává internet běžnou součástí každodenního života, proto je kladen velký důraz na efektivitu a funkcionalitu komunikace. Účastníci internetové komunikace jsou konfrontováni s různými jazykovými zdroji a situacemi, které zahrnují rozdílnosti v jazykových systémech psaných latinkou, jedná se z velké části o angličtinu, úroveň její znalosti a postoje k jejímu užívání. Angličtina je jazykem, který se do jiného jazyka infiltroval nejvíce, čínština není výjimkou. V internetové komunitě rozdílnost stylizace lingvistických různorodostí značí virtuální a/nebo sociální status jejich členů. Tzn. čím rozmanitější je internetový jazyk, tím vyšší je její/jeho virtuální a/nebo sociální status (Milroy and Milroy, 1992, cit. v Yang, 2007).

Pomineme-li jazykovou diverzitu, je pro internetový jazyk charakteristický další fenomén, ten by se dal nazvat jako „psaná mluva“. Především v internetové komunikaci jsou hranice mezi psaným a mluveným jazykem tak neostré, že můžeme internetový jazyk považovat za jejich kombinaci. Jak poznamenávají Davis a Brewer, elektronická komunikace psaná na klávesnici a čtená na počítačové obrazovce vykazuje mnoho společných rysů jak psaného, tak mluveného jazyka. V online komunikaci se řeč transformuje do psané podoby, tím pádem se na konečném výsledku podepisují rysy obou složek (Yang, 2007).

Co se týče funkce internetového jazyka, neslouží jen ke sdělování informací a ke komunikaci, ale možná ještě důležitější je funkce utváření nové identity. Tak došli Gao a Yuan na základě svého výzkumu internetového jazyka k závěru, že čínský jazyk reprezentovaný na lexikální, větné a diskurzivní úrovni vykazuje silící vliv angličtiny, čímž dochází k postupné změně čínštiny samotné (Gao, Yuan, 2005, cit. v Yang 2007).

5. Jazyk a identita, sociální status

Jazyk nemá jen funkci vyjadřovat myšlenky, je zároveň odrazem identity mluvčího/autora. Za jiných okolností by jednotlivci mohli libovolně měnit jazyk, aby odrazil jejich momentální identitu odpovídajícím způsobem. Lze předpokládat, že individuum může mít rozmanité a dynamické identity, jež se projevují na základě konkrétního jazykového projevu. Lidé činí svá rozhodnutí jak vědomě, tak podvědomě v souladu s jejich náklonností ke konkrétním sociálním skupinám. Internetová komunita je tím pádem nesourodý organismus tvořený množstvím individuí. Nový čínský internetový jazyk proto vede k vytvoření jakéhosi moderního internetového uživatele (Gao, Yuan, 2005, cit. v Yang 2007).

Cameron provedl srovnání tradičního a moderního sociolingvistického pojetí performativity a došel k závěru, že zatímco tradiční sociolingvistika předpokládá, že lidé mluví/píší právě takovým způsobem, jako mluví/píší kvůli tomu jací jsou, moderní sociologové se domnívají, že lidé jsou tím, kým jsou mimo jiné tím, jakým způsobem se verbálně/písemně projevují. To znamená, že jedno pojetí vnímá vztah mezi sociální identitou a jazykovými proměnnými jako předem daný, zatímco to druhé předpokládá použití jazyka jako vyjádření identity. Z toho vyplývá, že vztah mezi jazykem a identitou není ani daný, ani stabilní, ale jazyk představuje neustále měnící se proces performativní identity (Cameron, 1997: s. 49, cit. v Hiwatari, 2008).

6. Postavení žen a mužů ve společnosti a jeho vliv na jazykový projev

Je obecně známé, že vyjadřování mužů a žen se v mnohém liší. Momentálně nemám na mysli primární rozdíl ve fonetice a fonologii jednotlivých pohlaví, jako je především rozdílná výška hlasu, ale spíše oblast lexika a syntaxe. Počátek této vědní disciplíny můžeme hledat v sedmdesátých letech, kdy se v USA začalo prosazovat ženské hnutí. Tyto rozdíly jsou patrné ve všech jazycích, čínštinu nevyjímaje (Erway). Ovšem s ohledem na moderní dějiny Číny musí být jasné, že genderové studie o čínštině tak „dlouhou“ tradici nemají.⁶

V žádném jazyce se historické postavení ženy a jeho vývoj nepromítá tak jako v čínštině. Nutno podotknout, že pole této tematiky je v současné době „hojně orané“ a o toto téma je mezi badateli velký zájem. Není také divu, postavení ženy v čínské společnosti prodělalo mnoho změn. To je například patrné na jednom ze základních čínských znaků, kterým je znak pro příjmení 姓 *xìng*. Pokud tento znak rozdělíme na radikál 女 *nǚ* (žena) a fonetikum 生 *shēng* (život, narodit se), ukáže se nám znak, který jasně poukazuje na původně matriarchální společnost, která v Číně existovala, což dokládají i četné archeologické nálezy a na dlouhých šest až sedm tisíc let ustoupila společnosti patriarchální a všeobecné, ať už politické či společenské, dominanci mužů.

Důkazem jsou především klasická díla čínské literatury, jako například i Kniha proměn (*Yijing*), kde je muži přisuzován princip *yang*, symbolizující vše pozitivní a dobré. Naproti tomu je za ženský princip považován *yin*, tedy vše negativní, zlé a pokorné. Je zde taky striktně definována role muže ve společnosti a role ženy v domácnosti. O roli muže a ženy nalezneme zmínku také v Knize písní (*Shijing*), kde je tematizováno narození a následná budoucnost obou pohlaví. Konkrétně muž bude po narození uložen na lůžko, naproti tomu, žena pouze na trávu, atd. V další klasické knize Knize dokumentů (*Shujing*) jsou ženy označovány za viníky pádu států. O lepším postavení žen se nedočteme ani v Konfuciových hovorech, zde jsou kladeny na úroveň otroků a tak s nimi má být tedy i zacházeno. O sociálním postavení žen se můžeme dočíst také v beletrii, kde např. v Příbězích od jezerního břehu žena zavraždí svého muže nebo v románu Květy slivoně ve zlaté váze (*Jinping mei*) jsou ženy pro změnu znázorněny jako žárlivé nymfomanky.

⁶ V tomto období byla Čína ovlivněna Velkou proletářskou kulturní revolucí, která se mimo jiné vyznačovala právě naopak stíráním rozdílů mezi oběma pohlavími.

Mezi významnými díly čínské literatury, však nalezneme i velmi významné dílo, které by se dalo označit jako feministický román, v němž je podrobně vykreslena převaha ženského pohlaví. Jedná se o *Sen v červeném domě (Honglou meng)* (Jung-Palandri, 1991: s. 167-168).

Podřízené postavení žen vůči mužům tedy pochází z konfuciánského modelu společnosti. Žena byla celý svůj život podřízena nějakému muži. V dětství to byl otec, v manželství její manžel a později vlastní syn. Manželství byla dříve domluvená a sňatkem se žena stávala majetkem muže a jeho rodiny. Toto sociální postavení a vztah k mužům stěžejním způsobem formoval „prototyp“ poslušné ženy, s nímž samozřejmě souvisel i způsob komunikace. Žena tradičních konfuciánských hodnot jednala vždy nepřímou, tiše a zdvořile. Nutno podotknout, že spolu s klesajícím vlivem konfucianismu přímo úměrně klesá i striktnost toho tradičního konceptu. Výraznou změnu přineslo založení Čínské lidové republiky v roce 1949, které s sebou přineslo mnoho reforem a mimo jiné také stejná práva pro ženy a muže.

Genderové studie zabývající se otázkami vztahu mezi jazykem a kulturou, jazykem a myšlením a celkovými rozdílnými jazykovými projevy mezi muži a ženami se reflektují nejen do lexikální roviny jazyka, ale také do syntaxe. Nejčastěji se literatura tímto tématem zabývá mírou patriarchálního vlivu na kulturu a tím, co je označováno jako sexismus ve struktuře jazyka a v jeho použití. Zda je jazyk jen zrcadlem myšlenek, nebo pomáhá jazykové struktuře také vytvářet, je otázkou. Je však zřejmé, že se nejedná o shodu jedna ku jedné mezi kulturou a lingvistickým systémem. Výzkumy, které byly provedeny primárně na indoevropských jazycích, došly ke konkrétním jazykovým univerzáliím, které byly přisouzeny ženám, čímž došlo k separaci ženských a na druhé straně mužských jazykových projevů.

Čínská kultura a společnost je známá pro svůj extrémní patriarchální vliv, který zůstal i po dvacátém století nedotčen. Z toho důvodu je čínština ideálním předmětem zkoumání právě genderových rozdílů v jazyce, které jak již bylo zmíněno, reflektují jak kulturní, tak sociální charakteristiky společnosti (Farris, 1988: s. 277-278).

Na rozdíl od češtiny nebo jiných indoevropských jazyků, čínština nevyjadřuje gramatický rod pomocí skloňování ani změnou zájmena. V rámci kulturního kontextu se třetí osoba užívá spíše v souvislosti s mužským pohlavím. Příkladem může být slovo 孙子 *sūnz* „vnuk“. Při doslovném překladu je zřejmé, že se jedná o výraz, vycházející z „patriarchální čínštiny“, neboť znak 子 *zi* nese význam „syn“, jedná se tedy explicitně o osobu mužského pohlaví. Nicméně dříve se slovo 孙子 *sūnz* užívalo ve významu vnuk/vnučka. Později byla tedy

zavedena i modifikovaná forma tohoto slova 孙女 *sūnnǚ* „vnučka“, čímž dostalo původně neutrální slovo 孙子 *sūnz* konkrétní „mužský“ sémantický rys.

6.1. Genderové odlišnosti v pojmech sociální identity

Jak uvádí ve svém článku Farris, antropologové jako např. Claude Levi-Strauss, Tyler nebo Casson považují termíny související se sociální identitou, především pojmy z oblasti příbuzenských vztahů, za jakási lingvistická okna do kulturních zvyklostí (Farris, 1988: s. 284). Toto je možné si ověřit na konkrétních čínských pojmech, které nám pomohou odhalit určité genderové sociokulturní konstrukce. Pojmy označující jednotlivé životní etapy mužů a žen se projevují v souvislosti s jejich vizuální formou souměrně. Touto souměrností mám na mysli čínské znaky 男 *nán* „muž“ a 女 *nǚ* „žena“. V tabulce níže jsou uvedeny jednotlivé termíny označující životní etapy mužů a žen. Slovo *yīng'ér* je souměrná, v případě, že chceme konkretizovat, zda se jedná o dívku nebo chlapce, připojíme jednoduše znak 男 *nán* nebo 女 *nǚ*. To se ovšem o slově *háizi* zcela říci nedá. Nehledě na to, že stejně jako u výše uvedeného slova 孙子 *sūnz* se jedná o slovo primárně maskulinní, nejsou slova 女孩子 *nǚháizi* a 男孩子 *nánháizi* souměrná v pravém slova smyslu. 女孩子 *nǚháizi* jsou osoby ženského pohlaví označovány do doby, než se vdají, zatím co 男孩子 *nánháizi* je označení pro osoby mužského pohlaví pouze do adolescentního věku.

婴儿	yīng'ér	kojenec
孩子	háizi	dítě
青年	qīngnián	mladý
处女	chǔnǚ	panna
壮年人	zhuàngniánrén	člověk na počátku středního věku
中年人	zhōngniánrén	člověk středního věku
老年人	lǎoniánrén	člověk vyššího věku
男人	nánrén	muž
妇女	fùnǚ	žena
男的	nán-de	mužský
女的	nǚ-de	ženský

Tabulka 1: Označení životních etap (Farris, 1988: s. 285)

Oslovení a vztahy v čínštině vykazují genderovou asymetrii. Na rozdíl od výrazů s širším významem „muž“, které jsou rozděleny na období před pubertou a po pubertě, je ve výrazech označující ženy obsažena nepřímo také informace o relativním stáří a rodinném stavu. Některé výrazy se oboustranně doplňují, pro jiný mužský ekvivalent neexistuje. To dokazuje i níže uvedená tabulka. Zajímavé jsou zejména výrazy pro slova „manžel“ a „manželka“. Konkrétně na formálních označeních 内人 *nèirén* „manželka“ a 外子 *wàizi* „manžel“, tedy „osoba uvnitř“ a „ten venku“ poukazují na tradiční pohled na manželství (Farris, 1988: s. 286). Je zajímavé, že právě tyto nejformálnější výrazy nebyly použity ani v jednom z analyzovaných inzerátů, přičemž alespoň u nejstarší skupiny respondentů (61 a více let) se jejich výskyt dal očekávat. Respondenti dávali častěji přednost méně formální výrazům.

小姐	xǎojiě	slečna
太太	tàitai	paní; manželka
先生	xiānshēng	pan; manžel
女士	nǚshì	dáma
先生	xiānshēng	džentlmen
妻子	qīzi	manželka
丈夫	zhàngfū	manžel
老婆	lǎopó	manželka (neformálně)
老公	lǎogōng	manžel (neformálně)
内人	nèirén	manželka (formálně)
外子	wàizi	manžel (formálně)
小老婆	xiǎolǎopó	milenka (2. manželka)
外遇	wàiyù	milenec/milenka

Tabulka 2: Oslovení a vztahy (Farris, 1988: s. 287)

7. Analýza čínských seznamovacích inzerátů

Analytická část této diplomové práce je zaměřena na dva aspekty čínských seznamovacích inzerátů a to na grafický a především na sémantický. V obou částech analýzy jsem provedla komparaci na základě genderových rozdílů. Na základě konkrétně stanovených kritérií jsem tedy hledala rozdíly mezi projevem mužů a žen s ohledem na jednotlivé věkové kategorie. V kapitole věnované grafické stránce tohoto textového útvaru jsem se zaměřila na délku jednotlivých seznamovacích inzerátů nebo častý výskyt latinky v čínsky psaném textu. Kapitulu jsem věnovala také v dnešní době velmi frekventovaným emotikonům, jejichž užívání je populární především mezi mladšími internetovými uživateli. Dále je zmíněna možnost pojetí seznamovacího inzerátu formou čínské poezie. Grafickou formu jsem pak uzavřela kapitolou, věnovanou chybně užitým čínským znakům. Část analýzy věnovaná sémantické stránce je rozdělena do několika pro čínštinu a čínskou společnost charakteristických podkapitol. První z nich se věnuje první osobě, konkrétně vybraným výrazům, kterými pisatelé označují sami sebe. Další podkapitola se věnuje obecnému označení „muž“/„žena“, což částečně navazuje na předcházející kapitoly věnované postavení žen a mužů ve společnosti a jeho vliv na jazykový projev a genderové odlišnosti v pojmech sociální identity. Zvláštní kapitola se věnuje jednomu z výrazných rysů čínské buddhistické společnosti, tedy „předurčení“. Rozdíly v projevu jednotlivých věkových skupin jsou patrné zejména v kapitole věnované moderní a klasické čínštině. V jedné z dalších kapitol jsem se zaměřila na osoby, ve kterých čínští inzerenti prezentují svou „poptávku po ideálním partnerovi“. Jedním z dalších typicky čínských prvků jsou modální částice, které jsou sice charakteristické spíše pro mluvený jazyk, nicméně vzhledem k současným tendencím míchat v internetovém projevu mluvený a psaný jazyk, si našly své místo také v internetových seznamovacích inzerátech, kde této psané formě propůjčují větší dávku emotivnosti a usnadňují pisateli přesněji vyjádřit jeho intence. Jak je známo, čínština je jazyk psaný čínskými znaky a většina čínských slov je dvojslabičná (sestává tedy ze dvou znaků). V jedné z následujících kapitol jsem se proto zaměřila také na kategorizaci použitých dvojslabičných slov, opět s ohledem na pohlaví a věk inzerentů.

7.1. Grafická forma

Užívání grafických prostředků jako tučné písmo, kurzíva, celá slova psaná kapitálami nebo uspořádání textu do jakýchsi veršů ukazuje, že také čínská společnost klade velký důraz na grafické uspořádání. Není také divu. Musíme si uvědomit, jakou konkurencí si jednotliví inzerenti vzájemně jsou. V moderní době, kdy lidé získávají první kontakt prostřednictvím mocného média jménem internet a první, s čím se vizuálně setkají, není osoba samotná, nýbrž textový útvar, který o sobě na internetu vytvoří. V nepřeborném množství seznamovacích inzerátů je proto velmi důležité, zaujmout svým vzkazem hned na první pohled.

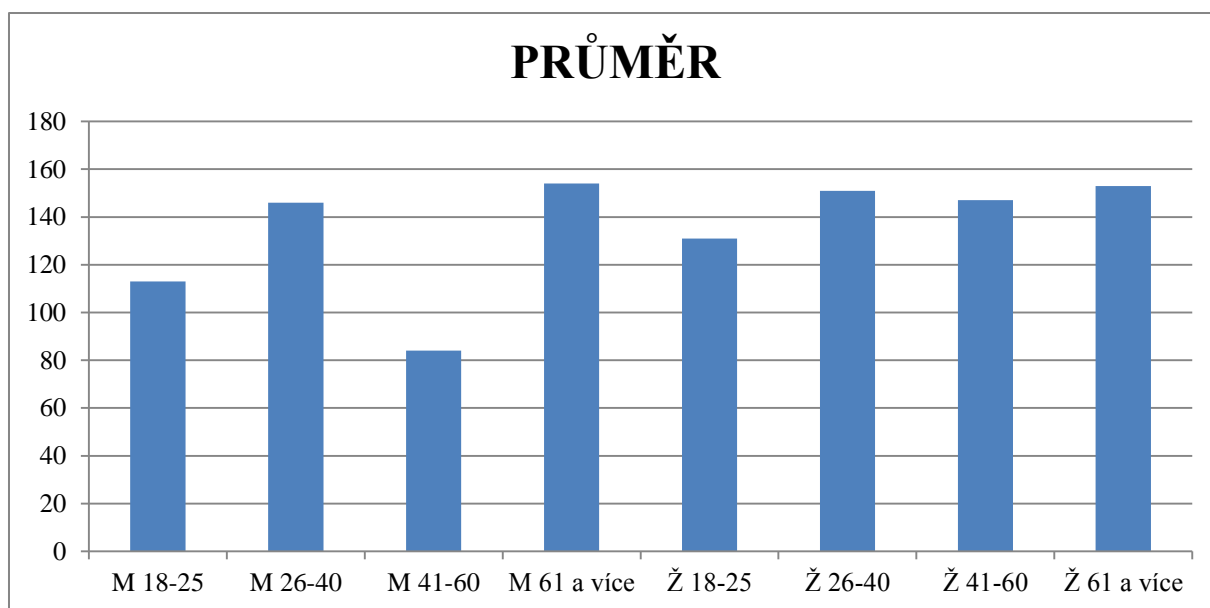
7.1.1. Délka seznamovacího inzerátu

V této kapitole jsou porovnány ženské a mužské inzeráty a jejich jednotlivé věkové kategorie na základě jejich délky. Jak víme, k tradičnímu způsobu zápisu čínského jazyka slouží čínské znaky, které zároveň reprezentují nejmenší významovou jednotku, tedy morfém, proto jsem si čínský znak zvolila jako základní jednotku, na základě které provedu porovnání délky inzerátů.

Níže uvedená tabulka ukazuje průměrný počet znaků na inzerát a celkový počet znaků s celého analyzovaného vzorku jednotlivých věkových kategorií. Dále uvádím názorný graf, který vychází ze zmíněné tabulky. Hlavně z grafu jsou patrné velmi vyrovnané údaje v ženských kategoriích, kde se všechny pohybují přes 130 znaků na inzerát. Naopak velké rozdíly jsou mezi muži. Zde vidíme největší rozdíl mezi skupinou 41 – 60 let a 61 a více, kde druhá uváděná skupina obsahuje téměř dvojnásobek znaků než první. Zaostává také skupina nejmladších inzerentů, tedy 18 – 25 let, ženy ostatně v této kategorii mají také nejmenší průměr. To je pravděpodobně důsledek současných komunikačních trendů, kdy mladší generace tíhne k jazykové ekonomii nejen v sms zprávách a chatových komunikacích. Důležité je podotknout, že průměr nejstarším generacím výrazně zvyšuje frekvencovanější výskyt 成语 *chéngyǔ* (viz kapitola moderní vs. klasická čínština).

	M 18 - 25	M 26 - 40	M 41 - 60	M 61 a více	Ž 18 - 25	Ž 26 - 40	Ž 41 - 60	Ž 61 a více
průměr	113	146	84	154	131	151	147	153
celkem	5668	7316	4203	7705	6417	7241	7367	7644

Tabulka 3: Délka inzerátu



Graf 1: Průměrná délka inzerátu

7.1.2. Části textu psané latinkou

Inzerent musí do krátkého textu vložit co možná nejvíce informací o své vlastní osobě a o partnerovi, kterého hledá a při obrovském množství a konkurenci čínských seznamovacích inzerátů musí upoutat pozornost čtenáře. Tím lze dosáhnout mnoha způsoby, přičemž grafická podoba je to první, co čtenáře může zaujmout.

V čínských textech na internetu se velmi často objevují písmena, slabiky, ve většině případů však spíše celá slova psaná latinkou, nejčastěji se jedná o zápis angličtiny. Čínština má dokonce pro slova obsahující latinku nebo celá psaná latinkou konkrétní termín 字母词 *zìmǔcí* „písmenková slova“. Mnoho z těchto slov jsou iniciály (např. NBA, WTO), akronymy/zkratky (např. NASA, NAFTA) nebo hybridní slova složená z latinky a čínského znaku (např. ATM 机 „bankomat“). Popularita 字母词 *zìmǔcí* rostla posledních několik desítek let, až se z nich stala samostatná kategorie neologismů. Postupem doby se staly součástí moderní čínštiny a pozornost je jim věnována dokonce i ve stěžejním slovníku moderní čínštiny 现代汉语词典 *Xiàndài Hànyǔ Cídiǎn*. V každém novém vydání nalezneme nová a nová 字母词 *zìmǔcí*, což svědčí o jejich rostoucí popularitě. Výskyt latinky v čínském textu je typický pro následující případy:

1. Zápis cizích slov (např.: Microsoft, Olympics)
2. Přepis čínských znaků do *pinyin*u (*Běijīng, Shànghǎi*)
3. Zápis cizojazyčných iniciál a akronymů (IBM, NAFTA)
4. Vytvoření zkratk *pinyin*u čínských slov (HSK)
5. Zápis slabiky, která nemá odpovídající variantu znaku (K 他命 = ketamine)
6. Získání nezávislého významu u morfémů, jež mají v mnoha případech v čínštině stejný význam jako v angličtině (A znamená „první“, „nejlepší“ atd.)
(Riha: s. 45-49).

Z uvedeného spektra funkcí se v seznamovacích inzerátech objevují převážně funkce zápisu cizích slov a zápisu cizojazyčných zkratk.

...我还是用 MSN 打给你..., ...抱怨着今天 HitFM 的 Mike D 没怎么搭理你。让我看到你, My little Angel.

...Wǒ hái shì yòng MSN dǎ gěi nǐ..., ...bàoyuàn zhe jīntiān HitFM de Mike D méi zěnme dǎlǐ nǐ. Ràng wǒ kàndào nǐ, My little Angel.

...Ještě ti zavolám ..., ... 抱怨着今天 HitFM 的 Mike D 没怎么搭理你。 Dovol mi, abych Tě našel, můj malý andílku.

Do skupiny zápisu cizích slov lze započítat také zápis osobních jmen nebo názvy módních značek (viz níže). V těchto případech se jedná o zápis latinkou z toho důvodu, že čínština nenabízí odpovídající alternativu v čínských znacích a zároveň je to prostředek jak dát expresivně najevo svou příslušnost k vyšší sociální vrstvě.

毕业于四川外国语学院和西南财经大学 MBA 班。

Bìyè yú sìchūān wàiguóyǔ xuéyuàn hé xīnán cáijīng dàxué MBA bān.

Na Sichuanské univerzitě jsem vystudoval cizí jazyky na Jihozápadní univerzitě finanční a ekonomické jsem absolvoval program MBA.

职业是国外代购 GUCCI,BURBERRY,ARMANI,等 服饰和 包包.

Zhíyè shì guówài dàigòu GUCCI,BURBERRY,ARMANI, děng fúshì hé bāobāo.

Mým povoláním jsou zahraniční nákupy u GUCCI, BURBERRY, ARMANI a jiné oblečení a kabelky.

... 对网络部感冒的女孩子可以参看 google.

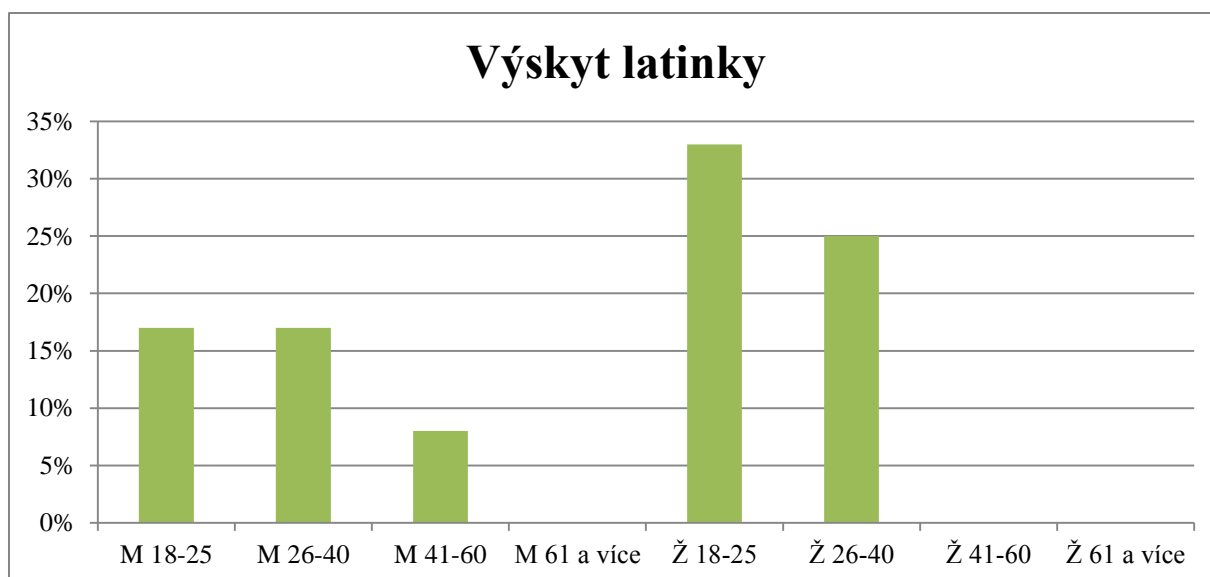
... *duì wǎngluòbù gǎnmàode nǚháizǐ kěyǐ cānkàn google.*

... milovnice internetu se mohou podívat na google.

Tento způsob zápisu v čínském textu má nepochybně konkrétní funkci a inzerenti tuto grafickou podobu používají záměrně. Z analýzy vyplynulo, že tento „prvek“ se objevuje v textu žen a mužů dvou nejmladších kategorií, tedy 18 – 25 let a 26 – 40 let. Na základě druhu slov, která byla tímto způsobem zapsána, se domnívám, že inzerenti volili slova jako „GUCCI, BURBERRY, ARMANI“, „Google“, „MBA“ se záměrem nejen upoutat pozornost grafickými prvky, které působí jakoby rušivým způsobem mezi čínskými znaky, ale aby zvýšili svou společenskou prestiž. To je patrné zvláště u názvů luxusních značek, které by měly mít vysokou vypovídací hodnotu o sociálním zázemí inzerentky.

M 18-25	M 26-40	M 41-60	M 61 a více	Ž 18-25	Ž 26-40	Ž 41-60	Ž 61 a více
17%	17%	8%	/	33%	25%	/	/

Tabulka 4: Výskyt latinky



Graf 2: Výskyt latinky

7.1.2.1. Anglicismy

Naprostou většinu latinskou psaného textu tvoří anglicky psaný text, nejedná se tedy o anglicismy v pravém slova smyslu, do textu je záměrně infiltrován jiný jazyk. Anglicismy v cizojazyčném textu mohou mít následující funkce: „lokalkolorit“ (označení angloamerických jevů původním jazykem), „sémantické zhodnocení“ (anglicismy znějí stylověji než ekvivalenty daného jazyka), jazyková ekonomie, přesnost, významová rozdílnost (Meder, 2006: s. 90). Zvláště v druhu textu, jako je seznamovací inzerát, je relevantní funkce „sémantického zhodnocení“.

Na sílící vliv angličtiny na čínském internetu obecně, má kromě jednoduššího způsobu vpisování textu (ve srovnání s psaním čínských znaků na počítači) samozřejmě vliv i rozšiřující se jazyková gramotnost čínského obyvatelstva.

V analyzovaných seznamovacích inzerátech se na rozdíl od obecného internetového jazyka, pro který jsou typické především zkrácené verze anglických slov, objevují výhradně kompletní výrazy, tedy slova, v některých případech dokonce celé věty. Domnívám se, že v takovém případě nelze označit časovou ekonomičnost jako hlavní motivaci, k takovému psanému projevu. Jde spíše o vyjádření postoje nebo snahy být světový a „cool“. Nejčastějšími objevujícími se anglickými výrazy jsou „SORRY“ („pardon“),

„MR.RIGHT!“ („ten pravý“), „Good luck“ (hodně štěstí), „hi“ („ahoj“), „waiting for you“ („čekám na tebe“), „OK“. Jak je vidět, použité výrazy patří mezi slovíčka, se kterými přijdou hlavně dnešní mladí lidé velmi často do styku, ať už v anglických písních nebo v základní komunikaci. Jedná se o slova spíše hovorová. Na základě těchto zjištění se domnívám, že v konkrétních případech nejde o znak dosaženého vysokého vzdělání inzerenta, ale o prostou snahu získání uvolněné, světové, svěží nebo trendové image. Tuto teorii podporuje také skutečnost, že slova podobného typu se objevují jen mezi muži a ženami mezi 18 a 40 lety, tedy ve dvou nejmladších kategoriích.

如果你要找个帅哥，SORRY，我不是，如果你要找个天天带你出去玩儿玩儿的人。SORRY，小事业忙了一天了。我也想多休息休息，如果你要找个大款，SORRY。(M 18 - 25, 8)

Rúguǒ nǐ yào zhǎo gè shuàigē, SORRY, wǒ bùshì, rúguǒ nǐ yào zhǎo gè tiāntiān dài nǐ chūqù wánrwánrde rén. SORRY, xiǎo shìyè mángle yītiānle. Wǒ yě xiǎng duō xiūxi xiūxi, rúguǒ nǐ yào zhǎo gè dàkuǎn, SORRY.

Jestli hledáš intelektuála, pardon, tím nejsem. Jestli hledáš někoho, kdo Tě každý den vezme ven se bavit. Pardon, malé podnikání zabere celý den. Chci také odpočívat, pokud hledáš boháče, tak to pardon.

真心希望在这里能遇到我的 MR.RIGHT!

Zhēnxīn xīwàng zài zhèlǐ néng yùdào wǒde MR.RIGHT!

Z celého srdce doufám, že zde mohu najít „toho pravého“!

真心希望在这里能遇到我的那个 TA! (非诚勿扰), 希望在世纪佳缘能找到我的 MR.RIGHT !

Zhēnxīn xīwàng zài zhèlǐ néng yùdào wǒde nàgè TA! (Fēichéngwùrǎo), xīwàng zài shìjì jiāyuán néng zhǎodào wǒde MR right!

Upřímně doufám, že zde mohu najít „JEHO“! (film „Pokud jsi ta pravá“), doufám, že na jiayuan.com mohu najít „toho pravého“!

也祝各位能在这个“家园”里找到陪着自己走到最后的那个家伙! Good luck 谢谢!

Yě zhù gèwèi néng zài zhège “jiāyuán” lǐ zhǎodào péizhe zìjǐ zǒudào zuìhòud nàgè jiāhuo!
Good luck xièxiè!

Také všem přeji, aby v této vlasti našli partnera, který vám bude stát po boku až do konce!
Hodně štěstí, děkuji!

hi.. 你是我要等的人吗? ... waiting for you ...

Hi.. *Nǐ shì wǒ yào děngde rén ma?* ... Waiting for you...

Ahoj...Jsi ten na koho čekám? ...čekám na tebe...

...希望各位叔叔、阿姨、哥哥、弟弟、姐姐、妹妹早日找到自己的幸福!!! OK!!!

Xīwàng gèwèi shūshu, āyí, gēgē, dìdì, jiějie, mèimei zǎorì zhǎodào zìjǐ de xìngfú!!! OK!!!

...doufám, že všichni strýčkové, tety, starší bratři, mladší bratři, starší sestry, mladší sestry
brzy najdou vlastní štěstí!!! OK !!!

7.1.2.2. TA!

Mezi částmi textu, které jsou psané latinkou, jak bylo zmíněno ve velké míře v anglickém jazyce, se objevuje i jedna výjimka, kdy je latinkou psán čínský text. Jak víme, klasickým způsobem zápisu čínštiny jsou čínské znaky, užití *pinyin* v běžném textu je neobvyklé. Konkrétně se jedná o slovo 他/她 *tā/tā* „on/ona“ v grafické podobě TA!, tedy obě písmena psaná kapitálkami s vykřičníkem, ovšem na rozdíl od klasického *pinyin* bez tónové značky. Je důležité si uvědomit, že se tu jedná o druh textu seznamovací inzerát a jako takový má určitá specifika. Inzerent musí ve vlastním zájmu vtěsnat do krátkého textu co nejvíce

informací o sobě a o potenciálním partnerovi, zároveň se od ostatních nějakým způsobem odlišovat, např. grafickými „anomáliemi“, jako jsou kromě písmen latinky i emotikony.

Skutečnost, že ono TA! je psané kapitálkami a následuje vykřičník, jasně poukazuje na inzerentovu snahu propůjčit významovému obsahu větší váhu a přidat na důrazu. Ve srovnání s významovým obsahem klasických čínských znaků, označuje tato forma něco výjimečného, důležitého. Do češtiny by se TA! mohlo přeložit jako „ten pravý/ta pravá“ nebo také „ON/ONA“⁷. V tomto prostém slově se tak snoubí všechny uvedené funkce, které jsou pro text, jako je seznamovací inzerát charakteristické, tedy kontaktní (inzerent dává čtenáři najevo, že, mu jde o skutečný vztah), apelační (zdůrazněná forma, tedy kapitálky) a informativní (inzerent informuje čtenáře, že hledá skutečně „toho pravého/tu pravou“, tedy někoho speciálního).

Níže uváděné tabulky/grafy reflektují poměrné zastoupení obecně zájmena 3. osoby jednotného čísla bez ohledu na pohlaví mezi jednotlivými věkovými kategoriemi a porovnání frekvence tohoto slova v klasické podobě čínského znaku a *pinyin*.

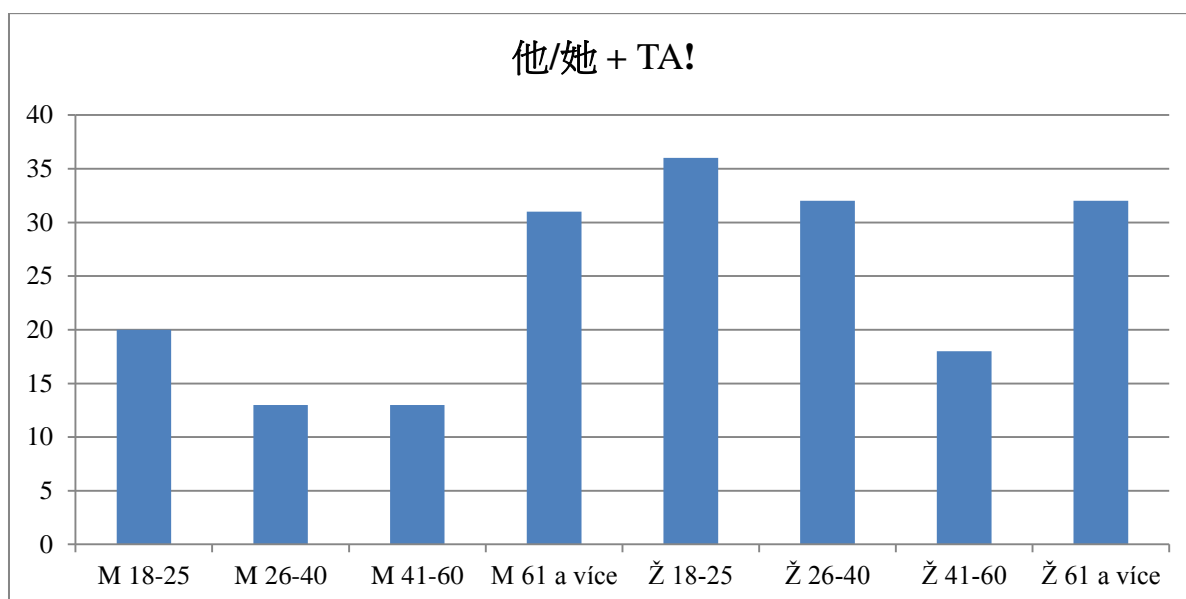
Z prvního grafu jasně vyplývá dominance žen v užití zájmena pro 3. osobu jednotného čísla bez ohledu na její konkrétní formu. Kromě věkové kategorie 41 – 60 let, která oproti ostatním třem kategoriím výrazně zaostává, přesahují počty výskytu v ostatních třech číslech třicet. Ve všech ženských kategoriích převládá klasická forma, tedy podoba čínského znaku, která oproti TA! v latince tvoří až na zmíněnou kategorii 41 – 60 více než 30%. Jinak tomu je v mužských kategoriích. Překvapivě nejvíce užívají zájmeno 3. osoby jednotného čísla muži nejstarší věkové kategorie, tedy 61 a více, následuje nejmladší. Prostřední dvě skupiny jsou na tom, co do počtu použitých zájmen v podobě znaku a v podobě latinky stejně, nicméně jedna z těchto dvou skupin je výjimečná a to v poměru jednotlivých forem. V mužské kategorii 41 – 60 totiž jako v jediné tvoří naprostou většinu latinkou psané TA!, v poměru celých 77%.

Na základě výsledků, které jasně poukazují na převládající výskyt zájmena 3. osoby jednotného v ženských kategoriích, je možné konstatovat, že ženy kladou daleko větší důraz na popis partnera, kterého hledají a slovo TA! zdůrazňuje, že hledají „toho pravého“.

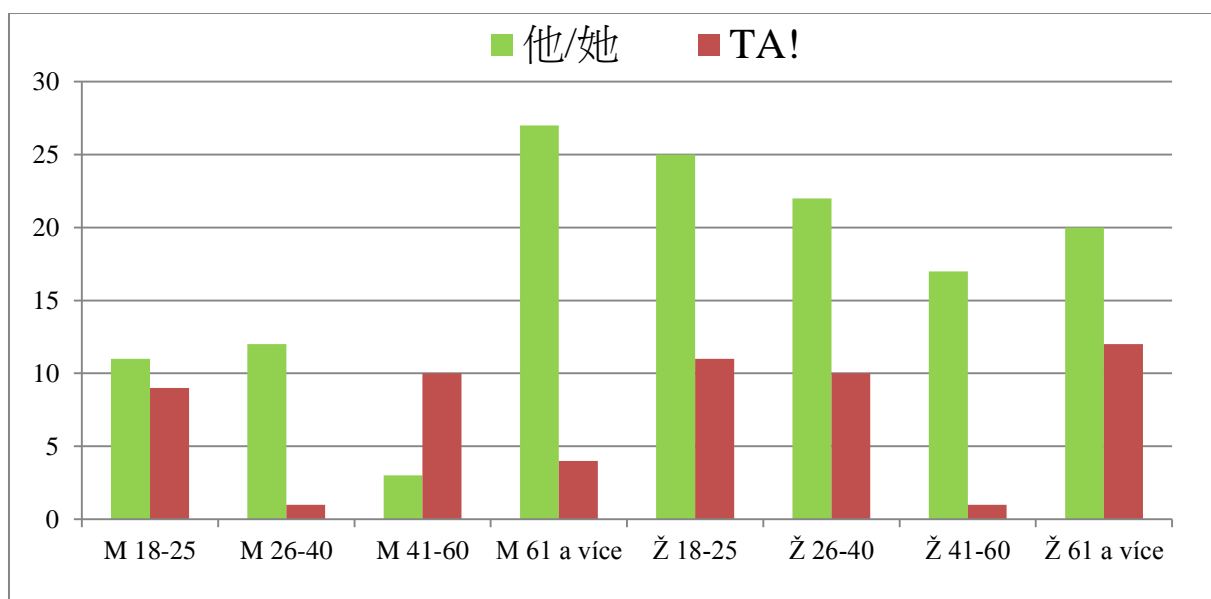
⁷ v závislosti na větném členu a pádu.

	M 18-25	M 26-40	M 41-60	M 61 a více	Ž 18-25	Ž 26-40	Ž 41-60	Ž 61 a více
他/她	11	12	3	27	25	22	17	20
TA!	9	1	10	4	11	10	1	12
他/她 + TA!	20	13	13	31	36	32	18	32
TA! %	45%	8%	77%	13%	30%	31%	6%	38%

Tabulka 5: Výskyt 他 / 她, TA!



Graf 3: Výskyt 他 / 她 + TA!



Graf 4: Výskyt 他 / 她, TA!

真心希望在这里能遇到我的那个 TA!

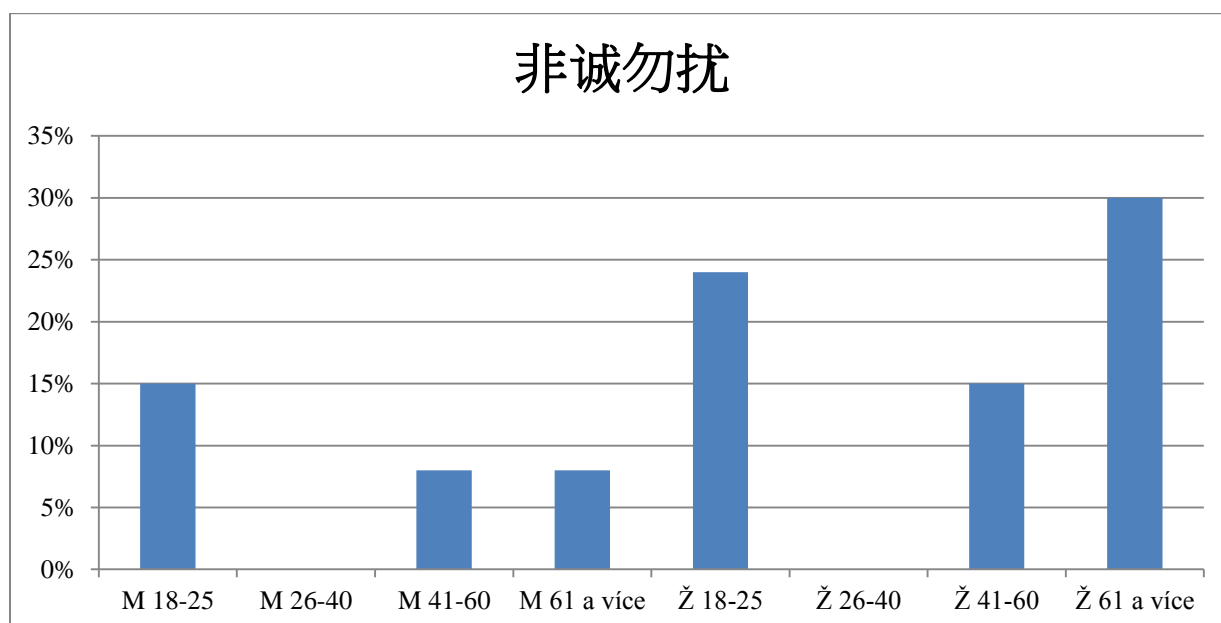
Zhēnxīn xīwàng zài zhèlǐ néng yùdào wǒde nàgè TA!

Upřímně doufám, že tu potkám tu pravou/toho pravého!

7.1.2.2.1. 非诚勿扰

Domnívám se, že poměrně vysoký výskyt TA! souvisí s čínským v posledních letech velmi populárním filmem 非诚勿扰 *Fēichéngwùrǎo*, volně přeloženo jako „Pokud jsi ta pravá“. Film byl natočen v roce 2008 v režii Feng Xiaoganga a během krátké doby si získal mnoho příznivců. Hlavním hrdinou filmu je muž ve středních letech, který se rozhodl skoncovat se staromládeneckým životem a rozhodl se najít si partnerku. Oním pojítkem mezi filmem 非诚勿扰 a touto prací je právě způsob seznámení, který hlavní hrdina zvolil, tedy seznamovací inzerát. Jeho znění dalo i název celému filmu. Jediné, co napsal, bylo právě 非诚勿扰 „Pokud jsi ta pravá“, což by se dalo dále parafrázovat jako „Napiš mi jen v případě, že to myslíš vážně“ a význam vystihuje taky zmíněné TA!

V mnoha inzerátech se objevuje celý výraz 非诚勿扰. V níže uvedeném grafu je znázorněn výskyt tohoto výrazu podle pohlaví a věkových kategorií. Celých 69% použily ženy a pouze 31% muži.



Graf 5: 非诚勿扰

7.1.3. Emotikony

Dnešní doba je dobou internetu. Začíná to platit čím dál tím víc napříč všemi generacemi. Velká část života se přesouvá do virtuálního světa, který si dle potřeby utváříme a přibližujeme ho „sociální realitě“. V současné době průměrnému uživateli internetu nestačí počítačová klávesnice jen ke sdělení informací, uživatelé mají čím dál častěji potřebu v psaném textu vyjádřit kromě informace samotné, také své vlastní emoce a nálady. Právě za tímto účelem vznikly emotikony. K jejich zápisu se na neasijském internetu (kromě českého, mám na mysli především anglický) používají znaky na běžné klávesnici, tedy interpunkce „ : („, čísla „ 8-) “ a písmena „ :-D “, „: -O “. Pojem „emotikon“ je kompozitem tvořeným slovy Emotion (emoce) a Icon (ikona), jedná se tedy o ikony (obrázky) vyjadřující emoce a nálady. Jejich užití je nejčastější v internetové komunikaci, tedy na chatech, v e-mailech, ale také v SMS zprávách.

Emotikony jsou pro účastníky internetové komunikace velmi důležité prostředky pro vyjádření pocitu. Na rozdíl od komunikace z očí do očí, probíhá internetová komunikace bez přítomnosti složek neverbální komunikace jako gestikulace, mimika a hlasový projev. Každá komunikace zprostředkovává vedle slovního obsahu také stanovisko k protějšku, výpovědím o skutečnosti a významu výpovědi a emočnímu stavu mluvčího. Abychom pochopili významový kontext výpovědi, mohou nám být nápomocny právě emotikony. V internetové komunikaci se navíc setkávají neznámí lidé, což činí porozumění vzájemné komunikace ještě složitější. Emotikony v tomto případě také pomáhají předcházet případným komunikačním nedorozuměním.

Jedním ze základních rozdílů mezi asijskými a neasijskými emotikony je v jejich orientace. Ve srovnání s neasijskými, které jsou otočeny na levou „ :o) “, případně pravou „ (o : “ stranu, jsou asijské emotikony vodorovné (horizontální). Tento druh má původ v Japonsku.⁸ Japonské emotikony rozšířily uživatelskou paletu a to hlavně z toho důvodu, že se neskládají jen ze znaků znakové sady ASCII⁹, ale také z japonských znaků, především katakany. Kvůli tradiční mimické rezervovanosti se Japonci soustředí při vnímání pocitů komunikačního partnera více na výraz očí, zatímco např. Američané spíše na ústa, proto jsou také japonské emotikony rozdílné (Takakiho, 2007: s. 311).

⁸ *The History of Smiley Marks* [online]. 2001-02-05 [cit. 2012-10-24]. Dostupné z [www: <http://staff.aist.go.jp/k.harigaya/doc/kao_his.html>](http://staff.aist.go.jp/k.harigaya/doc/kao_his.html)

⁹ American Standard Code for Information Interchange

(O_O) šokovaný

(-.-) znuděný

(+_°) opilý

Dalo by se říci, že také u asijských (japonských) emotikon (emotikonů) se projevují tendence určité jazykové ekonomie. Ze základního emotikonu pro pocit štěstí „(^_^)“ můžeme od „^_^“ dojít až k minimalistické podobě „^^“.

另外欢迎大家听听我唱的歌，也许听完后你会说：“哎呦，不错哦~~”^_^.

Lìngwài huānyíng dàjiā tīngtīng wǒ chàngde gē, yěxǔ tīngwánhòu nǐ huì shuō: “Āi yōu, bùcuò ò
ó ~~~”^_^.

„Také uvítám všechny, kteří si poslechnou mnou píseň, snad po jejím poslechu budeš moci říct: „Wau, to nebylo špatný~~”^_^.“

只能看到贴邮票的信件了，来信请贴邮票呦^_^ 非诚勿扰！

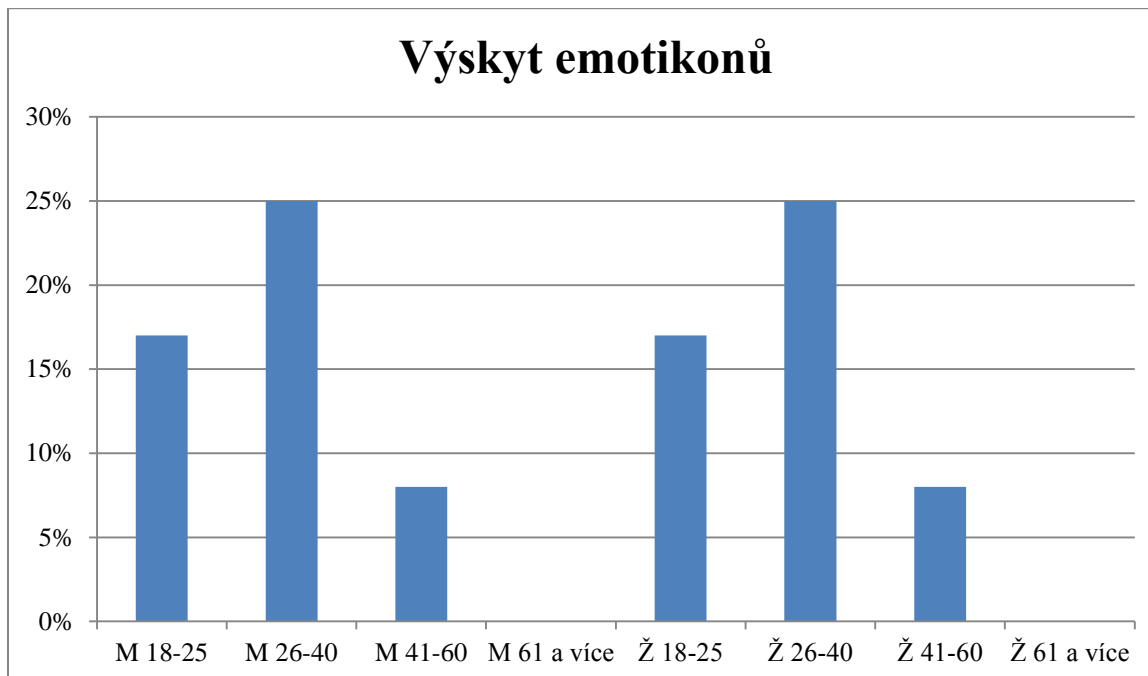
Zhǐ néng kàn dào tiē yóupiào de xìnjiànle, láixìn qǐng tiē yóupiào yōu ^_^ fēichéngwùrǎo!

„Uvidím jen dopisy, na kterých je nalepená známka, pokud mi pošleš dopis, nalep na něj prosím známku, jo ^_^ . Jen pokud jsi ten pravý!“

Jistě nepřekvapí fakt, že užívání emotikon (emotikonů) je doménou hlavně mladých uživatelů internetu. Nutno ovšem podotknout, že i mezi inzeráty starších uživatelů se objevilo pár případů, jednalo se však výhradně o základní emotikon pro pocit štěstí/úsmev („:)“, „^_^“). Z analýzy vyplynulo, že respondenti dominující v užívání emotikon spadají do kategorií 18 – 25 let a 26 – 40 let. Nicméně překvapivé bylo zjištění, že porovnáme-li frekvenci užití muži vs. ženy, pak vedou muži. Domnívám se, že se v tomto případě jedná opět o pozůstatek fenoménu čínské společnosti, jakým je submisivita ženského pohlaví a ne příliš emotivní vyjadřování.

M 18-25	M 26-40	M 41-60	M 61 a více	Ž 18-25	Ž 26-40	Ž 41-60	Ž 61 a více
17%	25%	8%	/	17%	25%	8%	/

Tabulka 6: Výskyt emotikonů



Graf 6: Výskyt emotikonů

Kromě klasických emotikonů se v inzerátech objevují také různé grafické značky jako např. ~~~ (význam ala tři tečky) často v kombinaci s vykřičníkem nebo @ (pravděpodobně význam e-mailu). Jejich výskyt je stejně jako u tradičních emotikonů doménou mladších věkových kategorií.

希望有位可以守护我一辈子的那个他牵着我的手走完我的一生~~~~~

Xīwàng yǒu wèi kěyǐ shǒuhù wǒ yībèizìdì nàgè tā qiānzhe wǒde shǒu zǒuwán wǒde yīshēng
~~~~~

„Věřím, že někde je on, který mi dokáže být celý život oporou, držet mě za ruku a a strávit se mnou zbytek života...“

...想认认真真的谈个恋爱并随时准备离开这里，那么欢迎来信@@!

...xiǎng rènrènzhēnzhēnde tán gè liàn'ài bìng suíshí zhǔnbèi líkāi zhèlǐ, nàme huānyíng láixìn@@!

„...toužím po opravdové romantické lásce a jsem připravená odsud kdykoliv odejít, tak mi napiš e-mail!“

微笑~! 一定记得微笑~!

Wéixiào ~! Yīdìng jìde wéixiào ~!

„Úsměv...! Určitě pamatuj na úsměv...!“

#### **7.1.4. Klasická čínská poezie**

Je evidentní, že jednotliví respondenti pojímají část, kde se mohou libovolně rozepsat velmi individuálně. Někteří v sobě nezaprou „klasického čínského ducha“, když se v oné části, kde mají tzv. volnou ruku, pokusí charakterizovat sama sebe prostřednictvím úryvku z klasické čínské poezie nebo alespoň napíše svůj text do grafické úpravy poezie, tzn. formou veršů, často bez použití interpunkce. V případě, že inzerent použije ve svém textu alespoň úryvek z klasické básně, bývají to lidé starší věkové kategorie, kteří prostřednictvím těchto klasických slov vyjadřují své vlastní pocity a zároveň dávají najevo svou vzdělanost a klasické smýšlení. Naopak, objeví-li se text inzerátů zaznamenaný básnickou formou pouze graficky, bývá to inzerent mladší věkové kategorie, který tohoto způsobu využívá pouze k vizuálnímu upoutání a pokouší se o originální prvek, který by ho odlišil od velké konkurence ostatních hledajících.

#### **7.1.5. Chybné užití znaku**

Jak je všeobecně známo, čínština se od většiny nám blízkých jazyků velmi liší. Hlavní rozdíl spočívá v jejím zápisu. Na rozdíl od jazyků zapisovaných klasicky latinkou, kde se



jednotlivá slova skládají z určitého předem daného spektra grafém<sup>10</sup> (písmen), tedy z abecedy, čínština je založena na bázi větších sémanticky samostatných celků, tedy morfémů. Grafickou podobou konkrétního morfému je pak čínský znak. Abychom byli schopni čínské znaky přečíst, potažmo také zapsat do počítače, musíme znát jejich výslovnost. K tomu slouží fonetický princip čínského znakového písma. K záznamu zvukové podoby znaku slouží čínská transkripce *pinyin*, tedy jakási latinkou psaná podoba znaku. Jednomu čínskému znaku odpovídá jedna slabika. Ta se skládá ze tří složek. Když pomíneme čtyři tóny, jsou pro náš počítačový zápis relevantní iniciála, tedy konsonanta na začátku slabiky (ve standardní čínštině jich je 21) a finála následující po konsonantě, sestávající buďto pouze z vokálů nebo z vokálů a konsonant. Finál je ve standardní čínštině celkem 36. Z této skutečnosti vyplývá, že celkový počet čínských slabik je ve srovnání s počtem čínských znaků značně omezený.

Při zapisování čínských znaků do počítače napíše uživatel nejdříve *pinyin* znaku, který chce zapsat. Z důvodu omezeného počtu čínských slabik má následně na výběr ze spektra homofonních znaků, kde jejich tón nehraje roli. Uživatel si následně vybere konkrétní požadovaný znak dle aktuálního kontextu. Ačkoliv je současný počítačový systém natolik inteligentní, že uživateli pomáhá vybrat hodící se znaky k těm předešlým, tento způsob psaní klade vyšší nároky na časovou náročnost a v případě psaní dlouhých textů také na vysokou dávku soustředění.

Lze předpokládat, že výskyt chybně použitých znaků nesouvisí ani tak s neznalostí čínštiny a čínských znaků, ale se záměnou právě na základě homofonie daného znaku. Tyto chybně použité znaky, vyskytující se v jednotlivých inzerátech lze dále klasifikovat na chybné znaky zaměněné díky fonetické podobnosti znaku, grafické podobnosti znaku a v neposlední řadě se vyskytují případy, kdy je ve slově použit znak, který v tomto konkrétním případě není zcela standardní.

### **7.1.5.1. Fonetická podobnost znaku**

Nejčastěji dochází k záměně homofonních znaků, tedy znaků, jejichž fonetický přepis *pinyin* je totožný, tón však může být různý. Toto je dáno způsobem zápisu znaků do počítače, kdy jsou na základě zadaného fonetického přepisu k dispozici na výběr všechny znaky, které danému *pinyin* odpovídají, bez ohledu na jejich tón.

---

<sup>10</sup> Grafém je označován za minimální distinktivní jednotku písma, nemají význam a jsou to nejabstraktnější prostředky jazyka (Čermák, 2010: s. 32).

Procentuálně k nejčastější záměně dochází v případě gramatických ukazatelů: atributivního 的 *de*, slovesného 得 *de* a adverbiálního 地 *de*.

的 *de* x 得 *de*

...如果 看的上我的朋友 就来个免费信吧!

... *rúguǒ kàndeshàng wǒde péngyǒu jiù lái gè miǎnfēi xìn ba!*

...jestli se vám můj přítel líbí, napište mi!

觉的 *juéde* x 觉得 *juéde*

北京人, 虽已年长, 自己觉的年青, ....

*Běijīng rén, suī jǐ nián cháng, zìjǐ juéde niánqīng, ...*

Obyvatel Pekingu, ačkoliv vyššího věku, sám se cítím mlád, ...

累的了 *lèideliǎo* x 累得了 *lèideliǎo*

你们够累的了还是先忙活该忙活的吧, 就别给我发信了, 谢谢! ...

*Nǐmen gòu lèideliǎo háishì xiān máng huó gāi máng huó de ba, jiù bié gěi wǒ fā xìn le, xièxiè! ...*

Pokud jste příliš znavené nebo zaneprázdněné, nepiště mi, děkuji!...

好好的 *hǎohǎode* x 好好地 *hǎohǎode*

...因为时间不多了, 好好的过好每一天是我的心愿,....

... *yīn wéi shíjiān bù duō le, hǎohǎo deguò hǎo měi yītiān shì wǒ de xīnyuàn, ...*

...protože času není mnoho, je mým přáním, užít si každý den...

Většina čínských znaků má dvě složky, jsou to determinativ a fonetikum. Determinativ je složka naznačující význam znaku, pro tuto kapitolu je však zajímavější druhá složka odkazující na čtení znaku, tedy fonetikum. To bývá ve většině případů zaměněným znakům společné, liší se jen determinant. Může se také stát, že znak determinativ vůbec neobsahuje a v takovém případě tvoří celý znak pouze fonetikum.

仕 *shì* x 士 *shì*

V případě těch dvou znaků došlo k záměně znaku 士 *shì* „učenec“ za znak 仕 *shì* „úředník“, který se na rozdíl od prvního skládá z fonetika 士 *shì* a radikálu (determinativu) 人 *rén* „člověk“.

我希望我未来的另一半是温柔贤惠善解人意活泼开朗的女仕。

*Wǒ xīwàng wǒ wèilái de lìng yībàn shì wēnróu xiánhuì shàn jiě rényì huópō kāilǎng de nǚshì.*

Doufám, že má budoucí polovička je něžná, ctnostná, oddaná, hodná, inteligentní, chápavá, energická a optimistická dáma.

年令 *niánlìng* x 年龄 *niánlíng*

Zaměněný znak 令 *lìng* „příkaz; způsobit“ se od správného znaku 龄 *líng* „věk“ liší tím, že na rozdíl od něj není ve druhém, nýbrž ve čtvrtém tónu a jedná se o znak, který je tvořen pouze fonetikem. 龄 *líng* se naproti tomu skládá ze zmíněného fonetika a radikálu 齿 *chǐ* „zuby“.

承认自己的年令，找一个老伴，...

chéngrèn zìjǐde niánlìng, zhǎo yīgè lǎobàn,...

přiznat svůj věk, najít svou ženu,...

### 部份 *bùfèn* x 部分 *bùfèn*

Podobně jako u předešlé dvojice je tomu i v tomto případě. Jedná o záměnu znaků, kdy v jednom případě obsahuje znak dvě složky a druhý znak je tvořen pouze fonetikem znaku prvního. Špatný znak 份 *fèn* je tvořen radikálem 人 *rén* „člověk“ a fonetikem 分 *fèn* „komponent“.

旅游是我生活的一部份，我要到处走走看看。

*Lǚyóu shì wǒ shēnghuóde yī bùfèn, wǒ yào dào chù zǒuzǒu kànkàn.*

Cestování je část mého života, chtěla bych se podívat všude.

### 历练 *lìliàn* x 历练 *lìliàn*

V tomto případě byl použit znak se správným *pinyinem* i tónem, znak 炼 *liàn* „tavit; zušlechtovat“ se však od správného 练 *liàn* „bílá hedvábnice“ liší radikálem, kdy v prvním jmenovaném znaku se objevuje 火 *huǒ* „oheň“, kdežto v druhém 糸 *sī* „hedvábnice“. Oba znaky mají společné fonetikum, které tvoří zjednodušená podoba znaku 柬 *jiǎn* „pozvání, dopis“.

性格也是经过历练成就出来的脆弱与勇气并存吧!

*Xìnggé yěshì jīngguò lìliàn chéngjiù chūláide cuìruò yǔ yǒngqì bìngcún ba!*

### 每 *měi* x 没 *méi*

V tomto případě se jedná o záměnu dvou naprosto odlišných znaků, které mají společný pouze přepis. V jednom případě jde o zájmeno 每 *měi* „každý“ a v druhém případě o zápornku 没 *méi* „ne / nemít“.

每看到孩子的进步，看到病患者的康复，...

*Měi kàn dào háizi de jìnbù, kàn dào bìng huànzhě de kāngfù,...*

Neviděla jsem, jak dítě roste, viděla jsem pacientovo uzdravení,...

### 7.1.5.2. Grafická podobnost znaku

V případě záměny graficky podobných znaků nehraje roli fonetický přepis *pinyin*, nýbrž jednotlivé komponenty znaku, tedy tahy. Znaky jsou zpravidla na první pohled velmi podobné, ale jejich fonetický přepis se naprosto liší. K záměně tedy nedochází při zápisu do počítače, kdy počítačový uživatel vyhledává znaky na základě fonetického přepisu, ale pravděpodobně na základě vpisování podle pořadí a druhů tahů. Nejčastěji zaměňovaný znak se vyskytuje zvláště v seznamovacích inzerátech ve velmi frekventovaném zájmenu 自己 *zìjǐ* „sám/sebe“.

己 *yǐ* x 己 *jǐ*

Ve zmíněném slově 自己 *zìjǐ* dochází k záměně znaku 己 *jǐ* „sám/sebe“ za znak 己 *yǐ* „už“. V obou případech se jedná o znaky složené ze tří tahů. Jediný rozdíl je u posledního tahu, kdy u špatně zvoleného znaku poslední tah nenavazuje na druhý tah, ale mírně jej přetahuje.

人海之中能在此找到自己的另一半，那真是奇迹！

*Rénhǎi zhī zhōng néng zài cǐ zhǎodào zìyǐde lìng yībàn, nà zhēnshi qíjī!*

Najít v takovém množství lidí toho pravého, to by byl zázrak!

任 *bīn / wáng / wǎng / kuáng* x 任 *rèn*

Také v tomto případě se jedná o znaky se stejným počtem tahů, konkrétně šesti. Znak 任 *bīn / wáng / wǎng / kuáng* je složen z radikálu 人 *rén* „člověk“ a fonetika 王 *wáng* „král“. Rozdíl spočívá v prvním tahu fonetika, který je v případě znaku 王 *wáng* vodorovný. Znak 任 *rèn* je taktéž tvořen radikálem 人 *rén*, fonetikum však tvoří znak 壬 *rén* „devátý nebeský kmen“ s prvním tahem levým.

只想凭感觉找个可以依靠的肩膀,主要是有涵养,有责任心的男人吧!

*Zhǐ xiǎng píng gǎnjué zhǎo gè kěyǐ yīkào de jiān bàng, zhǔyào shì yǒu hányǎng, yǒu zéwángxīn de nánrén ba!*

Citem bych chtěla najít rameno, o které se mohu opřít. Důležité je, aby to byl tolerantní a zodpovědný muž!

卅 sà x 州 zhōu

Zaměněné znaky 卅 sà „třicet“ a 州 zhōu „prefektura“ mají společný radikál 川 chuān „řeka“, liší se však v jednom případě vodorovným tahem protínající radikál a v druhém případě třemi bodovými taky mezi jednotlivými tahy radikálu.

我將會移居到杭州。

Wǒ jiāng huì yíjū dào háng sà.

Přestěhuji se do Hangzhou.

无 jì x 无 wú

Znaky 无 jì (bez překladu) a 无 wú „nemít / bez“ rozlišuje pouze druhý tah kdy se u znaku 无 jì jedná o tah s hákem a u znaku 无 wú je druhý tah vodorovný.

我在职期间因工作调动等问题无法解决...

wǒ zàizhí qíjiān yīn gōngzuò diàodòng děng wèntí jì fǎ jiějué...

### 7.1.5.3. Nestandardní podoba znaku

面 miàn x 面 miàn

Znak 面 miàn je možnou variantou znaku 面 miàn „tvář“, jeho užití ovšem není zdaleka tak obvyklé.

人生虽经历不少风雨,但仍能乐观面对。

Rénshēng suī jīng lì bù shǎo fēngyǔ, dàn réng néng lèguān miàn duì.

V životě zažít mnoho těžkostí, přesto si však zachovat optimismus.

經 *jīng* x 经 *jīng*

Tyto dva znaky mají společnou podobu nezjednodušené (tradiční) varianty, tedy 經 .  
V případě 經 *jīng* se jedná o japonskou variantu znaku 经 *jīng* „přes; klasická kniha“.

人生虽经历不少风雨,但仍能乐观面对.

*Rénshēng suī jīng lì bù shǎo fēngyǔ, dàn réng néng lèguān miàn duì.*

„V životě zažít mnoho těžkostí, přesto si však zachovat optimismus.“

Výskyt špatně zvolených znaků byl zjištěn převážně mezi muži nejstarší věkové kategorie. Domnívám se, že je to dáno zejména věkem uživatelů a délkou doby používání internetu a počítačů obecně, jenž je důvodem nedostatečné znalosti a obratnosti v zacházení s tímto médiem. Špatně zvolené znaky se objevují také v inzerátech mladších uživatelů, jsou to ale výhradně znaky zaměněné na základě fonetické podoby, proto se domnívám, že k jejich záměně nedošlo ani tak neznalostí čínského jazyka, jako spíše díky nepozornosti při výběru znaku (viz výše popsané metoda zápisu znaku na základě čínského fonetického přepisu *pinyin*).

## 7.2. Sémantická analýza

Na základě vzorku inzerátů, které byly rozděleny dle pohlaví a věkových kategorií, jsem provedla mimo jiné také detailní sémantickou analýzu, jejímž výsledkem jsou podrobné tabulky užívaného lexika. Vzhledem k typu textu „seznamovací inzerát“ je slovní zásoba rozdělena na základě počtu znaků, obsahujících jednotlivé výrazy, tedy slova dvojslabičná a trojslabičná. Zvláštním fenoménem čínštiny, kterému se budu v jedné z kapitol také věnovat, jsou 成语 *chéngyǔ*, jakási čtyřslabičná ustálená spojení (idiomy).

Dvojslabičná a trojslabičná spojení jsou dále kategorizována do pěti (hlavních) kategorií podle významu, konkrétně do kategorií „obecné“, „rodiny a osoby“, „záliby“, „práce a profese“ a „city a vlastnosti“. V kategorii „obecné“ se z větší části objevují základní slovesa, příslovce atd. Obecně můžeme konstatovat, že tato kategorie není pro tuto práci vzhledem k obsahu spíše obecných pojmů příliš relevantní. Hodlám se zaměřit na slova typická pro tento druh textu s ohledem na jejich užití jednotlivými kategoriemi respondentů. Lze předpokládat, že lexikon se bude lišit nejen vzhledem k pohlaví, ale především v rámci jednotlivých věkových kategorií. Současným jazykovým fenoménem je mimo jiné jazyk mladých, proto lze předpokládat, že největší rozdíly v lexiku nalezneme právě na obou koncích věkového rozpětí, tedy mezi kategorií 18 - 25 let a 61 a více.

Je důležité si uvědomit, že v rámci sémantické analýzy se nemůžeme zaměřit pouze na porovnávání významově stejných či podobných výrazů, založeném na komparaci jednotlivých skupin dle věku a pohlaví. Měli bychom vzít v potaz i skutečnost, že seznamovací inzerát jako prostředek k nalezení ideálního partnera, reflektuje kromě samotné osobnosti také životní etapy a priority jednotlivých respondentů, proto nepřekvapí, že věkové kategorie se liší nejen v rámci jednotlivých synonym, ale také v celém tematickém okruhu, který momentálně odpovídá životní situaci respondenta. Zde samozřejmě dojdeme k závěru, že největší diverzita tematických oblastí je logicky mezi nejmladší a nejstarší skupinou respondentů, konkrétněji se s tím budu zabývat v jedné z následujících kapitol (nemoci, smrt, další generace).

Kvantitativní analýza se orientuje na tematickou preferenci jednotlivých pohlaví a věkových kategorií. Vycházím ze skutečnosti, že čím větší frekvenci užití určité tematické oblasti vykazují jednotlivé kategorie, tím větší společenský význam může být této oblasti připisován. Na základě detailní lexikální analýzy bylo tedy možné selekcí jednotlivých slov a následnou klasifikací dle významu provést rozčlenění do větších významových celků, z nichž



se pro jednotlivé kategorie „vyprofilovaly“ více a méně relevantní tematické oblasti. To, že v některých kategoriích konkrétní témata úplně chybí, má nemalý význam pro možný sociologický výzkum. Kvantitativní analýza je primárně zaměřena sémantickým směrem a má mimo jiné poukázat na to, která slova či formulace jednotlivých respondentů se naopak nevyskytují v lexikonu té či oné kategorie a zda se případně s jinými nevylučují. Na základě tohoto se můžeme pokusit stanovit konkrétní oblasti zájmu (ať už tematické či jednotlivá slova).

Musíme si uvědomit, že analýza byla prováděna jen na zlomku celkového počtu všech inzerátů, které byly navíc vybírány náhodně.

### 7.2.1. První osoba

Zvláštní část analýzy je věnována označení pro první osobu jednotného čísla. Ve srovnání s češtinou je čínština bohatší na ekvivalenty českého „já“. Jak by se dalo očekávat, v jednotlivých inzerátech jednoznačně převažuje čínské zájmeno 我 *wǒ* a 自己 *zìjǐ*, nicméně narazíme také na slova jako např. 人家 *rénjiā*, 本人 *běnrén*, 个人 *gèrén*, 自我 *zìwǒ*, 某人 *mǒurén*, 自个 *zìgē*.

Konkrétně zájmeno 人家 *rénjiā* je označováno za nejtypičtější genderové zájmeno. Je spojováno s komunikačním stylem 撒娇 *sājīāo*<sup>11</sup>, mělo by být tedy charakteristické pro vyjadřování žen, které toto zájmeno užívají místo běžného zájmena 我 *wǒ*. Podle Chao nebylo *rénjiā* užíváno jen mladými dívkami, nýbrž také ženami vyššího věku, lze ho tudíž považovat za „feminizované“ zájmeno, nikoliv za marker věku či sociálního postavení. Domnívá se, že ho ženy užívaly ke zdůraznění ženskosti nebo přesvědčování a získávání jiných. Proto v případě, že by v souvislosti se svou osobou zájmeno *rénjiā* použil muž, bylo by to chápáno jako zženštilé vyjadřování a by byl v takovém případě opraven. Muži by toto zájmeno použili jen v případě, že by napodobovali ženy. Chao zároveň definuje tři funkce *rénjiā*. Zaprvé je to vyjádření blízkého vztahu komunikačních partnerů, ať už je to rozhovor mezi matkou a dcerou či mezi přáteli. Druhá funkce koresponduje s Farrisovým tvrzením, tedy

---

<sup>11</sup> Tento styl označuje chování rozmazleného dítěte či mladé ženy, vynucující si na posluchači výhody a požadavky. Označuje také nepřímou a neformální moc ženy v čínské společnosti. Vyznačuje se mimo jiné vyšší polohou hlasu, pomalejším tempem a důraznější intonací (Farris, 1995: s.16).

staví mluvčího do podřízeného postavení vůči komunikačnímu partnerovi. Třetí funkce je pak identifikační, tedy že *rénjiā* užívají ženy mezi sebou (Chao, 1995; Chan, 1998: s. 43).

Jak již bylo zmíněno zájmeno 人家 *rénjiā* by se dalo označit za jednoznačně „feminizované“ zájmeno. O to jsou však překvapivější výsledky provedené analýzy. Nejen že užití tohoto zájmena není v porovnání s jinými zájmeny nikterak výrazné, objevuje se dokonce napříč věkovým spektrem a bez rozdílu pohlaví. U žen se objevuje ve všech věkových kategoriích kromě skupiny 18 - 25 a u mužů se neobjevuje ve skupině 18 - 25 a 41 -60. Závěry analýzy tedy ukazují na velký posun, ke kterému v užívání došlo. I v mužských inzerátech bylo toho zájmeno použito k označení vlastní osoby, nikoliv k napodobování či parodování ženského pohlaví.

### 7.2.2. Obecné označení „muž“ / „žena“ v inzerátech

Jak již bylo řečeno, některé výrazy nesoucí význam „muž“/„žena“ můžeme označit za symetrické, tzn. v určitém smyslu je možné je považovat za opozita. V ideálním případě se jedná o dvouslabičné kompozitum se vzájemným vztahem komponentů atribut – jméno. Jméno je v obou případech stejné, změna nastává jen v použitém atributu. V tabulce níže jsou uvedené nejčastější symetrické výrazy. Analýza ukázala, že nejfrekventovanější výraz označující muže jsou 男士 *nánshì* a 男人 *nánrén*, označující ženu pak jejich opozita 女士 *nǚshì* a 女人 *nǚrén*. Slova 男人 *nánrén* a 女人 *nǚrén* se objevovala napříč věkovým spektrem, nutno však podotknout, že s různým procentuálním zastoupením v jednotlivých věkových kategoriích. 男人 *nánrén* se objevovalo nejvíce v nejstarší kategorii respondentů, tedy 61 a více let a to jak v ženské, tak mužské kategorii. 女人 *nǚrén* má v ženské kategorii největší procentuální zastoupení ve věkovém rozmezí 61 a více let, u mužů pak 41 - 60 let. Naopak výrazy 男士 *nánshì* „džentlmen“ se objevuje jen v inzerátech žen a 女士 *nǚshì* „dáma“ pouze v inzerátech mužů s nejvyšším procentuálním zastoupením v nejstarší kategorii.

|                     | význam                 | M 18-25 | M 26-40 | M 41-60 | M 61 a více | Ž 18-25 | Ž 26-40 | Ž 41-60 | Ž 61 a více |
|---------------------|------------------------|---------|---------|---------|-------------|---------|---------|---------|-------------|
| 男士<br><i>nánshì</i> | džentlmen              | /       | /       | /       | /           | 50%     | /       | 17%     | 33%         |
| 女士<br><i>nǚshì</i>  | dáma;<br>vzdělaná žena | 5,5%    | 5,5%    | 33%     | 56%         | /       | /       | /       | /           |
| 男人<br><i>nánrén</i> | muž, manžel            | /       | 12,5%   | 12,5%   | 25%         | 18%     | 7%      | /       | 25%         |
| 女人<br><i>nǚrén</i>  | žena/manželka          | 9%      | 4,5%    | 23%     | 4,5%        | 18%     | 4,5%    | 9%      | 27,5%       |

Tabulka 7: Výskyt nejčastějších označení „muž“ / „žena“

### 7.2.2.1. Výrazy označující ženské pohlaví – význam „žena“

Seznamovací inzerát je textový žánr psaný lidmi pro lidi, proto je také označení osob velmi důležitou součástí lexikální analýzy. Předmětem této analýzy byly inzeráty, kde ženy hledají muže a muži hledají ženy, s tím souvisí potřeba popsat jak svou vlastní osobu, tak osobu hledanou. V tabulce č. 17 jsou uvedeny výrazy související s osobami ženského pohlaví. Objevují se slova použitá všemi věkovými skupinami jako obecné oznašení 女人 *nǚrén* „žena/manželka“, nebo naopak slova preferovaná pouze některými kategoriemi, konkrétně je to pouze v mužských kategoriích slovo 女士 *nǚshì* „vzdělaná dívka/žena“, jehož výskyt vzrůstá spolu s věkem inzerentů. Specifickou skupinu tvoří slova jako 女儿 *nǚ'ér* „dcera, dívka“, 孙女 *sūnnǚ* „vnučka“, která se vyskytují pouze mezi dvěma nejstaršími skupinami. Důvod je jasný, těmito slovy popisují inzerenti/inzerentky členy své rodiny, nevyskytl se žádný, případ, kdy by tímto slovem oznčila některá z inzerentek sama sebe.

### 7.2.2.2. Výrazy označující mužské pohlaví – význam „muž“

Podobně jako byla vytvořena tabulka označení osob ženského pohlaví, byla sestavena také tabulka s označeními osob mužského pohlaví. Na rozdíl od ženské kategorie, se mezi mužskými označeními nevyskytlo žádné slovo, které by bylo použito ve všech věkových i

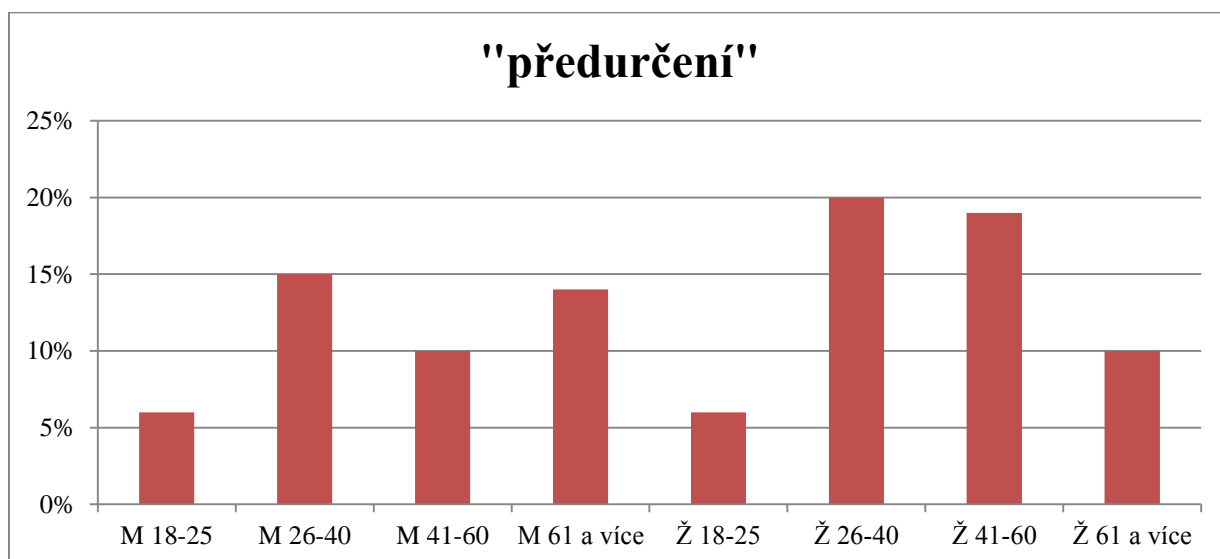
genderových kategoriích. Za zmínku stojí slovo 男士 *nánshì* „gentleman“, které se vyskytuje pouze v inzerátech psaných ženami, muži tedy toto slovo ve spojitosti s vlastní osobou nepoužívají. Příkladem slov užitých jen konkrétními věkovými skupinami jsou 伴侣 *bànlǚ* „partner“ a 相知 *xiāngzhī* „dobrý přítel“. V tomto konkrétním případě se jedná o dvě nejstarší kategorie. Podobně jako u označení ženského pohlaví se označení potomků vyskytuje pouze v nejstarších kategoriích.

### 7.2.3. „Předurčení“

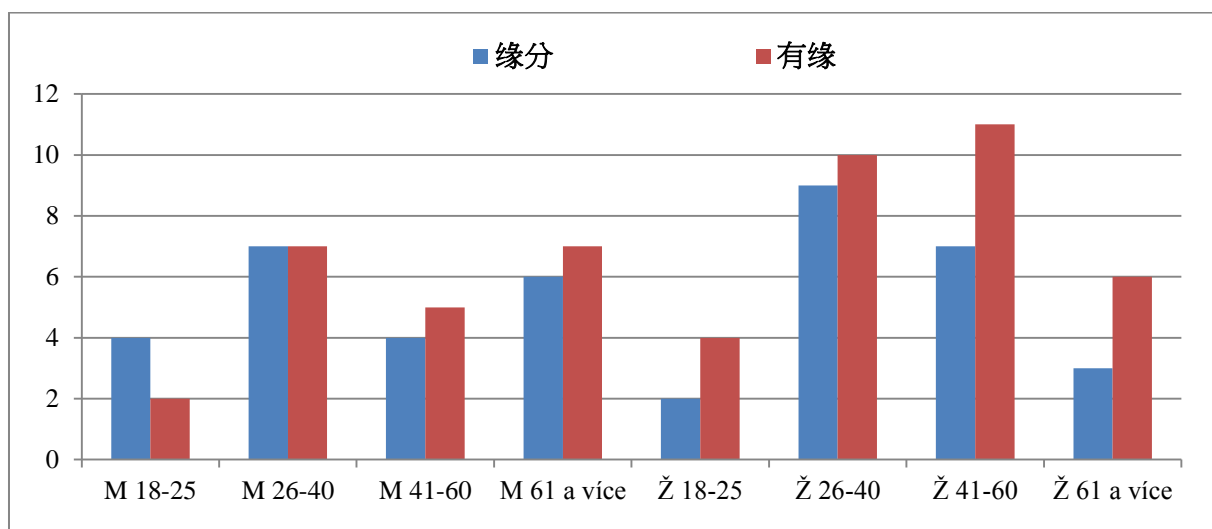
Na čínských seznamovacích inzerátech je velmi nápadný výskyt slov s různě širokým významem „předurčení“ jako 缘分 *yuánfèn* „předurčení/osud“, 有缘 *yǒuyuán* „karma/předurčení“. Jak uvádí Wierzibicka, mohou být některá slova, která jsou v konkrétních jazykových kulturách nápadně častá a mnohem důležitější než jejich překlady v jiných jazycích, označována jako „kulturní klíčová slova“. Wierzibicka se těmito slovy zabývá ze sémantického hlediska. Tato klíčová slova jsou charakteristická pro ty kultury, ve kterých jsou používány s velkou frekvencí a poskytují nám informace o kulturně specifické mentalitě v určitém jazykovém společenství (Wierzibicka, 1997: s. 1-16, cit. v Zhang, 2009). Slova jako 缘分 *yuánfèn*, 有缘 *yǒuyuán* lze považovat za taková „kulturní klíčová slova“ čínské společnosti, potažmo čínských seznamovacích inzerátů, která můžeme označit jako jakési zrcadlo čínské společnosti a kultury, které nám přibližuje představy současných Číňanů o hledání partnera, tedy že láska a partnerství dostanou novou dimenzi, jež nelze vysvětlit vědomostmi ani rozumem. Bráno ze sémantického hlediska, je zároveň možné tato slova volně překládat jako „hodící se k sobě“, poukazuje tedy na vzájemnou psychickou podobnost partnerů. Slovo 有缘 *yǒuyuán* bylo dokoce v roce 2001 v Číně „korunováno“ jedním ze slov lásky století (Zhang, 2009: s. 185).

Zaměříme-li se na jednotlivé složky slov 缘分 *yuánfèn*, 有缘 *yǒuyuán*, je důležité vysvětlit význam společného znaku 缘 *yuán*. Ve slovnících nebývá uváděn samostatně, nýbrž v uvedeném slovíčku 缘分 *yuánfèn*, který je definován následujícím způsobem: „Pověřiví lidé to považují za možnost setkání se během života. Běžně se vztahuje na pravděpodobnost, že vznikají určitá spojení mezi lidmi nebo mezi lidmi a věcmi.“ (现代汉语分类词典, 1998: s. 254). 缘 *yuán* se tedy vztahuje na možnost setkání, se spojením se slovesem 有 *yǒu*, má pak tedy význam „mít šanci se setkat“.

Níže uvedené grafy znázorňují výskyt těchto dvou slov s ohledem na pohlaví a věk inzerentů. Jejich poměr je velmi vyrovnaný, mírně převažuje užití 有缘 *yǒuyuán* (55%) ve srovnání s 缘分 *yuánfèn* (45%). Jednoznačně lze říci, že téma „předurčení“ je nejméně blízké nejmladší kategorii, tedy 18 - 25, kde se kvantitativně vyskytují stejně, jen u mužů převládá slovo 缘分 *yuánfèn*, u žen je to naopak 有缘 *yǒuyuán*. Odlišnosti jsou patrné ve starších kategoriích, kde se od sebe jednotlivá pohlaví poměrně liší. Zatímco u žen jasně dominují věkové kategorie 26 - 40 let a 41 - 60 let, u mužů jsou to kategorie 26 - 40 let a 61 a více let. Mladým není klasické „buddhistické“ smýšlení natolik blízké a při hledání partnera tolik nespolehají na osud, či náhodu.



Graf 7: Procentuální výskyt slov s významem „předurčení“



Graf 8: Výskyt slov s významem „předurčení“

## 7.2.4. Moderní vs. klasická čínština<sup>12</sup>

Zvláštností čínských seznamovacích inzerátů je na současnou dobu značně tradiční pojetí, na mysli mám především lexikální stránku. Dalo by se říci, že se vyznačují poměrně vysokým, literárním stylem. Díky tomu, že internet nabízí možnost inzerovat zdarma bez ohledu na délku příspěvku, mohou uživatelé tvořit texty více méně bez omezení a na základě vlastního pocitu, proto jsou seznamovací inzeráty relevantním odrazem doby, zároveň generačních a genderových rozdílů. Budeme-li se v této kapitole věnovat moderní a klasické čínštině v seznamovacích inzerátech, pak můžeme předpokládat, že díky analýze vyjdou najevo především rozdíly generační. V tomto konkrétním případě by byla zajisté zajímavá analýza z pohledu dosaženého vzdělání, tedy gramotnosti a s tím související, speciálně v Číně velmi výrazné, rozdílnosti v geografickém původu jednotlivců. Nicméně takové tematické odklonění s tématem této diplomové práce zcela nesouvisí.

Použití výrazů klasické čínštiny vs. moderní čínštiny a jejich poměr se pokusím ukázat na konkrétním příkladu dvou slov, u kterých jsou uvedeny vždy dvě varianty, tedy klasická a moderní. Jedná se o atributivní ukazatele 之 *zhī* (klasická čínština) x 的 *de* (moderní čínština) a slova s významem „hledat“<sup>13</sup> 觅 *mì* (klasická čínština) x 寻找 *xúnzhǎo* (moderní čínština). V první tabulce jsou porovnány atributivní ukazatelé a to podle jejich výskytu mezi muži a ženami, zároveň v různých věkových kategoriích. Na první pohled je zřejmé, že z těchto dvou variant v současném běžném jazyce, nehledě na jednotlivé věkové kategorie, jasně převládá ta moderní. Níže uvedený graf toto jen dokazuje. Ukázala se také skutečnost, že co se týče atributivních konstrukcí, dvě nejstarší mužské kategorie výrazně zaostávají za ostatními, svědčí to tedy mimo jiné o menším podílu adjektiv v jednotlivých textech mužů mezi od 41 let výše. Nejčastěji je naproti tomu používají ženy mezi 41 a 60 lety. Analýza také potvrzuje teorii o dominantním užití prvků klasické čínštiny, v tomto případě ukazatele 之 *zhī* mezi věkovými skupinami starší generace. U mužů od 61 let výše je jeho výskyt 26%,

---

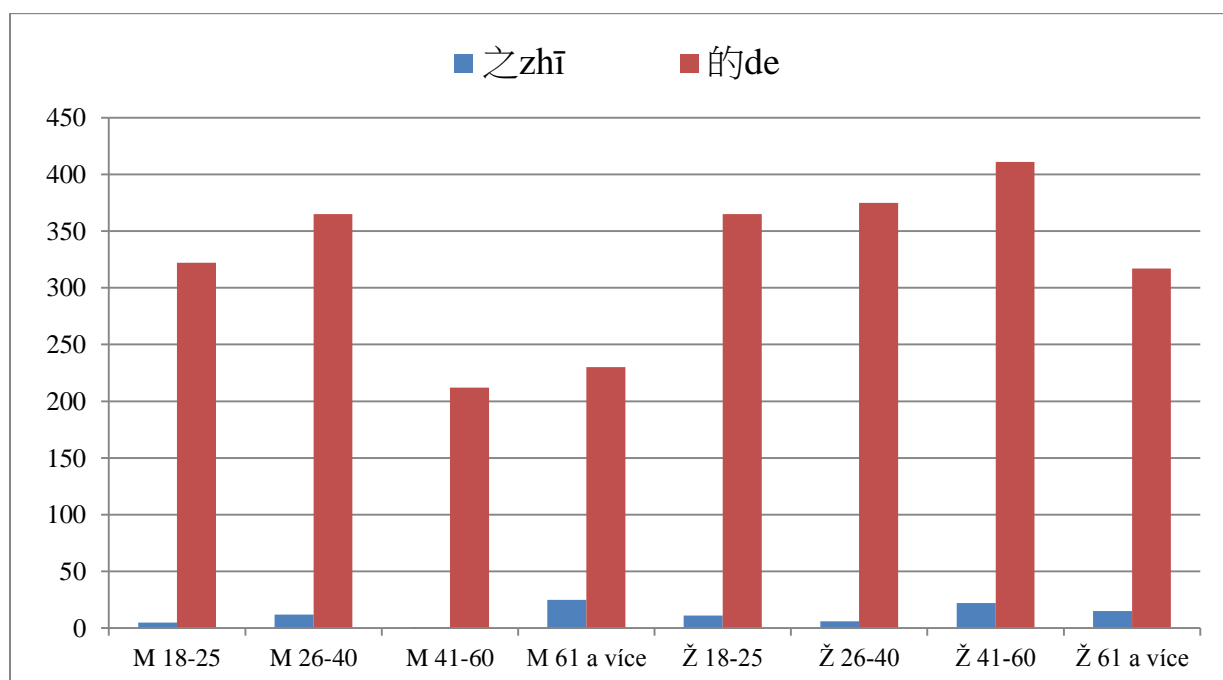
<sup>12</sup> Je-li řeč o klasické čínštině, je potřeba alespoň velmi stručně vysvětlit tento pojem. Jedná se o čínštinu, která se užívala do 20. století především v psané formě. Nevyskytovala se v žádných dialektových variacích, byla rozšířena také v Japonsku, Koreji a Vietnamu a měla tudíž jakousi sjednocovací funkci. (Norman, 1988, s. 83-84) V tomto jazyce byla také napsána stěžejní díla čínské literatury.

<sup>13</sup> V inzerátech se objevuje samozřejmě více výrazů s významem „hledat“, často bývá v tomto smyslu používán samostatný znak 找 *zhǎo*.

následují skupiny žen 41 - 60 let a 61 let a více. Počet jednotlivých užití sice není závratný, ale i tak je tento vzorek dostatečně vypovídající.

|              | M 18-25  | M 26-40  | M 41-60 | M 61 a více | Ž 18-25  | Ž 26-40  | Ž 41-60  | Ž 61 a více |
|--------------|----------|----------|---------|-------------|----------|----------|----------|-------------|
| 之 <i>zhī</i> | 5 (5%)   | 12 (12%) | 1 (1%)  | 25 (26%)    | 11 (11%) | 6 (6%)   | 22 (23%) | 15 (16%)    |
| 的 <i>de</i>  | 322(12%) | 365(14%) | 212(8%) | 230(9%)     | 365(14%) | 375(15%) | 411(16%) | 317(12%)    |

Tabulka 8: Procentuální výskyt atributivních ukazatelů 之 *zhī* a 的 *de*



Graf 9: Četnost užití atributivních ukazatelů 之 *zhī* a 的 *de*

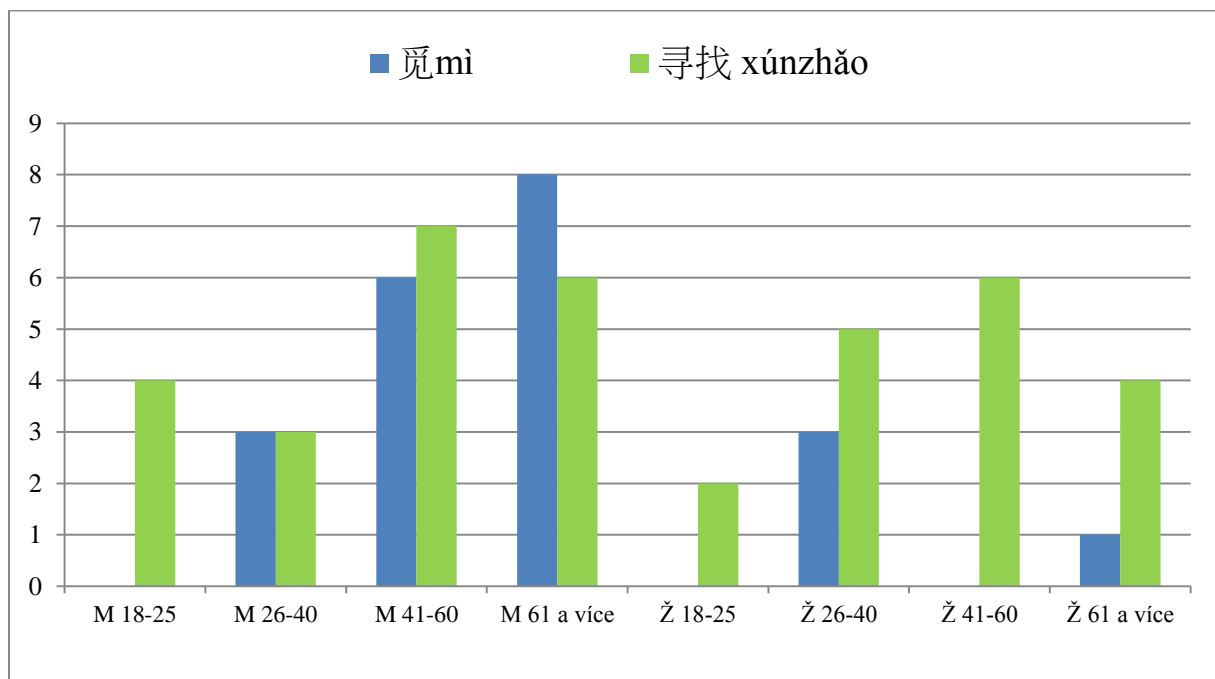
Jak již bylo zmíněno, druhým příkladem komparace klasické a moderní čínštiny jsou slova s významem „hledat“<sup>14</sup> 觅 *mì* (klasická čínština) x 寻找 *xúnzhǎo* (moderní čínština). Také v tomto případě se potvrdilo, že i přes méně početný vzorek byla potvrzena teorie o dominantnějším výskytu klasických termínů v seznamovacích inzerátech starší generace. Dokládá to 39% užití mezi muži 61 let a více a 28% mezi muži 41 - 60 let. V tomto případě je

<sup>14</sup> V inzerátech se objevuje samozřejmě více výrazů s významem „hledat“, často bývá v tomto smyslu používán samostatný znak 找 *zhǎo*.

zajímavé, že zmíněná dominance je patrná pouze mezi muži, u žen se 觅 *mì* objevuje jen v celkem 19%, přičemž v kategorii 41 - 60 se nevyskytovalo ani jednou. Moderní varianta 寻找 *xúnzhǎo* se objevuje opět jen mezi staršími inzerenty. Může to být zdůvodnitelné jiným pojetím vlastní prezentace vůči čtenářům. Mladší inzerenti skutečnost, že někoho hledají, zaobalí, kdežto lidé vyššího věku jsou v tomto smyslu více přímí.

| hledat            | M 18-25    | M 26-40    | M 41-60    | M 61 a více | Ž 18-25 | Ž 26-40 | Ž 41-60  | Ž 61 a více |
|-------------------|------------|------------|------------|-------------|---------|---------|----------|-------------|
| 觅 <i>mì</i>       | /          | 3<br>(14%) | 6<br>(28%) | 8 (39%)     | /       | 3 (14%) | /        | 1 (5%)      |
| 寻找 <i>xúnzhǎo</i> | 4<br>(11%) | 3 (8%)     | 7<br>(19%) | 6 (16%)     | 2 (5%)  | 5 (14%) | 6<br>16% | 4 (11%)     |

Tabulka 9: Procentuální výskyt slov s významem „hledat“ 觅 *mì* a 寻找 *xúnzhǎo*



Graf 10: Četnost užití slov s významem „hledat“ 觅 *mì* a 寻找 *xúnzhǎo*

Výskyt pojmů z klasické čínštiny mezi mladšími ročníky můžeme vysvětlit dvěma způsoby: může se jednat o pokus propůjčit svému jazyku vyšší styl, vědomy si čínských tradic. Takový styl projevu nemusí být nutně motivován jen estetickým hlediskem. Výrazy klasické



čínštiny bývají často stručnější a výstižnější, proto může být dalším důvodem použití také jazyková ekonomie, což by bylo konkrétně v případě seznamovacích inzerátů, kde jde často o nahuštění co největšího počtu informací do krátkého textu. Příkladem takové jazykové ekonomie mohou být výše uvedená slova 觅 *mì* a 寻找 *xúnzhǎo*.

#### 7.2.4.1. 成语 *chéngyǔ*

Za jakési tradiční kulturní dědictví čínštiny by se daly označit typické čínské idiomy 成语 *chéngyǔ*. Idiom bývá obecně definován jako víceslovný výraz s přeneseným významem, který je chápán ve vztahu k běžnému užití tohoto výrazu a který se liší od doslovného významu či definice jednotlivých slovních komponentů (McArthur, 1992). Slova, která jsou součástí idiomu, tedy ztrácí svůj původní nebo obvyklý význam, zatímco jako sémantický celek získávají specifický význam, který často s původním významem jednotlivých slov má jen velmi málo společného. Přestože nejsou tyto výrazy, hlavně co se týče sémantického hlediska jednotlivých komponentů snadno analyzovatelné, jedná se útvar, který poukazuje na jedinečnou formu a styl charakteristický pro konkrétní jazyk. V praxi se idiomy užívají se záměrem vyjádřit určitý postoj nebo emoce.

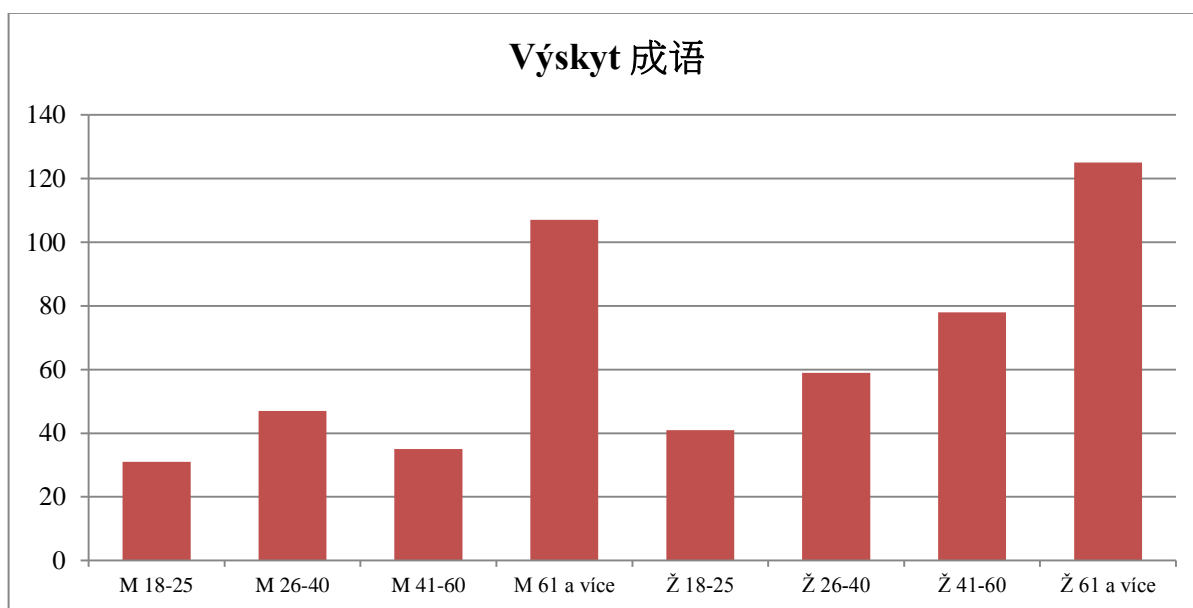
Obecně lze idiom (成语 *chéngyǔ*) označit za metaforu, tzn. za pojem, pro jehož správné porozumění je nutná znalost kontextu, pozadí vzniku nebo mít potřebnou kulturní zkušenost. Většinu idiomů lze použít jen v konkrétním jazyce, kde obě strany podílející se na komunikaci mají stejný/podobný kulturní odkaz. Právě proto nejsou považovány za součást jazyka jako takového, nýbrž za součást národní historie, identity, společnosti a kultury. Popularita jednotlivých idiomů s postupem času nabývá nebo ztrácí na popularitě, ale jen zřídka kdy dochází k jejich významovému posunu (Wang, Yu, 2010: s. 11). Většina čínských 成语 *chéngyǔ* má svůj původ ve staré klasické čínské literatuře a jsou hojně užívány především v psaných textech, některé také v hovorové čínštině. Naprostá většina 成语 *chéngyǔ* tvoří čtyři znaky, může to být ale i více, případně méně. Jak již bylo zmíněno, komplexní význam se s významem jednotlivých znaků míjí. Každé 成语 *chéngyǔ* je spojeno s pověstí, příběhem nebo může být i založeno na nějaké konkrétní historické události. Skutečnost, že mnoho čínských idiomů nesplňuje pravidla moderní čínské lexikologie a syntaxe, lze zdůvodnit právě jejich stářím a jen minimálně změněnou podobou.

V souvislosti se seznamovacími inzeráty bude zajímavé sledovat výskyt 成语 *chéngyǔ* a jejich tematickou klasifikaci s ohledem na věk a pohlaví uživatelů. Bylo již řečeno, že se jedná o tradiční záležitost čínské kultury, proto lze také očekávat, že vzhledem ke stále stupňující se westernizaci čínské společnosti a upouštění od „tradičně čínského“, což se týká hlavně mladší generace, bude poměr použití dominantnější zejména mezi starší generací. Použití těchto většinou čtyř slabičných idiomů bývá z tradičního pohledu považováno za součást ideálního projevu vzdělaných vrstev obyvatelstva (Günther 2007: s. 140).

Níže uvedená tabulka a graf mluví jasně. V tabulce je uveden procentuální výskyt 成语 *chéngyǔ* v jednotlivých věkových kategoriích. Níže v grafu je pak znázorněn konkrétní počet. Především z grafu jasně vyplývá převaha čínských idiomů mezi staršími inzerenty. Až na výjimku v mužských kategoriích 26 - 40 a 41 - 60 je zcela zřejmý nárůst použitých 成语 *chéngyǔ* přímo úměrně se zvyšujícím se věkem inzerentů. Potvrzuje se tím teorie, že ke klasickému jazyku a vyššímu stylu vyjadřování budou tíhnout spíše starší ročníky.

|    | M 18-25 | M 26-40 | M 41-60 | M 61 a více | Ž 18-25 | Ž 26-40  | Ž 41-60  | Ž 61 a více |
|----|---------|---------|---------|-------------|---------|----------|----------|-------------|
| 成语 | 31 (6%) | 47 (9%) | 35 (7%) | 107 (20%)   | 41 (8%) | 59 (12%) | 78 (15%) | 125 (23%)   |

Tabulka 10: Procentuální výskyt 成语 *chéngyǔ*



Graf 11: Četnost užití 成语 *chéngyǔ*

Vedle zmíněné kvantitativní analýzy byla provedena také analýza sémantická. Na základě jejich primárního významu byla 成语 *chéngyǔ* rozdělena do 19 různých tematických kategorií: činnosti, vlastnosti, obecné/nezařaditelné, čas, duchovno, pocity, životní motta, psaní inzerátu, finance, vzdělání, věk, krajina, zdraví/kondice, mezilidské vztahy, rodina, plány, práce/kariéra, záliby a způsob života.

Procentuální výskyt jednotlivých tematických kategorií jen reflektuje výše uvedený graf použití 成语 *chéngyǔ* jednotlivými věkovými skupinami, kde podle očekávání převládá jak v mužské, tak v ženské kategorii skupina nejstarších inzerentů. V následující tabulce jsou uvedeny zmíněné tematické kategorie sestupně podle podílu v celkovém počtu použitých 成语 *chéngyǔ*. Jak je vidět, v prvních třech nejfrekventovanějších kategoriích, jimiž jsou vlastnosti, plány a zdraví tvoří největší podíl uživatelů nejstarší věkové kategorie 61 a více let a to jak mezi ženami, tak mezi muži. 25% všech čínských idiomů lze kategorizovat jako pojmy nesoucí význam nějaké vlastnosti nebo popisu osobnostních rysů. Inzerenti těmito výrazy popisují buďto sebe sama nebo svého vysněného partnera. Z tabulky také vyplývá, že nejčastěji se k otázce charakteru partnera vyjadřují nejstarší lidé, procenta jasně ukazují stoupající podíl spolu s rostoucím věkem. Nejčastějšími 成语 *chéngyǔ* této kategorie jsou např. 心地善良 *xīndì shànliáng* „dobrosrdečný“ nebo 性格开朗 *xìnggé kāilǎng* „mít veselou povahu“. Ovšem je důležité si uvědomit, že tato tabulka obsahuje jen údaje týkající se popisu osob pomocí 成语 *chéngyǔ*, nikoliv popisu osob obecně. Druhou nejobsáhlejší tematickou kategorií tvoří plány. Nejčastějším idiomem v této kategorii je 成家立业 *chéngjiālièyè* „založit rodinu a nastartovat kariéru“, zde je nutné podotknout, že muži a ženy patřící do nejstarší věkové kategorie užívají toto slovní spojení výhradně v souvislosti se svými dětmi, aby dali potenciálnímu partnerovi na vědomí, že vychovali zralé osobnosti a nyní se cítí opuštěně a jejich cílem je nalézt další smysl života a životní oporu. Zajímavou kategorií je téma zdraví. Kromě toho, že patří mezi nejvíce zastoupené, je jejich výskyt ve věkovém spektru omezený mezi muži ve větší míře na starší inzerenty mezi ženami výhradně na starší věkové skupiny. Již v úvodu jsem se zmínila o tématech, která se vyskytují jen mezi některými skupinami, pro které jsou v konkrétní životní etapě relevantní. Typickým příkladem jsou výrazy jako 身体健康 *shēntǐ jiànkāng* „zdravý / v dobré kondici“ a 生活能力 *shēnghuó nénglì* „životaschopnost / vitalita“. Na rozdíl od výše uvedeného 成家立业 *chéngjiālièyè* „založit rodinu a nastartovat kariéru“ mají tyto příklady přímou spojitost s pisatelem samotným. Zajímavou kategorií jsou i např. finance. Ačkoliv je toto téma

aktuální pro všechny věkové skupiny ve formě 成语 *chéngyǔ* se k němu vyjadřují opět jen nejstarší inzerenti. Nejčastěji uvádí idiomy 物质财富 *wùzhì cáifù* „materiální bohatství“ a 经济基础 *jīngjì jīchǔ* „socio-ekonomický základ“.

| kategorie     | Z celkového počtu 成语 | M 18-25 | M 26-40    | M 41-60 | M 61 a více | Ž 18-25    | Ž 26-40    | Ž 41-60    | Ž 61 a více |
|---------------|----------------------|---------|------------|---------|-------------|------------|------------|------------|-------------|
| vlastnosti    | <b>25%</b>           | 6%      | 9%         | 10%     | <b>23%</b>  | 8%         | 11%        | 13%        | <b>20%</b>  |
| plány         | <b>10%</b>           | 5%      | 11%        | 3%      | <b>23%</b>  | 8%         | 6%         | 19%        | <b>25%</b>  |
| zdraví        | <b>8%</b>            | 3%      | /          | 3%      | <b>26%</b>  | /          | /          | 13%        | <b>55%</b>  |
| obecné        | <b>7%</b>            | 9%      | 9%         | 6%      | <b>29%</b>  | 6%         | <b>17%</b> | 15%        | 9%          |
| vztahy        | <b>7%</b>            | 3%      | 9%         | 9%      | 12%         | 3%         | 12%        | <b>15%</b> | <b>47%</b>  |
| pocity        | <b>6%</b>            | /       | 8%         | 4%      | <b>35%</b>  | 4%         | 15%        | <b>19%</b> | 15%         |
| práce         | <b>5%</b>            | 5%      | <b>26%</b> | 5%      | <b>27%</b>  | /          | 5%         | 11%        | 21%         |
| činnosti      | <b>4%</b>            | 16%     | 6%         | /       | <b>22%</b>  | 6%         | <b>28%</b> | 16%        | 6%          |
| čas           | <b>4%</b>            | 6%      | 7%         | /       | 13%         | 6%         | 12%        | <b>31%</b> | <b>25%</b>  |
| duchovno      | <b>4%</b>            | /       | /          | 11%     | <b>41%</b>  | 11%        | <b>16%</b> | 5%         | <b>16%</b>  |
| životní motto | <b>4%</b>            | 12%     | 6%         | 5%      | 6%          | 12%        | <b>23%</b> | 12%        | <b>24%</b>  |
| záliby        | <b>3%</b>            | 9%      | /          | 9%      | 18%         | /          | 18%        | /          | <b>46%</b>  |
| inzerát       | <b>2%</b>            | /       | /          | /       | 10%         | <b>40%</b> | <b>40%</b> | 10%        | /           |
| finance       | <b>2%</b>            | /       | /          | /       | <b>27%</b>  | /          | /          | <b>46%</b> | <b>27%</b>  |
| věk           | <b>2%</b>            | 10%     | 10%        | 10%     | <b>30%</b>  | /          | 10%        | 10%        | <b>20%</b>  |
| krajina       | <b>2%</b>            | /       | 10%        | /       | <b>30%</b>  | 10%        | /          | 10%        | <b>40%</b>  |
| rodina        | <b>2%</b>            | /       | 12%        | /       | /           | <b>33%</b> | 22%        | 22%        | 11%         |
| způsob života | <b>2%</b>            | /       | <b>25%</b> | 13%     | /           | 12%        | <b>25%</b> | 12%        | 13%         |
| vzdělání      | <b>1%</b>            | /       | <b>33%</b> | 17%     | 17%         | <b>33%</b> | /          | /          | /           |

Tabulka 11: Tematické kategorie 成语 *chéngyǔ*

Mezi čtyřslabičnými idiomy se objevují také výrazy, které na první pohled vypadají jako 成语 *chéngyǔ*, nicméně se jedná o reduplikovaná slova, tedy slova se zdvojenými znaky, která sestávají v základním tvaru jen ze dvou znaků, nikoliv ze čtyř a nelze je tedy označit jako 成语 *chéngyǔ* v pravém slova smyslu. Takové výrazy jsou ve zjednodušené formě uvedené mezi dvojslabičnými slovy, kterým se věnuji v jiné kapitole sémantické analýzy. Bylo by zajímavé zabývat se reduplikací více do hloubky, to by ovšem spadalo pod syntaktickou analýzu, kterou tato práce nezahrnuje. Příklady reduplikovaných adjektiv:

实实在在 *shíshízàizài* „skutečný“

平平淡淡 *píngpíngdàndàn* „běžný“

冷冷清清 *lěnglěngqīngqīng* „chladný a bez radosti“

Také v této části analýzy se logicky opět jen potvrdila výše uváděná skutečnost, že idiomy 成语 *chéngyǔ* jsou doménou nejstarší inzerentů. Jak je patrné z tabulky, ačkoliv je tematické spektrum velmi široké, věková skupina 61 a více dominuje téměř ve všech významových kategoriích.

### 7.2.5. Použité osoby a zájmena

Co se týče osoby, v jakém bývají seznamovací inzeráty psané, bývá obvyklá třetí osoba jednotného čísla, což pomáhá vyvolat ve čtenáři dojem objektivnosti. Především v poslední době však mnoho inzerentů přechází do první osoby jednotného čísla, čímž vyjadřuje otevřenost a jakousi neformálnost, tím spíše, oslovuje-li potenciálního čtenáře druhou osobou jednotného čísla (Krčmová, 2010: s. 155).

Užití konkrétní osoby jednotného čísla reflektuje inzerentův momentální záměr obracet se na potenciálního partnera, nebo se věnovat popisu vlastní osoby.

|        | M 18-25 | M 26-40 | M 41-60 | M 61-x | Ž 18-25 | Ž 26-40 | Ž 41-60 | Ž 61-x |
|--------|---------|---------|---------|--------|---------|---------|---------|--------|
| 我 wǒ   | 239     | 252     | 141     | 218    | 250     | 301     | 269     | 257    |
| 你 nǐ   | 77      | 131     | 40      | 36     | 66      | 112     | 66      | 23     |
| 您 nín  | 4       | 3       | 2       | 3      | 5       | 2       | 19      | 5      |
| TA!    | 9       | 1       | 10      | 4      | 11      | 10      | 1       | 12     |
| 他/她 tā | 11      | 12      | 3       | 27     | 25      | 22      | 17      | 20     |
| ā      |         |         |         |        |         |         |         |        |

Tabulka 12: Užití zájmen

### 7.2.5.1. Vlastní označení

Za vlastní označení, je považováno první substantivum nebo osobní zájmeno, které se vztahuje na autora inzerátu. 我, ...的人, 胡萝卜 (přezdívka). Vlastní označení napomáhá k bližší specifikaci osoby inzerenta. Jeho funkcí je poskytnout odpověď na otázku „kdo jsem...?“, jelikož se tímto způsobem inzerující osoby řadí do pro ně relevantních vztahových systémů, např. Pracovních, pohlavních, rodinných atd. (Gern, 1992: s. 75-81).

Na základě analýzy čínských seznamovacích inzerátů jsem ovšem došla k závěru, že v tomto případě, nelze považovat za vlastní označení pouze první substantivum nebo osobní zájmeno, ale je možné ho nalézt v libovolné části tohoto textového útvaru. Konkrétní umístění pak zaleží na individuálním pojetí. Narazíme pak na nevyjádřené vlastní označení. Inzerenti buďto vytvořili text, který jakýmsi obecným tvrzením, často také citací klasické poezie, nebo označení vlastní osoby zamlčí a obracejí se přímo na potenciálního partnera s konkrétními požadavky.

„对整个世界来说，你是一个人，而对一个人来说，你就是整个世界。“

„Dui zhěnggè shìjiè lái shuō, nǐ shì yīgè rén, ér duì yīgè rén lái shuō, nǐ jiùshì zhěnggè shìjiè.“

„Pro celý svět jsi ty jeden člověk a pro jednoho člověka jsi ty jeden svět.“

„好好爱一个人，不分手的爱。陪你日出，陪你日落到老 谁能给我这个机会呀- -!“

„*Hǎohǎo ài yīgè rén, bù fēnshǒu de liàn'ài. Péi nǐ rì chū, péi nǐ rìluò dào lǎo shéi néng gěi wǒ zhège jīhuì ya- -!*“

„Když někoho velmi milujeme, nerozdělíme naši lásku. Být s tebou při východu slunce, být s tebou při západu slunce dokud nezestárneme, kdo mi může dát tuto příležitost?“

„可能最好的，已经在你的身边。只是，你还没有学会珍惜。人们总是盯着得不到的东西，而忽视了那些已经得到的。“

„*Kěnéng zuì hǎo de, yǐjīng zài nǐ de shēnbiān. Zhǐshì, nǐ hái méiyǒu xuéhuì zhēnxī. Rénmen zǒng shì dīngzhe dé bù dào de dōngxī, ér hūshìle nàxiē yǐjīng dédào de.*“

„Možná máš to nejlepší přímo u sebe, jen ses ještě nenaučil si toho vážit. Lidé vždy věnují pozornost nedosažitelným věcem a přehlíží to, co už dávno získali.“

Co se týče rozdílů v pohlaví, označují se muži první osobou jednotného čísla více než ženy. Může to být již několikrát zmiňovanou zdrženlivostí žen. Muži mají evidentně menší problémy s osobnějším a přímějším jednáním.

#### 7.2.5.2. ...的人 *derén*

Nutno podotknout, že ve velké části seznamovacích inzerátů se jako vlastní označení objevuje osobní zájmeno 我 *wǒ* „já“ nebo obecné označení 人 *rén* „člověk“, kterému předchází atributivní gramatický ukazatel 的 *de*, které v rámci různě obsáhlého přívlastku blíže specifikuje osobu inzerenta.

很普通的人

*hěn pǔtōngde rén*

„obyčejný člověk“

寻个能真心相伴的人

*xún gè néng zhēnxīn xiāngbàn de rén*

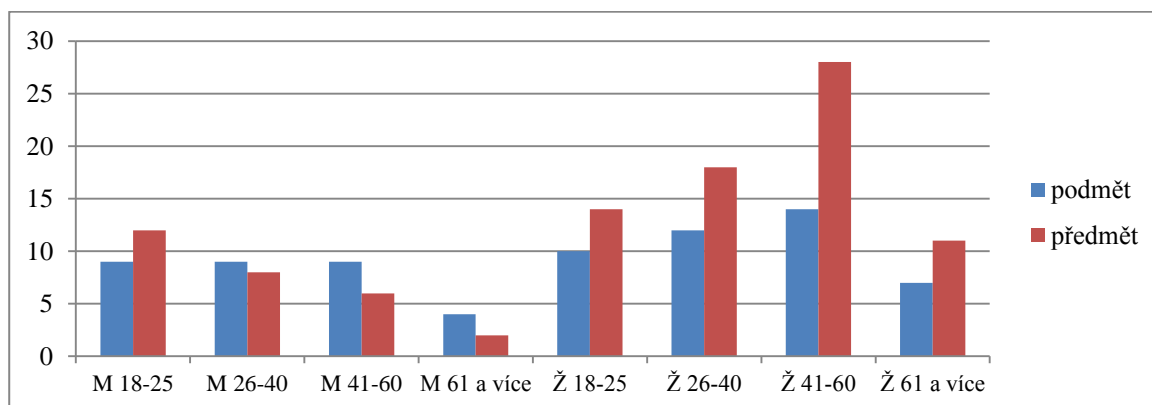
„hledám upřímného člověka, který by mi dělal společnost“

Kombinace znaků ...的人 *derén* se v inzerátech vyskytuje ve dvou různých funkcích. Zaprvé je to výše zmíněná funkce podmětu s libovolně rozvitým přívlastkem, často ve spojení se slovesem 是 *shì* ...的人 *derén* a za druhé se objevuje jako předmět, ve většině případů spolu se slovesy ...找 *zhǎo* „hledat“...的人 *derén*, ...遇到 *yùdào* „potkat“...的人 *derén*.

Níže je uvedená tabulka a graf, kde je na základě výskytu ...的人 *derén* mezi muži a ženami a jednotlivými věkovými kategoriemi názorně ukázán procentuální podíl jednotlivých funkcí. Z grafu obecně vyplývá kvantitativní převaha použití těchto dvou znaků v ženských inzerátech bez ohledu na věkovou kategorii. Zatímco v mužských inzerátech je se zvyšující se věkovou kategorií zřejmá tendence upouštění od použití těchto znaků, u žen je až na nejstarší kategorii jasně vidět naopak rostoucí výskyt. Kromě kvantitativního aspektu je neméně zajímavý aspekt syntaktický, kdy zatímco muži používají 的人 *derén* ve většině případů ve funkci podmětu, dominuje u žen naopak ve funkci předmětu.

|                | M 18-25  | M 26-40 | M 41-60 | M 61 a více | Ž 18-25  | Ž 26-40  | Ž 41-60  | Ž 61 a více |
|----------------|----------|---------|---------|-------------|----------|----------|----------|-------------|
| <b>podmět</b>  | 9 (43%)  | 9 (53%) | 9 (60%) | 4 (33%)     | 10 (42%) | 12 (40%) | 14 (33%) | 7 (39%)     |
| <b>předmět</b> | 12 (57%) | 8 (47%) | 6 (40%) | 2 (67%)     | 14 (58%) | 18 (60%) | 28 (67%) | 11 (61%)    |

Tabulka 13: Pozice ...的人 v čínské větě

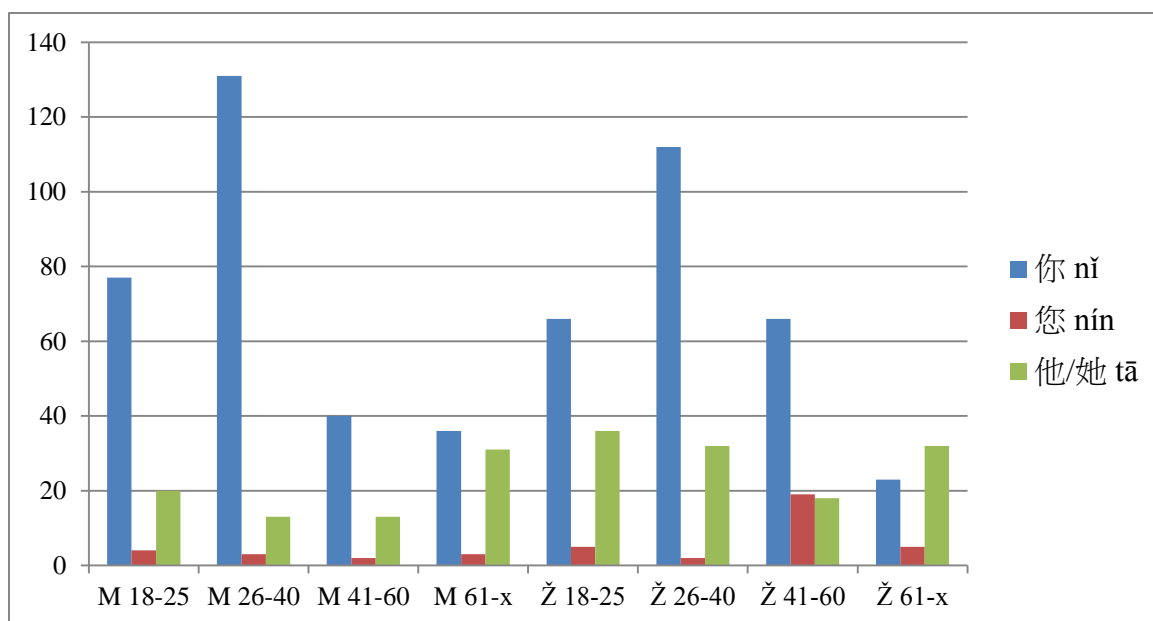


Graf 12: Pozice ...的人 v čínské větě



### 7.2.5.3. Označení partnera

Označení partnera/partnerky je pak vyjádřeno podstatným jménem nebo zájmenem, které blíže specifikuje nebo přímo oslovuje požadovaného partnera nebo partnerku. Pokud inzerent v textu použije druhou osobu, má to ten efekt, že se potenciální partner cítí přímo osobně osloven. Ačkoliv je inzerent svého potenciálního partnera/partnerku nezná, lze považovat užití druhé osoby jako intuitivní pokus vzbudit dojem důvěrnosti a neformálnosti. V případě že je použita naopak třetí osoba, působí inzerát spíše distancovaným a objektivním dojmem. V inzerátech se v rámci druhé osoby objevuje také „zdvořilostní forma“ druhé osoby jednotného čísla 您 *nín* „vy“. Podobně jako v češtině se toto zájmeno používá při oslovování starších a výše postavených osob. Je překvapivé, že se jeho výskyt prokázal ve všech věkových kategoriích, vzhledem k současným trendům přímého jednání je jeho použití zejména mladou generací velmi překvapující.



Graf 13: Použití zájmen

## 7.2.6. Modální částice

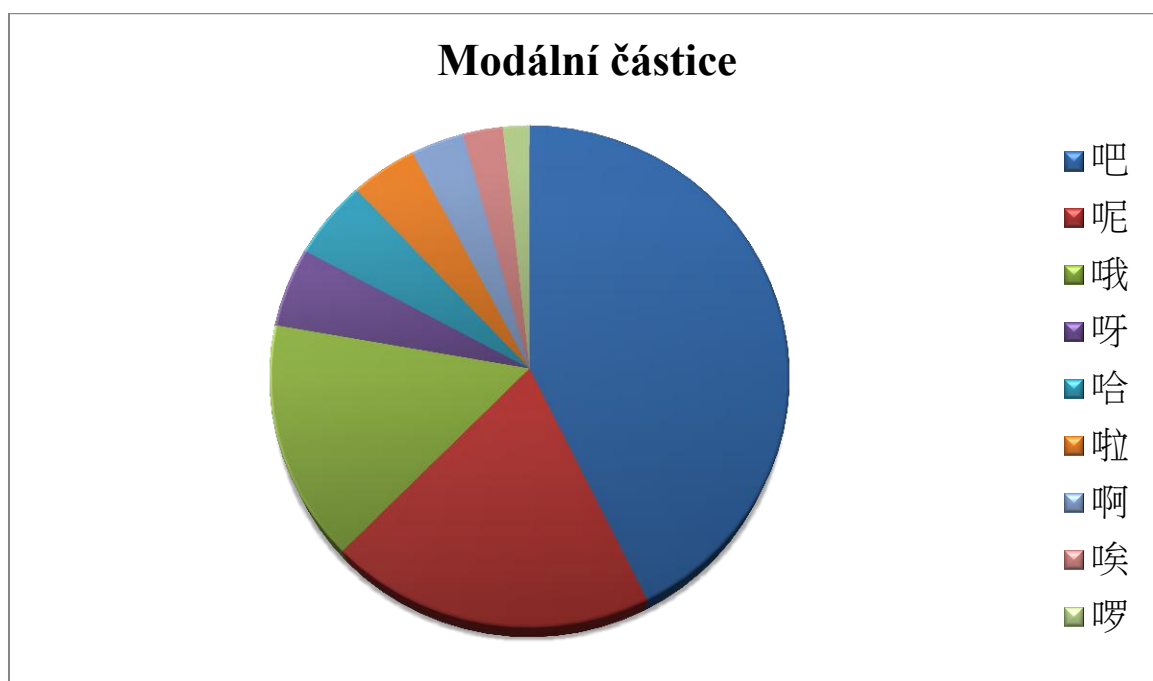
Větné částice hrají v čínštině velmi důležitou roli. Své místo mají na konci věty, kromě toho, že nesou význam konkrétního citového zabarvení, jejich účelem je zároveň vyjádřit gramatickou charakteristiku věty, na jejímž konci se nachází, jsou tím myšleny druhy vět jako tázací, rozkazovací, přací atd. Například čeština vyjadřuje tyto typy vět pomocí intonace, v čínštině je nutné užití modálních částic, jejichž užití je zároveň doplněno o relativní větnou intonaci (Švarný, 1998: s. 115). Tyto částice nemají gramatickou funkci jako takovou, spíše vyjadřují intenci řečníka směrem k příjemci.

V několika studiích (např. Erway, Chan, Hong) se uvádí, že užívání větných částí je z větší části doménou ženského pohlaví. Jednou z vlastností některých větných částí je mimo jiné také změkčení tónu. Jejich frekventované užití by mělo být vzhledem ke skutečnosti, že z kulturního hlediska se od žen očekává nepřímé a zdvořilé chování, dominantní především v ženském jazyce. Také Shih ve svém výzkumu došel ke stejnému závěru, navíc ovšem konkretizuje ony „feminizované“ větné částice, konkrétně se jedná o 嘛 *má*, 呀 *yā*, 呢 *ne*, 啦 *lā/lá*, 耶 *yé* (Shih, 1984; Chan, 1995: s. 44).

Zda tato teze skutečně platí i v dnešní době se přesvědčím na základě vyhodnocení analýzy. V rámci této diplomové práce bylo analyzováno celkem 400 seznamovacích inzerátů ve stejném poměru muži vs. ženy. V těch 400 seznamovacích inzerátech se objevuje celkem 144 modálních částic. Jejich procentuální podíl tvoří 0,2% všech znaků, které byly součástí analýzy. Konkrétně se jedná o částice 吧 *ba*, 呢 *ne*, 哦 *ò*(pochopit)/*ó*(věřit jen napůl), 呀 *yā* (ah, oh), 哈 *hā* (aha!), 啦 *lā/lá*, 啊 *ā* (euforie)/ *ǎ* (údiv)/ *á* (pochybnosti) / *à* (souhlas), 唉 *ài*(sentiment, sympatie, zklamání)/ *āi* (zvolání), 啰 *luō*. Jejich výskyt a poměr je přehledně uveden v tabulce níže.

|        | M 18-25 | M 26-40  | M 41-60 | M 61 a více | Ž 18-25 | Ž 26-40   | Ž 41-60  | Ž 61 a více |
|--------|---------|----------|---------|-------------|---------|-----------|----------|-------------|
| 吧(43%) | 1 (22%) | 10 (20%) | 2 (4%)  | 1 (2%)      | 9 (18%) | 7 (14%)   | 8 (16%)  | 2 (4%)      |
| 呢(20%) | 5 (22%) | 2 (10%)  | 1 (4%)  | 5 (22%)     | 3 (12%) | 1 (4%)    | 3 (13%)  | 3 (13%)     |
| 哦(15%) | 2 (11%) | 5 (28%)  | /       | 1 (5,5%)    | 5 (28%) | 3 (16,5%) | 1 (5,5%) | 1 (5,5%)    |
| 呀(6%)  | 1 (17%) | 2 (33%)  | /       | 1 (17%)     | /       | /         | /        | 2 (33%)     |
| 哈 (6%) | 3 (50%) | /        | 1 (17%) | /           | 1 (17%) | /         | 1 (17%)  | /           |
| 啦 (4%) | /       | 2 (40%)  | 1 (20%) | /           | 1 (20%) | /         | 1 (20%)  | /           |
| 啊(3%)  | 1 (25%) | /        | 1 (25%) | /           | 1 (25%) | /         | /        | 1 (25%)     |
| 唉(2%)  | 1 (33%) | /        | /       | 1 (33%)     | /       | /         | /        | 1 (33%)     |
| 啰 (1%) | /       | /        | /       | 1 (50%)     | /       | /         | 1 (50%)  | /           |

Tabulka 14: Výskyt modálních částic



Graf 14: Výskyt modálních částic

### 7.2.6.1. Modální částice 吧 *ba*

Z tabulky a grafu jasně vyplývá, že jak v četnosti výskytu, tak v relativně rovnoměrném zastoupení mezi oběma pohlavími, je nejvýraznější modální částice 吧 *ba*. Většina provedených výzkumů označuje 吧 *ba* za výrazně feminizovanou částici. Např. podle výzkumu pekingské čínštiny, který provedl Hu, vystupuje částice 吧 *ba* mimo jiné jako jakýsi marker pauzy. Příkladem může být následující věta:

„我吧，昨儿吧，给她打了个电话。她吧，谁知道，不在家!“

„*Wǒ ba, zuór ba, gěi tā dǎle gè diànhuà. Tā ba, shéi zhīdào, bùzài jiā!*“

„Včera jsem jí volala. Kdo mohl vědět, že není doma!“

Podle jeho teorie přidáním 吧 *ba* působí mluvčí méně striktně a jeho projev tak zní taktněji, čímž by tento způsob užití mohl být typický pro ženy (Hu, 1981, cit. v Chan, 1999: s. 12). Další studie označují tuto modální částici jako prostředek k změkčení tónu řeči nebo naznačující mírnou nejistotu mluvčího v otázkách a rozkazech. (viz výše zmíněný Shih). Otázkou zůstává, zda se tato teorie potvrdí také v provedené analýze.

Aby bylo možné potvrdit nebo vyvrátit výše uvedenou teorii, je nezbytné uvést všechny významy částice 吧 *ba* a ověřit jejich výskyt v analyzovaných inzerátech. Vochala uvádí ve svém slovníku následující významy:

- prosba, žádost, návrh, vybídnutí
- domněnka, dohad, nejistý soud
- souhlas, přitakání
- splnění očekávání
- pauza vyjadřující dilema
- pauza vyjadřující ilustraci

(Vochala, 2005: s. 7-8)

Na základě uvedených významů lze její konkrétní funkci v případě seznamovacích inzerátů lehce předvídat. V jedné z úvodních kapitol byl druh textu seznamovací inzerát blíže specifikován na základě funkce tohoto textového útvaru. Jen pro připomenutí, jedna z funkcí, která motivuje uživatele k použití tohoto textového druhu je funkce apelativní. Podle toho lze předpokládat, že ačkoliv má částice 吧 *ba* více funkcí, v tomto případě bude minimálně převládat právě funkce apelativní, bude tedy vyzývat potenciální zájemce k nějakému konkrétnímu činu. V některých případech je pak tato apelativní funkce umocněna přidáním vykřičníku.

|      | prosba/žádost/<br>návrh/ vybidnutí | domněnka/dohad/<br>nejistý soud | souhlas/přítakání | splnění očekávání | pauza vyjadřující<br>dilema | pauza vyjadřující<br>ilustraci |
|------|------------------------------------|---------------------------------|-------------------|-------------------|-----------------------------|--------------------------------|
| MUŽI | 83%                                | 17%                             | /                 | /                 | /                           | /                              |
| ŽENY | 50%                                | 42%                             | /                 | /                 | 7%                          | /                              |

**Tabulka 15: Význam částice 吧 *ba***

„请对我有兴趣的姑娘麻烦一点，写给我吧， ...“

„*Qǐng duì wǒ yǒu xìngqùde gūniang máfan yīdiǎn, xiě gěi wǒ ba, ...*“

„Prosím dívky, které o mě mají zájem, napište mi,...“

„嫁给我吧！“

„*Jià gěi wǒ ba!*“

„Vezmi si mě!“

Pouze 17% pak tvoří případy, kdy je částice 吧 *ba* použita ve významu domněnky, dohadu či nejistého soudu. V tomto případě má ve srovnání s prvním výrazem poněkud mírnější tón. Uživatel/mluvčí si není svým tvrzením zcela jist. Věty s tou částicí zároveň nejsou ukončeny tečkou nebo vykřičníkem, často to bývá spíše otazník.

你们够累的了还是先忙活该忙活的吧，就别给我发信了，谢谢！

*Nǐmen gòu lèideliǎo háishì xiān máng huò gāi máng huò de ba, jiù bié gěi wǒ fā xìn le, xièxiè!*

Pokud jste příliš znavené nebo zaneprázdňené, nepišťe mi, děkuji!

V případě příspěvků mužů, se částice 吧 *ba* v dalších významech neobjevuje, potvrzuje se tedy tvrzení, že muži se vyjadřují rázně a přímo. Naproti tomu v inzerátech žen najdeme tuto částici ve více významech, oproti mužským se zde objevuje také význam naznačující dilema. Hlavním rozdílem je poměrně vyrovnaný podíl mezi významem apelativním a hypotetickým (domněnka/dohad/nejistý soud). Význam apelativní je použit v rovných 50% případů.

如果你认同，那么请你 不要犹豫，联系我吧！

*Rúguǒ nǐ rèntóng, nàme qǐng nǐ bùyào yóuyù, liánxì wǒ ba!*

Pokud souhlasíš, pak Tě prosím, neváhej a kontaktuj mě!

主要是有涵养,有责任心的男人吧!

*...zhǔyào shì yǒu hányǎng, yǒu zérènxīn de nánrén ba!*

...důležité je, aby to byl tolerantní a zodpovědný muž!

Ve srovnání s mužskými inzeráty tvoří význam hypotetický celých 42%. V tomto případě se potvrzuje již zmíněný vliv tradiční/patriarchální společnosti na vyjadřování ženy, které tím více tíhnou k „měkkému“ a nepřímému vyjadřování.

希望在这里遇见我的你，一起携手人生吧..

*Xīwàng zài zhèlǐ yùjiàn wǒde nǐ, yìqǐ xiéshǒu rénshēng ba..*

Doufám, že tu potkám Tebe a společně se pak budeme provázet životem...

可能是从小受传统家庭的影响吧， ...

*Kěnéng shì cóngxiǎo shòu chuántǒng jiātíng de yǐngxiǎng ba, ...*

Asi je to vliv tradiční rodiny, který na mě působil od dětství...

Tento významově omezený výskyt částice 吧 *ba* souvisí s touto komunikační situací, kde se vlastně jedná o psaný monolog a respondent nemá možnost přímé interakce. Díky tomu je velmi nepravděpodobné, aby se 吧 *ba* objevilo např. ve významu souhlasu/přítakání nebo splnění očekávání, pro tyto významy chybí další komunikační partner.

Z analýzy teda zcela nevyplývalo, že by částice 吧 *ba* byla feminizovanou. Výskyt se potvrdil u obou pohlaví a to téměř ve stejném poměru, odlišný je však poměr použitých významů. V tomto ohledu se skutečně potvrdilo, že i v dnešní době si ženy zachovaly část tradičního chování a vyjadřování a to napříč všemi věkovými kategoriemi. Z pohledu věkových kategorií je zřejmé frekventovanější užití této částice mezi mladšími inzerenty. Tento fakt lze jednoduše zdůvodnit. Částice 吧 *ba* je typickým prvkem hovorové čínštiny. Ukazuje se tedy, že mladší generace mají tendence míchat v internetovém jazyce jazyk psaný a mluvený. Starší generace naproti tomu zachovávají koncept psané čínštiny, což se projevuje i ve výskytu prvků klasické čínštiny, která byla primárně jazykem psaným.

#### **7.2.6.2. Modální částice 呢 *ne***

Tato částice se hojně užívá na konci otázek, kde značí konkrétní tón oné otázky. V souvislosti s tónem otázky, můžeme částici 呢 použít ve čtyřech různých případech:

Vochala uvádí v následující významy:

emocionální zabarvení na konci věty

trvání slovesného děje

zdůraznění konstatování

pauzová partikule

(Vochala, 2005: s.321)

Další možností užití je ve větách s jasným kontextem ke zjištění „kde“. Částice 呢 stojí za podstatným jménem či zájmenem, primárně slouží k vytvoření jednoslovné otázky „桌子上的字典呢? = 桌子上的字典在哪儿?“ *Zhuōzi shàng de zìdiǎn ne? = Zhuōzi shàng de zìdiǎn zài nǎ'er?* „A co slovní, který byl na stole? = Kde je slovník, který byl na stole?“ Stojí-li za podstatným jménem či zájmenem, odkazuje na související dotaz „我们都准备好了, 他们呢? = 他们准备好了没有?“ *Wǒmen dōu zhǔnbèi hǎole, tāmen ne? = Tāmen zhǔnbèi hǎole méiyǒu?* „My jsme připraveni a co oni? = Jsou připraveni?“

呢 se taktéž objevuje na konci tvrzení, kde poukazuje na průběh či pokračování stavu. „别走了, 下着雨呢。“ *Bié zǒule, xiàzheyǔ ne.* „Nechod', prší.“

Poslední způsob užití částice 呢 je v případě, že se nemůžeme rozhodnout a za pomoci této částice chceme vysvětlit důvod našeho váhání „今天去不去我还没决定: 去呢, 有点晚了; 不去呢, 不太合适。“ *Jīntiān qù bù qù wǒ hái méi juédìng: Qù ne, yǒudiǎn wǎnle; bù qù ne, bù tài héshì.* „Ještě jsem se nerozhodl, jestli dnes půjdu: kdybych šel, je už pozdě; kdybych nešel, nebylo by to vhodné.“ (外国人实用汉语语法, 2008: S. 139-141).

V analýze byla použita klasifikace podle Vochaly.

|      | emocionální zabarvení na konci tázací věty | trvání slovesného děje | zdůrazněné konstatování | pauzová partikule |
|------|--------------------------------------------|------------------------|-------------------------|-------------------|
| MUŽI | 84%                                        | /                      | 8%                      | 8%                |
| ŽENY | 70%                                        | /                      | 10%                     | 20%               |

Tabulka 16: Význam částice 呢 *ne*



Ačkoliv Shih označuje částici 呢 *ne* za jednu z feminizovaných, v provedené analýze se toto tvrzení nepotvrdilo. Její zastoupení v mužských a ženských inzerátech je srovnatelné. Navíc se vyskytují ve stejných významech, jen jejich poměr se částečně liší.

U ostatních částic je jejich výskyt natolik zanedbatelný, že je zmiňuji pouze ve výše uvedené tabulce. Analýza navíc neukázala žádné zajímavé skutečnosti, které by se týkali ať už genderových nebo věkových odlišností.

### 7.2.7. Tematické kategorie

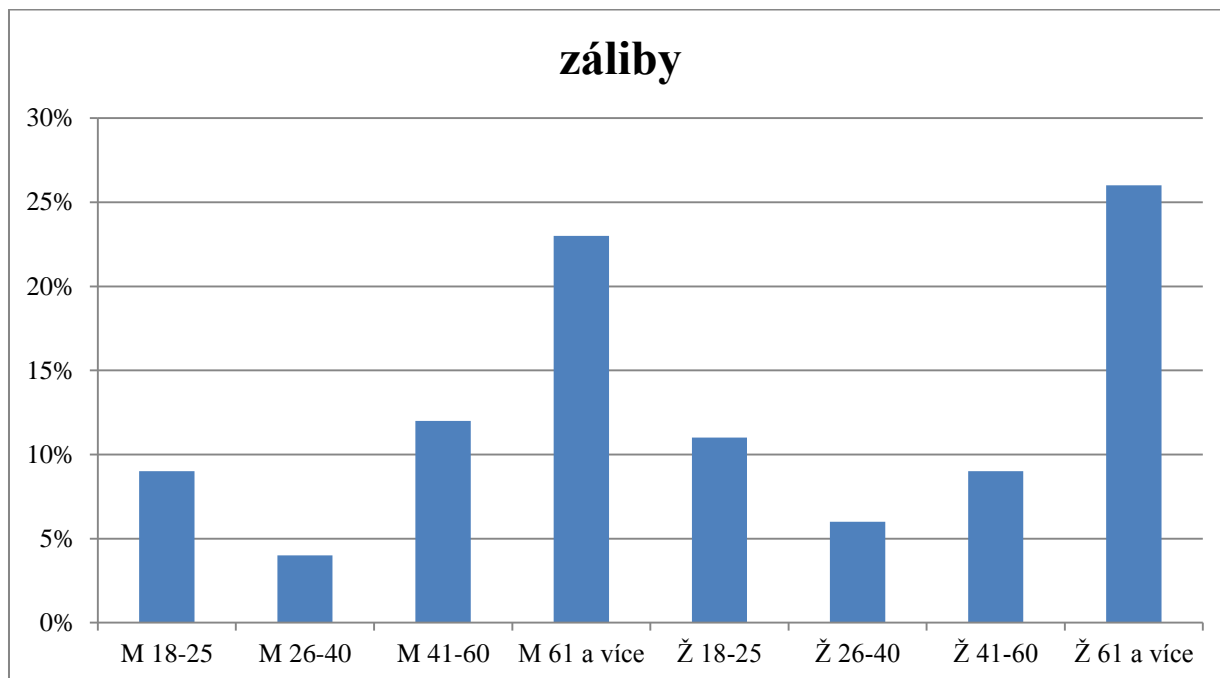
V rámci lexikální analýzy, byla jednotlivá vyskytující se slova rozdělena do tematických kategorií. Je důležité podotknout, že v kategoriích se nachází pouze plnovýznamová slova, tzn. např. velmi frekventovaná modální slovesa 要 *yào* „chtít“ 可以 *kěyǐ* „moci“, sloveso identifikace 是 *shì* „být“ nebo slovesa existence 在 *zài* „být, existovat“ a 有 *yǒu* „být, existovat/mít“ v analýze zahrnuta nejsou. Výjimku ovšem tvoří dvojslabičné výrazy, kde uvedená slovesa vystupují jako plnovýznamová část slova, nikoliv jako sloveso s uvedeným primárním významem.

V následujících podkapitolách jsou uvedeny pro seznamovací inzerát a zároveň čínskou společnost nejtypičtější tematické kategorie. V rámci každé kategorie byla vytvořena tabulka s konkrétními výrazy a jejich kvantitativním zastoupením mezi jednotlivými věkovými a genderovými skupinami. Na základě této kvantitativní analýzy budou vyvozeny závěry s ohledem na pohlaví a věk inzerentů.

#### 7.2.7.1. Záliby

Jedním z faktorů, který utváří osobnost člověka je také způsob, jakým tráví svůj volný čas. Podle grafu je zřejmé, že tomuto tématu přikládá důležitost, ať už v souvislosti se svou vlastní osobou nebo s požadavky na ideálního partnera, nejstarší věková kategorie 61 a více let, a to platí stejně pro ženy, jako pro muže. Mezi oběma pohlavími je při tom shoda také ve skupině, která tomuto tématu věnuje nejmenší pozornost a to skupina 26 - 40 let. Ve spektru zájmů se objevují aktivity, které jsou společné inzerentům napříč věkovými kategoriemi jako je např. 业余 *yèyú* „volný čas“; 旅游 *lǚyóu* „cestování“; 消遣 *xiāoqiǎn* „zábava, bavit se“; 音乐 *yīnyuè* „hudba“; stejně jako zájmy/výrazy, které se objevují jen v konkrétních kategoriích - 闲

时 *xiánshí* „volný čas“; 溜狗 *liūgǒu* „procházky se psem“; 漫步 *mànbù* „procházka“; 麻将 *májiàng* „majiang“; 文史 *wénshǐ* „literatura a dějiny“.



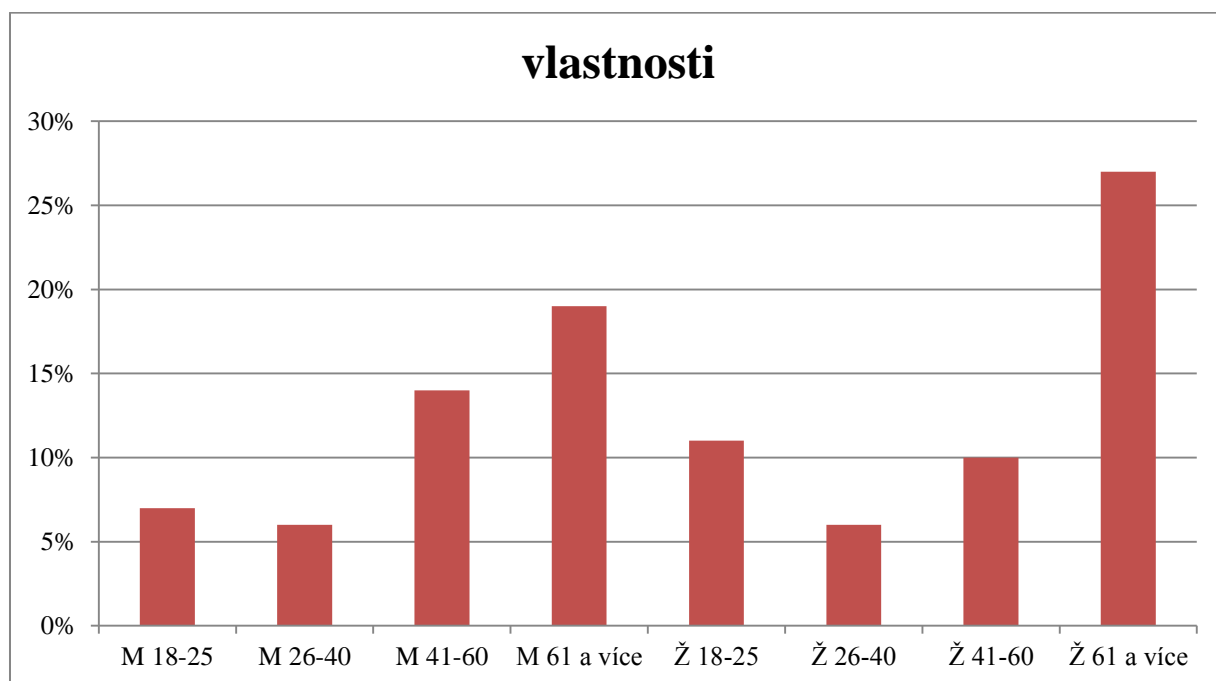
Graf 15: Výskyt slovní zásoby – záliby

### 7.2.7.2. *Vlastnosti*

Co se týče jednotlivých záznamů konkrétních tematických kategorií, je právě téma vlastnosti nejfrekventovanější. S ohledem na analyzovaný druh textu a jeho funkci je četnost slov této kategorie více než logická. Hlavní motivací užití takovýchto slov je utvoření a představení vlastního charakteru, a představit tak co možná nejvíce osobnostních rysů, které jsou konkrétní osobou považovány za relevantní s ohledem na cílového partnera. Toto je jedna z mála kategorií, kdy se objevovaná slova pojí více méně stejnou měrou jak k inzerentovi samotnému, tak k potenciálnímu partnerovi. Na základě analyzovaných inzerátů byla sestavena tabulka, kde se vyskytují převážně adjektiva související s dobrými i špatnými vlastnosti. Nutno podotknout, že špatných vlastností je ve srovnání s těmi dobrými jen minimum. Z uvedeného grafu je patrné, že co se týče genderové specifikace, je poměr mezi oběma pohlavími velmi podobný, ovšem poměr mezi jednotlivými věkovými skupinami je odlišný. Zatímco v mužských inzerátech dominují kategorie 41 až 60 let a 61 a více,

v ženských je nejdominantnější nejstarší skupina 61 a více let. Mezi nejfrekventovanější slova patří 性格 *xìnggé* „povaha, temperament“; 开朗 *kāilǎng* „optimistický, upřímný“; 真心 *zhēnxīn* „upřímnost, upřímný“; 真诚 *zhēnchéng* „upřímnost, pravda“; 善良 *shànliáng* „hodný a milý/dobrosrdečný, laskavý“; 乐观 *lèguān* „optimistický“.

V této kategorii tvoří velkou část již výše zmíněné idiomy 成语 *chéngyǔ*. Hlavním důvodem je jejich kompaktnost a jazyková ekonomičnost, umožňující spojení čtyř znaků s různým významem a v jednom jazykovém útvaru tak vyjádřit více informací.



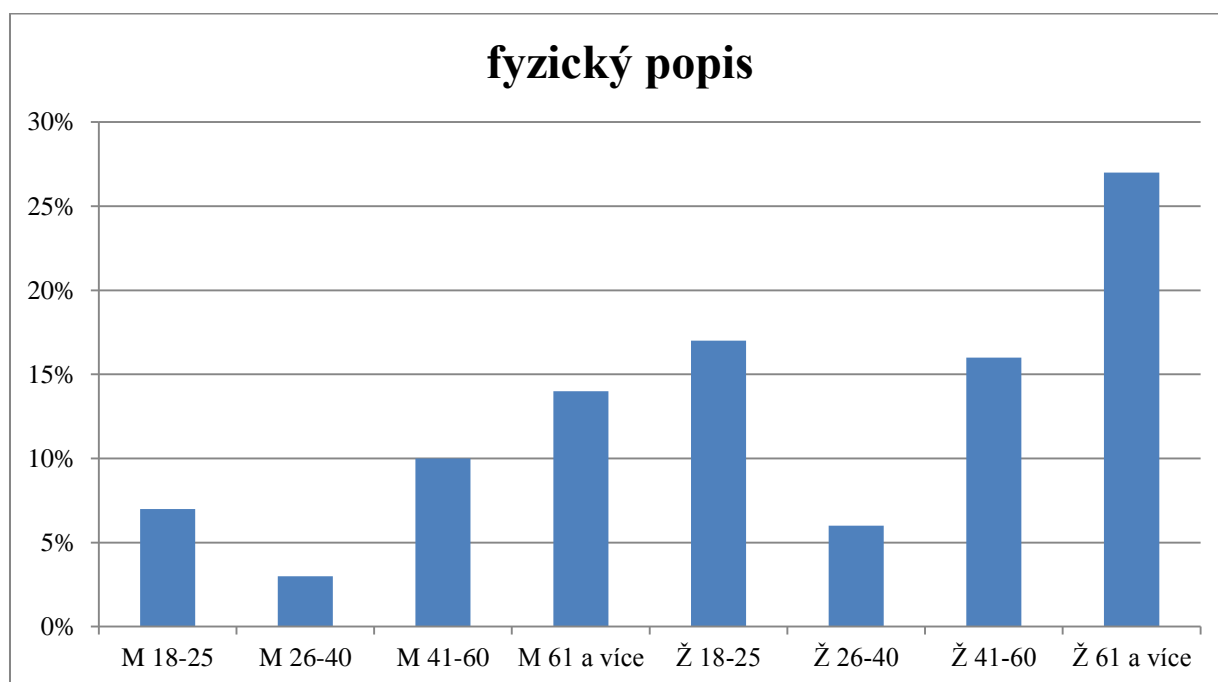
Graf 16: Podíl slovní zásoby – vlastnosti

### 7.2.7.3. Fyzický popis

V kategorii fyzický popis (vzhled) je uvedena slovní zásoba týkající se popisu jak inzerenta samotného, tak požadovaného partnera. Jedná se o podstatná a přídavná jména týkající se postavy (身体 *shēntǐ* „tělo“, 个子 *gèzi* „tělo, postava“), celkového vzhledu (外貌 *wàimào* „vzhled“, 皮肤 *pífū* „pokožka“) a např. atraktivity (美女 *měinǚ* „krásná žena“). Informace o výšce inzerenta se v této kategorii neobjevují, důvodem je samotná struktura čínského seznamovacího inzerátu. V úvodu inzerátu jsou uvedeny pro současnou čínskou společnost základní údaje o inzerentovi, tedy jeho pohlaví, věk, znamení, původ (bydliště),

ona výška, vzdělání, stav a na rozdíl např. od českých seznamovacích inzerátů se mezi základními údaji objevuje také výše mzdy, příslušnost k národnostní menšině, povolání, případné vlastnictví vozidla a nemovitosti, v případě Číňanů především bytu.

Obecně lze říci, že poměr výrazů související se vzhledem není v případě čínských inzerátů tak výrazný, jak bychom mohli s ohledem na funkci tohoto textového útvaru očekávat. Důvodem je pravděpodobně nastavení čínské společnosti/filozofie, která je založena na představě, že tělo je něco, co je třeba překonat, abychom dosáhli vyšší duchovní úrovně (Zhang, 2009: s. 111). Z níže uvedeného grafu jasně vyplývá skutečnost, že vzhled ať už vlastní nebo toho druhého, hraje výraznější roli mezi ženami, nejmarkantněji je to patrné na věkové skupině 61 a více let, naopak nejméně se objevují v inzerátech mužů mezi 26 a 40 lety, následně pak ženami stejné věkové kategorie. Porovnáme-li použití pouze na základě genderové klasifikace, jasně převažuje mezi ženami a to v 66%.

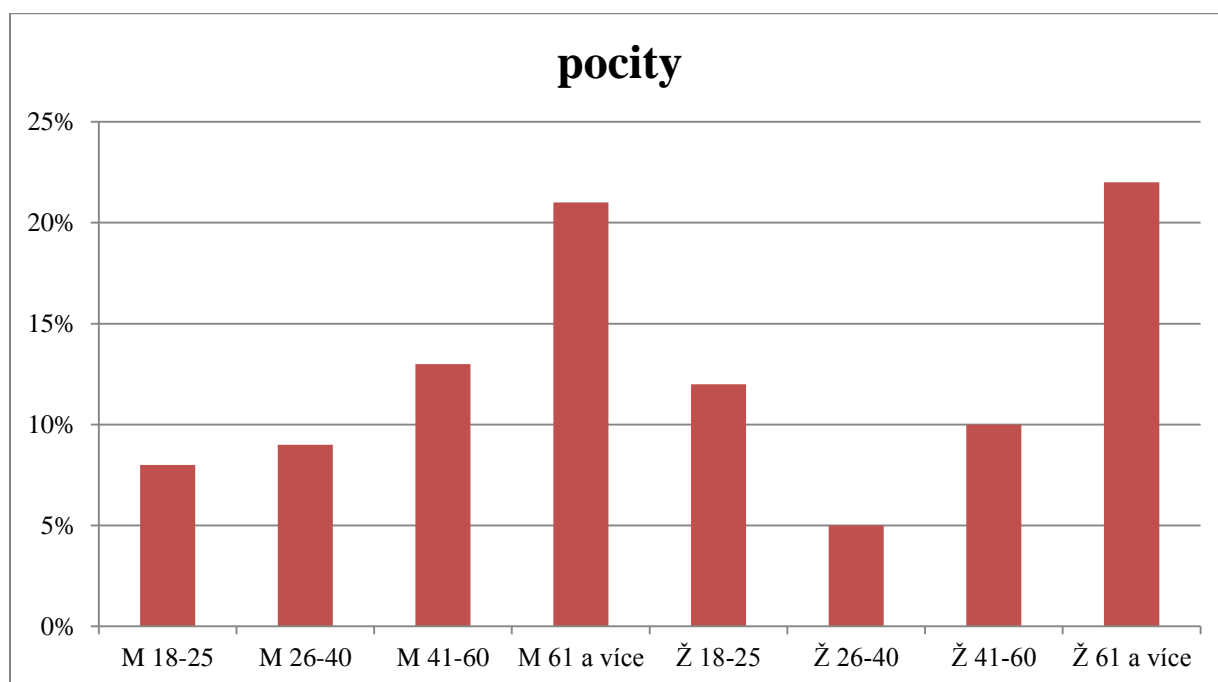


**Graf 17: Podíl slovní zásoby – fyzický popis**

#### **7.2.7.4. Pocity**

Již dříve bylo zmíněno, jaké jsou textové funkce seznamovacího inzerátu. To, co inzerenta motivuje ke zveřejnění seznamovacího inzerátu, tedy k veřejnému sdílení osobních informací, je nalezení vysněného partnera a tedy zároveň i probuzení emocí. V této tematické kategorii

se objevují převážně slovesa a podstatná jména, označující různé lidské emoce a způsoby vyjádření emocí. Z níže uvedeného grafu je v mužské kategorii patrný postupný nárůst podílu těchto slov spolu s rostoucím věkem. V ženské kategorii je tomu podobně jen s tím rozdílem, že ženy věkové kategorie 18 - 25 let zmiňují toto téma ve větší míře, než je tomu u dvou starších kategorií. Nejfrekventovanějším slovem je 爱 *ài* „láska, milovat“, tak by se dal svým způsobem označit cíl každého inzerenta. Analýza ukázala překvapující četnost výskytu tohoto slova zejména v nejstarší mužské kategorii 61 a více let, která tvoří celých 57% jejího celkového výskytu. Dále se objevuje několik dalších slov, která inzerenti užívají napříč věkovými kategoriemi např. 感觉 *gǎnjué* „pocit“; 憧憬 *chōngjǐng* „těšit se“; 美好 *měihǎo* „šťastný“; 快乐 *kuàilè* „šťastný“. Zejména mezi staršími věkovými kategoriemi je patrná emoční „různorodost“. Ta pravděpodobně souvisí s bohatými životními zkušenostmi a situacemi, kterými lidé během života prošli.

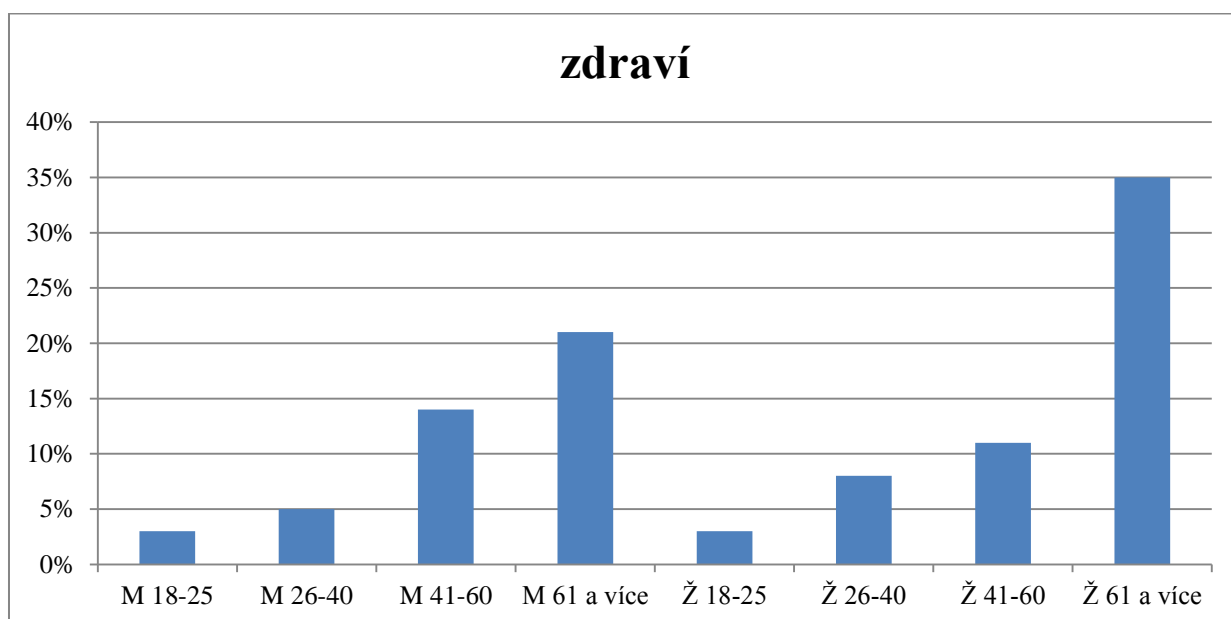


Graf 18: Podíl slovní zásoby – pocity

#### 7.2.7.5. Zdraví

Tematická kategorie zdraví by se dala označit za kategorii výrazně věkově specifickou. Již v úvodu je zmíněno, že se ve spektru slovní zásoby objevují výrazy, které se vyskytují výhradně nebo převážně v některých věkových kategoriích. Z grafu je jasně patrné, že

v tomto případě se jedná o „typický projev“ nejstarší skupiny 61 a více let, platí to jak v případě mužů, tak v případě žen, u kterých je výskyt ještě markantnější. V rámci celého grafu je tedy patrný postupný nárůst výrazů tohoto významu spolu se stoupajícím věkem inzerentů. Ač to nemusí být na první pohled patrné, je údaj o zdraví relevantní a vypovídá o více věcech, než jen o fyzickém stavu osoby. Je možné vycházet ze skutečnosti, že lidé žijící v blahobytu mají dostatek finančních prostředků nebo také v Číně tolik potřebné 关系 *guānxi* „vztahy, vazby“, pro zajištění dobré zdravotní péče. Nejfrekventovanějším výrazem je přímo slovo 健康 *jiànkāng* „zdravý; zdraví“. Je zřejmé, že téma „zdraví“ není pro nejmladší inzerenty příliš relevantní a aktuální. To souvisí s žebříčkem životních hodnot, který se v průběhu života neustále mění. Tato skutečnost se stejně tak potvrzuje v kapitole 成语 *chéngyǔ*.



Graf 19: Podíl slovní zásoby – zdraví

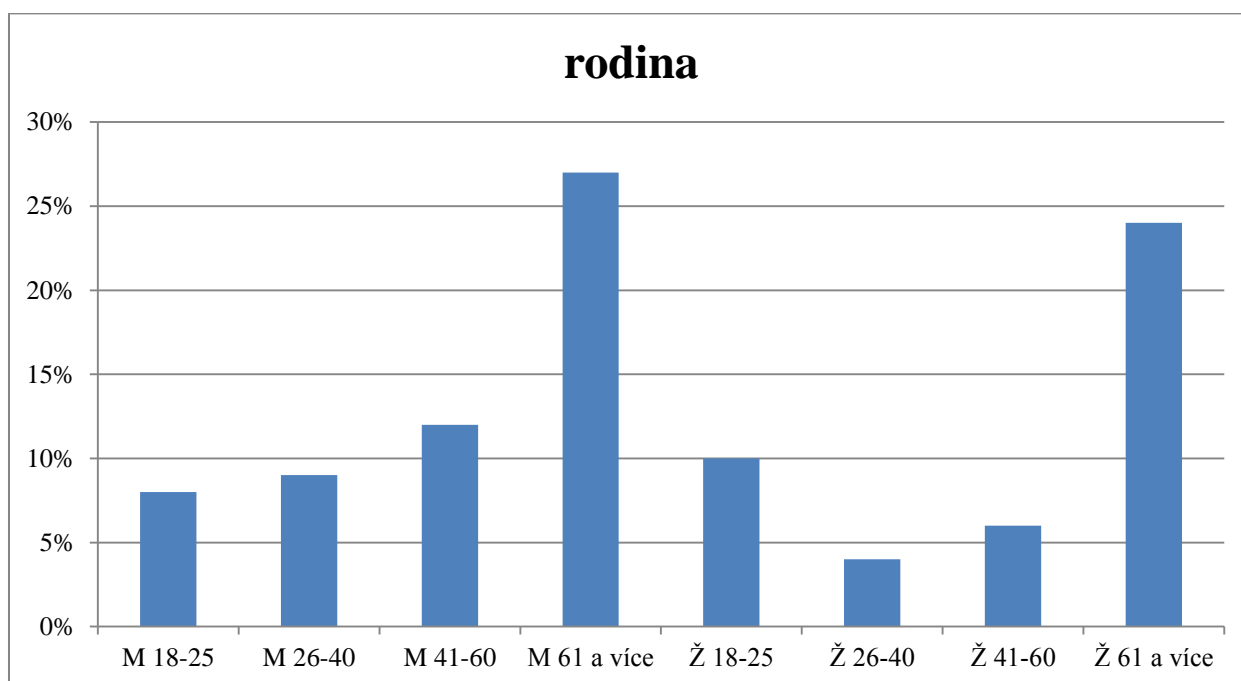
#### 7.2.7.6. Rodina

Rodina hraje v čínské společnosti velmi důležitou roli. Již v úvodu je zmíněn vliv konfucianství na mezilidské vazby. V inzerátech samotných se tedy odráží nejen staré čínské tradice, ale zároveň také 计划生育政策 *jìhuà shēngyù zhèngcè* tedy „politika jednoho dítěte“.

Na výsledcích analýzy a jejich vzájemné komparaci je v současné době zejména mezi nejmladšími věkovými skupinami zřetelný trend upouštění od zmíněných

konfuciánských tradic spojených s rodinou a především synovskou úctou. Překvapivě nejvíce slov spadající do tematické kategorie „rodina“ se objevuje v inzerátech psaných muži, celých 56%, z toho 27% v nejstarší věkové kategorii 61 a více let. V mužských inzerátech je jasně patrný onen trend postupného ubírání důležitosti tématu rodina, u žen můžeme tento trend pozorovat také, nicméně nápadně vybočuje nejmladší kategorie 18 až 25 let, která, co se týče četnosti, následuje nejstarší kategorii.

Při vyvozování závěru je třeba poznamenat, že velká část slovní zásoby týkající se rodiny, jež je uváděna v nejstarších věkových skupinách, ať už u mužů či žen, nesouvisí s ideou vytvoření nové rodiny s novým partnerem, ale poukazuje na rodinu, jež inzerent již má, tedy děti, které jsou již dospělé a již se osamostatnily.

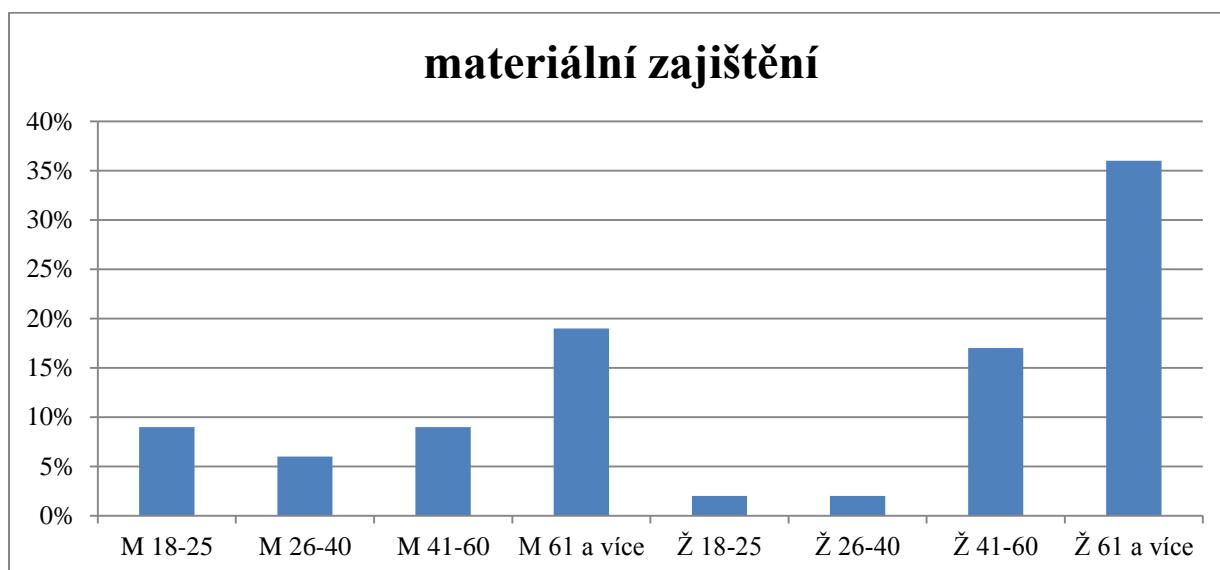


Graf 20: Podíl slovní zásoby – rodina

#### 7.2.7.7. *Materiální zajištění*

Informace týkající se materiálního zajištění jsou pro čínský seznamovací inzerát, dalo by se říci, až stěžejní. Na rozdíl např. od českých seznamovacích inzerátů se Číňané na téma vlastní a partnerovi finanční situace vyjadřují poměrně otevřeně a tato informace bývá obsažena v každém seznamovacím inzerátu. S tím také souvisí možné rozdělení těchto informací na obecné a konkrétní, přičemž konkrétní jsou uvedené v úvodních stručných informacích, kde inzerent uvádí finanční rozpětí měsíčního příjmu, obecné je možné nalézt

v textové části. Jak již bylo zmíněno v jiných tematických kategoriích, také v tomto případě se jedná o informace, které úzce souvisí s celkovým popisem osobnosti, jejím zázemím atd. V níže uvedeném grafu je opět vidět velká různorodost v poměru mezi jednotlivými věkovými skupinami. Obdobně jako v jiných kategoriích je vidět převažující dominance u nejstarší věkové kategorie 61 a více let. Důvodem může být situace v 80. letech, kdy byly výdělků a platů v Číně regulovány státem a lidé tehdy neměli jakýkoliv důvod své příjmy držet v tajnosti. Od 90. let se tato situace změnila a díky tržnímu hospodářství se výdělků a platů začaly lišit. Z toho je možné odvodit, že méně četné zmínky o finančním zajištění mladších inzerentů nejsou z důvodu ztráty důležitosti, ale spíše kvůli postupnému tabuizování těchto osobních informací (Zhang, 2009: s. 139). Je zajímavé, že nejčastěji naráží na toto téma nejstarší ženy, které velmi často zdůrazňují svou finanční nezávislost, čímž potenciálnímu partnerovi dávají najevo, že od něj neočekávají finanční zajištění a tím také rozšiřují okruh možných zájemců o seznámení.



Graf 21: Podíl slovní zásoby – materiální zajištění

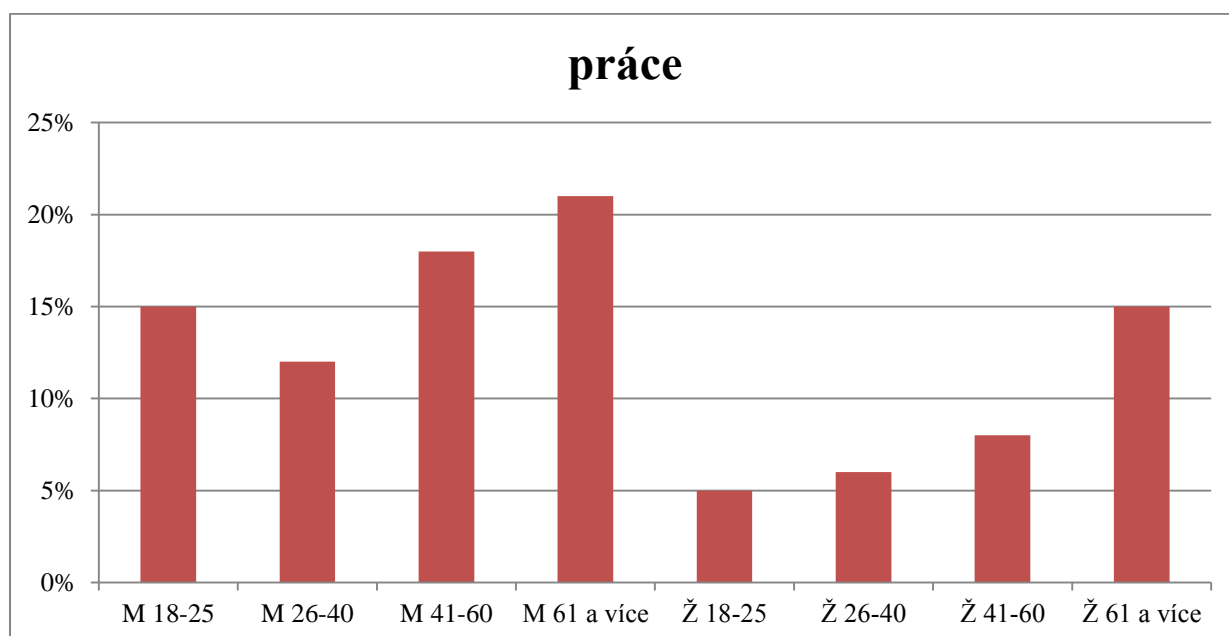
#### 7.2.7.8. Práce

Tato tematická kategorie je stejně jako vzdělání, zvláště v případě seznamovacích inzerátů, které jak již bylo zmíněno, autenticky reflektují čínskou společnost. Na žádné jiné tematické kategorii není rozdíl mezi muži a ženami ve vztahu k nějakému tématu tak markantní, jako je tomu v tomto případě. Níže uvedený graf jasně reflektuje genderový aspekt tohoto tématu,



tedy zřetelnou preferenci ze strany mužů. Největší podíl mají obě nejstarší věkové kategorie, celkově však toto téma převládá v inzerátech mužů.

Tato kategorie zároveň velmi úzce souvisí s předcházejícím tématem „finance“. Toto je zároveň jedna z mála kategorií, která se týká téměř výhradně vlastního popisu a informací o samotném inzerentovi. Výrazy tohoto tématu se tedy neobjevují v souvislosti s nároky na potenciálního partnera. Z toho je možné usuzovat, že v rámci sociálních stereotypů muži udávají informace tohoto typu z toho důvodu, aby si potenciální partnerky byly schopné udělat alespoň částečnou představu o možném materiálním zajištění a sociálním zázemí inzerenta.



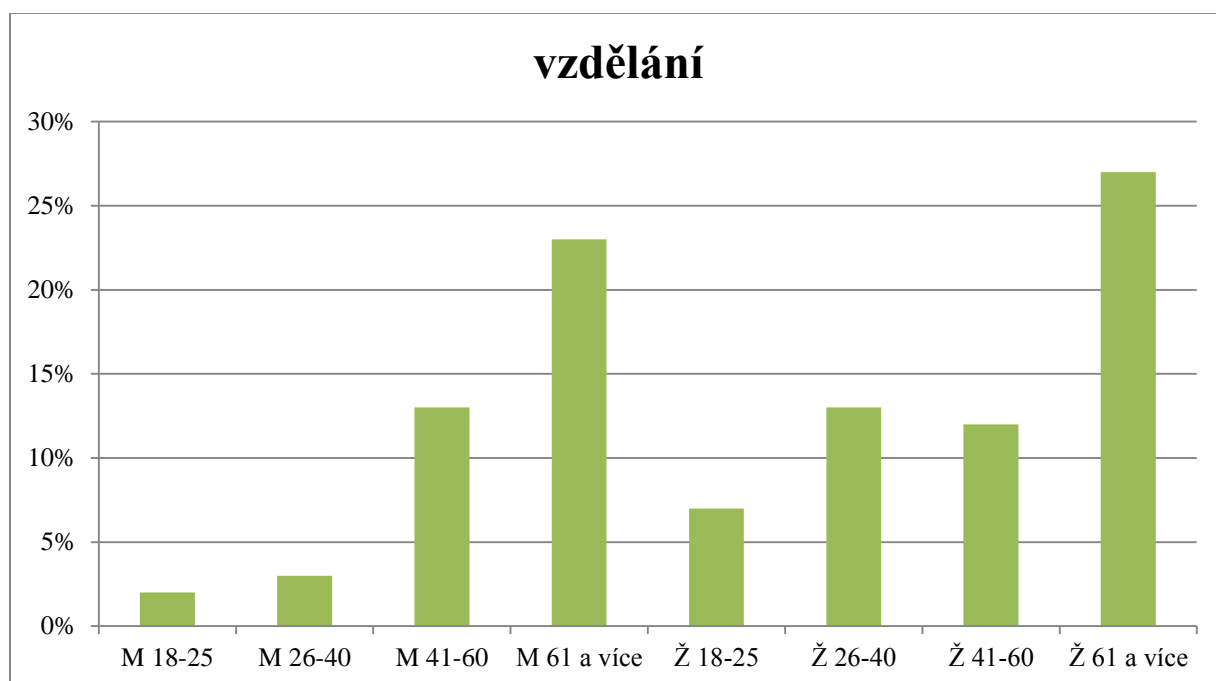
Graf 22: Podíl slovní zásoby – práce

### 7.2.7.9. *Vzdělání*

Již dříve bylo zmíněno, že tematická kategorie vzdělání je jedním ze základních údajů v úvodu jednotlivých seznamovacích inzerátů. I přesto se však mnoho inzerentů nespokojí jen se základním údajem o svém vzdělání a detailněji jej rozvádí v samotném textu inzerátu. Z grafu je jasně patrná, spolu s věkem, narůstající důležitost vzdělání a to jak mezi ženami, tak mezi muži. Tato informace totiž vypovídá nejen o intelektuální úrovni jedince, ale také o dalších aspektech jako např. společenské zařazení, finanční zázemí atd. V analýze nebyl zohledněn geografický původ inzerentů, lze však předpokládat, že nároky na partnera, co se

týče vzdělání, se budou v zaostalých venkovských oblastech velmi lišit od nároků, které budou mít lidé z velkých měst, kde je dostupnost vzdělání neporovnatelná s tou vesnickou. Především u mladších ročníků se objevuje vyzdvihování získaného vzdělání v zahraničí, především ve Spojených státech amerických a vyspělých evropských zemích. Takový údaj také velmi výmluvně vypovídá o dobrém sociálním postavení onoho inzerenta a dal by se označit za snahu oddělit se od Číňanů s běžným čínským vysokoškolským titulem a tím se zároveň pasovat do role jakési „lepší partie“.

Část údajů této tématické kategorie úzce souvisí s již jmenovanou kategorií „práce“.



**Graf 23: Podíl slovní zásoby – vzdělání**

## 8. Závěr

Cílem této práce byla analýza čínských internetových seznamovacích inzerátů, jež měla poukázat na rozdíly v psaném jazykovém projevu prostřednictvím komparace čtyř různých věkových kategorií a rozdělením inzerentů na skupinu mužů a žen. Výsledky provedené analýzy potvrdily teorii především o rozdílech ve volbě lexika a preferovaných témat mezi jednotlivými porovnávanými skupinami.

V úvodní teoretické části byl blíže specifikován seznamovací inzerát z pohledu textové lingvistiky. Konkrétně byla blíže specifikována komunikativní funkce textu na základě klasifikace podle Klause Brinkera. Ze spektra funkcí, které Brinker definuje, byly vybrány ty, které odpovídají textovému druhu, jakým je seznamovací inzerát. Jako funkce typické pro tento žánr byly určeny funkce kontaktní, apelační a informativní. Dále byl specifikován seznamovací inzerát z pohledu textového typu a formy komunikace. V rámci teoretické části byl zmíněn také lingvistický fenomén moderní doby a to internetový jazyk. Jedna z teoretických kapitol je věnována také postavení žen a mužů v čínské společnosti a jeho vlivu na jazykový projev. Na tuto kapitolu, která vypovídá mnohé o čínské kultuře, je často odkazováno v návazujících kapitolách.

Druhá praktická část je věnována samotné analýze seznamovacích inzerátů. Ta spočívala v náhodném výběru padesáti inzerátů mužů a žen ve věkových kategoriích 18 - 25 let, 26 - 40 let, 41 - 60 let a 61 a více let na oblíbené čínské webové stránce [www.jiayuan.com](http://www.jiayuan.com), celkem bylo tedy analyzováno čtyři sta seznamovacích inzerátů. Analýza je rozdělena na část grafickou a sémantickou. Z analýzy obecně vyplynulo několik zásadních odlišností, které proti sobě staví jak jednotlivé věkové kategorie, tak muže proti ženám.

V části zabývající se grafickou formou jsou patrné nejvýraznější rozdíly mezi věkovými kategoriemi v kapitole „Části textu psané latinkou“, kde jasně dominují nejmladší dvě kategorie 18 – 25 let a 26 – 40 let. Tento trend se objevuje mezi ženami i mezi muži, nicméně v analyzovaných inzerátech tíhnout k užití latinky více než muži. Použití latinky pouze mezi mladšími ročníky vyplývá ze způsobu užití tohoto prvku, zkratky a mezinárodní slova jsou blízká především mladší generaci, ovlivněné celosvětovou globalizací a touhou působit trendy a světově. To stejné platí i pro užití anglicismů a emotikonů. Starší generaci jsou v tomto směru velmi konzervativní a podobné elementy ve svých textech užívají jen velmi výjimečně. Oblastí, kde naopak vynikají inzerenti starších věkových kategorií je chybné užití znaku a to

ať už foneticky nebo graficky podobných. Toto lze vysvětlit zejména nedostatečnou znalostí a obratností v užívání internetu a počítače obecně.

Druhá část věnovaná sémantické analýze se zaměřuje na aspekty, které jsou pro tento textový žánr, čínštinu a čínskou společnost typické, např. označení první osoby, označení „muž“/„žena“, moderní a klasická čínština, modální částice atd. Kapitolou, ve které se potvrdil předpoklad výrazné převahy jen malé části inzerentů, je porovnání v užití klasické a moderní čínštiny. Zejména na čínských idiomech 成语 *chéngyǔ* je patrný vliv klasické čínské společnosti odrážející se i v jazyce, na nejstarší věkovou kategorii 61 a více let. Muži této věkové kategorie mají na celkovém počtu užitých 成语 *chéngyǔ* podíl celých 20%, ženy dokonce 25%. Celých 25% všech čínských idiomů lze kategorizovat jako pojmy nesoucí význam nějaké vlastnosti nebo popisu osobnostních rysů. Inzerenti těmito výrazy popisují buďto sebe sama nebo svého vysněného partnera. Doménou naopak mladších věkových kategorií je užívání modálních částic 吧 *ba* a 呢 *ne*. Tato skutečnost poukazuje na současný obecný trend vzájemného ovlivňování mluveného a psaného jazyka, které se projevuje především v internetovém jazyce. V rámci sémantické analýzy byly v kapitole „tematické kategorie“ zaznamenána spektra slovní zásoby vztahující se ke kategoriím „záliby“, „vlastnosti“, „fyzický popis“, „pocity“, „zdraví“, „rodina“, „finance“, „práce“, „vzdělání“. Mezi jednotlivými tématy se ukazovaly velké rozdíly zejména mezi jednotlivými věkovými kategoriemi.

Obecně lze říci, že čínské seznamovací inzeráty zdůrazňují, např. na rozdíl od těch českých, v první řadě tradiční atributy. Myšleno tím společenské postavení, rodinnou situaci a děti. Velký důraz je také kladen na místní původ. Respondenti jsou zaměřeni výhradně na manželství nebo dlouhodobý partnerský vztah, napříč věkovými a genderovými kategoriemi lze hovořit o hledání „toho pravého/té pravé“. Především v nejmladší věkové kategorii, tedy 18 - 25 let je patrný rychlý ekonomický rozvoj Číny a s tím spojené i nárok na život a důraz na výkon.

## 9. Resumé

The aim of this work was to analyze the Chinese internet dating ads, which was to point out the differences in written language expression through comparison of four different age categories and dividing advertisers into a group of men and women. The results of the analysis confirmed the theory primarily on the differences in the choice of vocabulary and preferred topics between the compared groups. Generally speaking, the Chinese dating ads emphasize, for example, unlike those of Czech, primarily traditional attributes. Meant by social status, family circumstances and children. Great emphasis is also placed on the local origin. Respondents are focused exclusively on marriage or long term relationship, across all age and gender categories can talk about finding "the right one". Especially in the youngest age group, i.e. 18 - 25 years is shown rapid economic development of China and the associated right to life and a focus on performance.

## 10. Použitá literatura a internetové zdroje

Canisius, P. / Knipf, E.: *Textgrammatik. Ein Einführungskurs*. Budapest, 1996

Brinker, K.: *Linguistische Textanalyse*. Berlin, 1997.

Bühler, Karl: *Sprachtheorie*. Stuttgart, 1997.

Bußmannm Hasumod: *Lexikon der Sprtachwissenschaft*. Stuttgart, 2002.

Čermák, František: *Lexikon a sémantika*. Nakladatelství Lidové noviny. Praha, 2010.

Davis, Boyd H. & Jeutonne P. Brewer: *Electronic Discourse: Linguistic Individuals in Virtual Space*. Albany. State University of New York Press. New York, 1997.

Dubová, Jarmila; Pallová, Martina: *Einführung in die Textlinguistik*. Olomouc, 2004.

Duden. *Das Fremdwörterbuch*. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich, 2000.

Erway, C. Chris: *Gender Differences in Spoken Chinese, or, How To Talk Like a Real Chinese Man*, 2002

(dostupné z [http://chris.erway.org/portfolio/cce3\\_ling101\\_final\\_chinese\\_gender\\_diff.pdf](http://chris.erway.org/portfolio/cce3_ling101_final_chinese_gender_diff.pdf), stav k 23.10.2012)

Farris, Catherine S.: *A semeiotic analysis of sajiao as a gender marked communication style in Chinese*. In: *Unbound Taiwan: Closeups from a Distance*, edited by Marshall Johnson and Fred Y.L. Chiu. Chicage: Center for East Asian Studies, 1995, s. 1-29.

Farris, Catherine S.: *Gender and Grammar in Chinese: With Implications for Language Universals*. In: *Modern China*, Vol. 14, No. 3.,1988, s. 277-308.

Gao, Liwei & Yuan, Rong: *Linguistic construction of Modernity in Computer-Mediated Communication*. In *Proceedings of NACCL – 17*, 2005.

Gern, Christina: *Geschlechtsrollen: Stabilität oder Wandel? Eine empirische Analyse anhand von Heiratsinseraten*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1992.

Günther, Susanne: *Intercultural communication and the relevance of cultural specific repertoires of communicative genres*. In: Helga Kotthoff/Helen Spencer-Oatey (Hrsg.): *Handbook of Intercultural Communication*. Berlin/New York: Walther de Gruyter, 2007.

Heinemann, Wolfgang: *Textsorte. Zur Diskussion um Basisklassen des Kommunizierens. Rückschau und Ausblick*. In: Kirsten Adamzik (Hrsg.): *Textsorte: Reflexion und Analyse*. Tübingen: Stauffenburg. 2000, s. 9-30.

Hiwatari, Yasutaka: *Anglicisms, Globalisation, and Performativity in Japanese Hip-Hop*. University of Leeds, 2008, s. 96 – 108.  
(dostupné z <http://www.leeds.ac.uk/linguistics/WPL/WP2008/6.pdf>, stav k 28.10.2012)

Hong, Wei: *Gender differences in Chinese request patterns*. *Journal of Chinese Linguistics (JCL)* 25.2., s. 193-210.

Hu, Mingyang: *Beijing yuqi zhuci he tanci*. (Modal particles and interjections in the Beijing dialect), *Zhongguo Yuwen*, 1981, 5/6:347-350, 416-423.

CHAN, K.M. Marjorie: *Gender differences in the chinese language: A preliminary report*. In LIN, Hua. *Proceedings of the 9th North American Conference on Chinese Linguistics*, diel 2. Los Angeles, California: GSIL Publications, University of California, 1998, s. 35-52.

CHAN, K.M. Marjorie: *Gender, society and the chinese language*. In HE, Baozhang, HU, Wenze. *Proceedings of the 11th North American Conference on Chinese Linguistics*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University, 1999, s. 1-21.

Jung-Palandri, Angela: *Gender and sexism in Chinese language and literature*, *Sino-Platonic Papers*, No. 27, 1991, s. 167-170.

Krämer, Monika: *Partnersuche und Partnerschaft im deutsch-französischen Vergleich 1913-1993. Eine empirische Analyse zum Wertewandel anhand von Heirats- und Bekanntschaftsanzeigen*. Münster u.a.: Waxmann, 1998.

Křčmová, Marie a kol.: *Integrace v jazycích - jazyky v integraci (Vlčková, Jitka: Společenské hodnoty a jejich jazykové ztvárnění v seznamovacích izerátech)*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2010, s. 153-168.

Linke, Angelika; Nussbaumer, Markus; Portmann, Paul R.: *Studienbuch Linguistik*. Tübingen, 2004.

McArthur, Tom: *The Oxford Companion to the English Language*. Oxford University Press, Oxford, UK, 1992.

Meder, Katarzyna: *Anglizismen in der deutschen Werbesprache. Untersucht anhand ausgewählter Frauen- und Männerzeitschriften*. Berlin, 2006.

Milroy, Lesley & James Milroy: *Social network and social class: Toward an integrated sociolinguistic model*. *Language in Society* 21, 1992.

Norman, Jerry: *Chinese*. Cambridge University Press, 1988.

Riha, Helena: *Lettered words in Chinese: Roman letters as morpheme-syllables*. OSUWPL Vol. 59, s. 44- 51. ([http://linguistics.osu.edu/files/linguistics/wpl\\_59\\_5.pdf](http://linguistics.osu.edu/files/linguistics/wpl_59_5.pdf))

Rutkowski, N.: *Kontaktanzeigen im intermedialen Vergleich*. Essen, 2003. (<http://www.linse.uni-due.de/linse/esel/pdf/kontaktanzeigen.pdf> , gesehen am 1. 12. 2009)

Sandig, Barbara: *Zur Differenzierung gebrauchssprachlicher Textsorten im Deutschen*. In: Gülich, E. / Raible, W.: *Textsorten. Differenzierungskriterien aus linguistischer Sicht*. Wiesbaden, 1975, S. 113-125.

Švarný, Oldřich a kolektiv: *Hovorová čínština v příkladech III*. Olomouc, 1998.



李德津, 程美珍: *A Practical Chinese Grammar for Foreigners*, 外国人实用汉语语法, 北京语言大学出版社, 2008.

Shi, Yuhui: *A sociolinguistic study of gender differences in male and female 's language in China*. *Jiaoxue yu Yanjiu* 6, 1984, s. 207-229.

Takahiko Masuda, William W. Maddux, Masaki Yuki: *Are the windows to the soul the same in the East and West? Cultural differences in using the eyes and mouth as cues to recognize emotions in Japan and the United States*, In: *Journal of Experimental Social Psychology*, No. 2, 2007, s. 303-311.

Titzmann, Michael: *Strukturelle Textanalyse. Theorie und Praxis der Interpretation*. Wilhelm Fink Verlag. München, 1977.

Vater, Heinz: *Einführung in die Textlinguistik. Struktur und Verstehen von Texten*. München, 2001.

Vochala, Jaromír: *Čínsko - český a česko - čínský slovník*. Leda spol. s r. o. Praha 2003.

Wang, Lei; Yu, Shiwen: *Construction of a Chinese Idiom Knowledge Base and Its Applications, Proceeding of the Workshop on Multiword Expressions: from Theory to Applications*. Beijing, 2010, s.10-17.

Wierzbicka, Anna: *Understanding Cultures Through Their Key Words. Englisch, Russian, Polish, German and Japanies*. New York: Oxford University Press, 1997.

现代汉语词典, 2003.

现代汉语分类词典, 1998.

Yang, Chunsheng: *Chinese Internet Language: A Sociolinguistic Analysis of Adaptations of the Chinese Writing System*. The Ohio State University, 2007.

(dostupné z <http://www.languageatinternet.org/articles/2007/1142>, stav k 9.11.2012)

Zhang, Wei: *"Frosch küssen" oder "Meine Vorbestimmung suchen"?: Deutsche und chinesische Kontaktanzeigen – eine Textgattung im Kulturvergleich*, Frankfurt: Lang, Peter, 2009.

## **Internetové zdroje**

世纪佳缘交友网

<http://www.jiayuan.com/>

## 11. Přílohy

**Tabulka 17: Slova s významem „žena“**

|                        | význam               | M 18-25 | M 26-40 | M 41-60 | M 61 a více | Ž 18-25 | Ž 26-40 | Ž 41-60 | Ž 61 a více |
|------------------------|----------------------|---------|---------|---------|-------------|---------|---------|---------|-------------|
| 女孩<br><i>nǚhái</i>     | dívka                |         | 4       |         | 1           | 3       |         | 1       |             |
| 女子<br><i>nǚzi</i>      | dívka/žena           | 1       |         |         | 1           | 1       |         |         |             |
| 女人<br><i>nǚrén</i>     | žena/manželka        | 2       | 1       | 5       | 1           | 4       | 1       | 2       | 6           |
| 母亲<br><i>mǔqīn</i>     | matka                |         |         |         | 1           | 1       |         |         | 4           |
| 妻子<br><i>qīzi</i>      | manželka             |         |         |         |             | 1       |         |         |             |
| 女孩子<br><i>nǚháizi</i>  | dívka                |         |         |         |             |         |         |         |             |
| 女儿<br><i>nǚ'ér</i>     | dcera, dívka         |         |         | 2       | 6           |         |         | 1       | 2           |
| 佳人<br><i>jiārén</i>    | krásná žena          |         |         |         |             |         |         | 1       |             |
| 女<br><i>nǚ</i>         | žena, dcera          |         |         |         | 9           |         |         | 1       | 2           |
| 对象<br><i>duìxiàng</i>  | přítelkyně           |         |         |         |             |         |         | 1       |             |
| 老伴<br><i>lǎobàn</i>    | manželka             |         |         |         | 2           |         |         |         |             |
| 人士<br><i>rénshì</i>    | osoba                |         |         |         |             |         |         |         | 4           |
| 太太<br><i>tàitai</i>    | dáma                 |         |         |         |             |         |         |         | 1           |
| 女性<br><i>nǚxìng</i>    | žena                 |         |         | 2       | 3           |         |         |         | 2           |
| 子女<br><i>zǐnǚ</i>      | syn a dcera          |         |         |         | 5           |         |         |         | 2           |
| 儿女                     | syn a dcera          |         |         |         |             |         |         |         | 4           |
| 孙女<br><i>sūnnǚ</i>     | vnučka               |         |         |         | 2           |         |         |         | 1           |
| 外孙女<br><i>wàisūnnǚ</i> | vnučka               |         |         |         | 1           |         |         |         |             |
| 夫妇<br><i>fūfū</i>      | manžel a manželka    |         |         |         | 1           |         |         |         |             |
| 女士<br><i>nǚshì</i>     | vzdělaná dívka, žena | 1       | 1       | 6       | 10          |         |         |         |             |

|                         |                          |   |   |   |  |  |  |   |   |
|-------------------------|--------------------------|---|---|---|--|--|--|---|---|
| 独生女<br><i>dúshēngnǚ</i> | dcera<br>jedináček       |   |   |   |  |  |  |   | 1 |
| 女生                      | žena                     | 1 |   |   |  |  |  |   |   |
| 老婆                      | manželka                 | 1 |   |   |  |  |  |   |   |
| 姑娘                      | dívka                    | 1 |   |   |  |  |  |   |   |
| 美女                      | krásná žena              |   | 1 |   |  |  |  |   |   |
| 妈妈                      | matka                    |   | 1 |   |  |  |  |   |   |
| 夫人                      | manželka<br>/manžel      |   |   | 2 |  |  |  |   |   |
| 妹子                      | slečna/<br>mladší sestra |   |   |   |  |  |  | 1 |   |

**Tabulka 18: slova s významem „muž“**

|                        | význam      | M 18-25 | M 26-40 | M 41-60 | M 61 a<br>více | Ž 18-25 | Ž 26-40 | Ž 41-60 | Ž 61 a<br>více |
|------------------------|-------------|---------|---------|---------|----------------|---------|---------|---------|----------------|
| 男士<br><i>nánshì</i>    | gentleman   |         |         |         |                | 3       |         | 1       | 2              |
| 男生<br><i>nánshēng</i>  | muž         |         | 1       |         |                | 3       |         |         |                |
| 父亲<br><i>fùqīn</i>     | otec        |         |         |         |                | 1       |         |         |                |
| 孩子<br><i>háizi</i>     | syn         |         |         | 1       | 9              | 1       |         | 3       | 9              |
| 男孩<br><i>nánhái</i>    | syn         |         |         |         |                | 1       |         |         |                |
| 男人<br><i>nánrén</i>    | muž, manžel |         | 2       | 2       | 4              | 3       | 1       |         | 4              |
| 男孩子<br><i>nánháizi</i> | syn         |         |         |         |                | 1       |         |         |                |
| 家伙<br><i>jiāhuo</i>    | chlápek     |         |         |         |                |         | 1       |         |                |
| 伴侣<br><i>bànlǚ</i>     | partner     |         |         | 7       | 4              |         | 1       | 2       | 6              |
| 绅士<br><i>shēnshì</i>   | gentleman   |         |         |         |                | 1       |         |         | 1              |
| 丈夫<br><i>zhàngfu</i>   | manžel      |         |         |         | 1              |         |         | 1       |                |
| 儿子<br><i>érzi</i>      | syn         |         |         | 2       | 3              |         |         | 1       |                |
| 孙子<br><i>sūnzi</i>     | vnuk        |         |         |         |                |         |         | 1       | 1              |

|                        |                   |   |   |   |   |  |  |   |   |
|------------------------|-------------------|---|---|---|---|--|--|---|---|
| 对象<br><i>duìxiàng</i>  | přítel/přítelkyně |   |   |   |   |  |  | 1 |   |
| 男子<br><i>nánzǐ</i>     | muž               |   |   | 2 | 1 |  |  | 1 |   |
| 老伴<br><i>lǎobàn</i>    | manžel            |   |   |   |   |  |  |   | 9 |
| 知音<br><i>zhīyīn</i>    | mileneček         |   |   | 2 |   |  |  |   |   |
| 爷们<br><i>yémen</i>     | muži/manžel       | 1 |   |   |   |  |  |   |   |
| 男儿<br><i>nán'ér</i>    | muž, chlapec      | 2 |   |   |   |  |  |   |   |
| 帅哥<br><i>shuàigē</i>   | sympaťák          | 1 |   |   |   |  |  |   |   |
| 君子<br><i>jūnzǐ</i>     | gentleman         | 1 |   |   |   |  |  |   |   |
| 我爸<br><i>wǒbà</i>      | můj otec          |   | 1 |   |   |  |  |   |   |
| 老公<br><i>lǎogōng</i>   | manžel            |   | 1 |   |   |  |  |   |   |
| 男<br><i>nán</i>        | muž               |   | 1 |   |   |  |  |   | 1 |
| 人士<br><i>rénshì</i>    | osoba             |   |   |   |   |  |  |   | 4 |
| 相知<br><i>xiāngzhī</i>  | dobrý přítel      |   |   | 1 | 2 |  |  |   | 2 |
| 儿<br><i>ér</i>         | syn               |   |   |   | 1 |  |  |   | 1 |
| 儿女<br><i>ér-nǚ</i>     | syn a dcera       |   |   |   | 2 |  |  |   | 4 |
| 男友<br><i>nányǒu</i>    | přítel            |   |   |   |   |  |  |   | 1 |
| 老头<br><i>lǎotóu</i>    | manžel            |   |   | 1 |   |  |  |   | 1 |
| 先生<br><i>xiānsheng</i> | pán, muž          |   |   |   |   |  |  |   | 1 |
| 夫人<br><i>fūren</i>     | manžel/manželka   |   |   | 2 |   |  |  |   |   |
| 夫妇<br><i>fūfù</i>      | manžel a manželka |   |   |   | 1 |  |  |   |   |
| 爸爸<br><i>bàba</i>      | otec              |   |   |   |   |  |  | 1 |   |
| 伙伴<br><i>huǒbàn</i>    | partner           |   |   |   |   |  |  |   | 1 |

**Tabulka 19: Slovní zásoba - záliby**

|                         | M 18-25 | M 26-40 | M 41-60 | M 61 a více | Ž 18-25 | Ž 26-40 | Ž 41-60 | Ž 61 a více |
|-------------------------|---------|---------|---------|-------------|---------|---------|---------|-------------|
| 业余 volný čas            | 3       |         | 6       | 5           | 1       | 3       | 3       | 7           |
| 休闲 volný čas            |         |         |         |             |         |         | 1       |             |
| 闲时 volný čas            |         |         |         |             |         |         | 1       |             |
| 闲暇 volný čas            |         | 1       |         |             |         |         |         |             |
| 爱好 záliba               | 2       | 1       | 2       | 7           | 2       |         |         | 6           |
| 嗜好 hobby, záliba        |         |         | 1       | 1           |         | 2       |         | 3           |
| 旅游 cestování            | 5       | 1       | 4       | 6           | 2       | 1       | 4       | 15          |
| 旅行 cestování            |         |         |         |             | 2       | 1       | 2       |             |
| 旅途 výlet, cesta         |         |         |         | 2           |         |         | 1       | 2           |
| 旅友 partner na cestování |         |         |         |             |         |         | 1       |             |
| 散步 procházet se         |         |         |         | 1           | 1       |         |         | 2           |
| 溜狗 procházky se psem    | 1       |         |         |             |         |         |         |             |
| 游览 navštívit (památky)  |         |         |         |             |         |         | 1       |             |
| 漫步 procházka            |         |         |         |             |         |         |         | 1           |
| 看书 číst                 | 1       |         | 3       | 1           | 3       |         |         |             |
| 爬山 chodit po horách     |         | 1       |         |             |         |         |         |             |
| 画(些)画 malovat           |         |         |         |             | 1       |         |         |             |
| 文化 kultura              |         |         |         |             | 1       |         |         |             |
| 运动 sport                |         |         | 3       | 7           | 1       |         | 1       | 3           |
| 电影 film                 | 2       | 1       | 1       | 1           | 3       |         |         |             |
| 跳舞 tančit               | 1       |         |         |             | 1       | 2       |         |             |
| 时尚 móda/módní           |         | 1       |         |             | 3       |         | 1       | 1           |
| 活动 zábava, aktivita     |         |         | 1       | 2           |         |         |         | 2           |
| 消遣 zábava; bavit se     | 3       |         | 6       | 5           | 1       | 2       | 3       | 8           |
| 游戏 bavit se             |         |         |         | 1           |         |         |         | 1           |
| 贪玩 rád se bavit         |         |         |         |             |         |         |         | 1           |
| 玩 hrát                  | 2       | 1       |         | 2           | 1       |         |         |             |

|                        |   |   |   |   |   |   |   |   |
|------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 玩儿 hrát                | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 游戏 hrát si             | 1 |   |   |   |   |   |   |   |
| 象棋 čínské šachy        |   |   |   | 1 | 1 |   |   |   |
| 麻将 majiang             | 1 |   |   |   |   |   |   |   |
| 赌博 hazardovat, vsázet  |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 电视 televize            |   |   |   | 2 |   |   |   | 2 |
| 影视 filmy a televize    | 1 |   | 1 | 1 | 1 |   |   |   |
| 手工 ruční práce         |   |   |   |   | 1 |   |   |   |
| 绣花 vyšívání            |   |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 书法 kaligrafie          |   |   |   | 1 |   |   |   | 1 |
| 艺术 umění               |   |   |   | 2 |   |   | 1 | 1 |
| 阅读 číst                | 2 | 1 |   |   | 1 | 1 |   | 1 |
| 阅览 číst                |   |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 读报 číst noviny         |   |   |   |   | 1 |   |   |   |
| 朗读 předčítat nahlas    |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 文学 literatura          |   |   | 1 | 4 |   |   |   | 1 |
| 文化 kultura; kulturní   |   |   |   | 5 |   | 1 | 1 |   |
| 文艺 literatura a umění  |   |   |   | 2 |   |   |   | 1 |
| 文史 literatura a dějiny |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 书籍 knihy, literatura   |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 音乐 hudba               | 1 | 1 | 3 | 6 | 2 | 3 | 1 | 5 |
| 唱歌 zpívat              |   |   | 3 | 3 | 1 |   |   | 5 |
| 舞蹈 tanec               |   |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 飞舞 tančit ve vzduchu   |   |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 体育 sport               |   |   |   | 3 |   |   |   | 2 |
| 锻炼 sportovat           |   |   | 1 |   |   |   |   | 2 |
| 网球 tenis               |   | 1 |   |   |   |   |   |   |
| 足球 fotbal              |   | 1 |   |   |   |   |   |   |
| 排球 volejbal            |   | 1 |   |   |   |   |   | 1 |

|                          |   |   |   |   |   |   |   |   |
|--------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 游泳 plavání               |   | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
| 上网 surfovat na internetu | 1 |   | 1 |   | 2 | 2 | 1 | 2 |
| 网聊 chatovat              |   |   |   |   |   | 1 |   |   |

**Tabulka 20: Slovní zásoba - vlastnosti**

|                                    | M 18-25 | M 26-40 | M 41-60 | M 61 a více | Ž 18-25 | Ž 26-40 | Ž 41-60 | Ž 61 a více |
|------------------------------------|---------|---------|---------|-------------|---------|---------|---------|-------------|
| 严谨 přísný                          |         |         |         |             |         |         |         | 1           |
| 为人 charakter                       |         |         | 2       | 2           |         |         |         | 4           |
| 保守 konzervativní                   |         |         |         |             | 1       | 1       |         |             |
| 善心 benevolence, benevolentní       |         |         |         |             |         |         |         | 1           |
| 善感 sentimentální, citlivý          |         |         |         |             |         |         |         | 1           |
| 孝顺 synovská oddanost               | 4       |         | 2       | 1           | 1       |         | 1       | 4           |
| 孝顺 syn. úcta                       | 1       | 1       | 2       | 1           | 1       |         |         |             |
| 害羞 plachý, stydlivý                | 1       |         |         |             |         |         |         |             |
| 人品 kvality charakteru              |         |         |         |             | 1       |         | 4       |             |
| 心地 charakter                       |         |         | 2       | 4           |         |         |         | 1           |
| 心态 mentalita/způsob myšlení        |         |         | 2       | 4           | 1       | 1       | 2       | 7           |
| 心性 temperament                     |         |         |         | 1           |         |         |         | 1           |
| 态度 povaha                          |         |         | 3       | 1           |         |         |         | 1           |
| 性格 povaha, temperament             | 4       | 2       | 6       | 11          | 4       | 1       | 2       | 14          |
| 性质 kvalita, charakter              | 1       |         |         |             |         | 1       |         |             |
| 性感 sexualita, sexy                 |         | 1       |         |             |         |         |         |             |
| 情趣 temperament, zájem              |         |         | 1       | 3           |         |         | 1       | 2           |
| 爱心 soucit, laskavost, ohleduplnost |         |         |         |             |         |         |         | 1           |
| 感情 emocionální/city                | 7       | 6       | 1       | 2           | 6       | 2       | 1       | 2           |
| 感恩 být vděčný, vděk                |         |         |         | 1           |         | 1       |         | 1           |
| 无奈 bezmocný                        |         |         | 1       |             |         |         |         | 1           |
| 有缘 osudový, souzený                |         |         | 3       | 5           |         |         | 2       | 6           |



|                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 本质 povaha                        |   |   |   |   | 2 |   |   |   |
| 格调 styl a morální kvality        |   |   |   |   | 1 |   |   |   |
| 气质 temperament, povaha           |   |   | 2 | 4 | 2 |   | 1 | 3 |
| 活泼 živý, temperamentní           |   | 1 |   | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 相吸 přitažlivost                  |   |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 知情 vděčný, vděčnost              |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 胸怀 povaha, myšlení               |   |   |   | 1 | 1 |   |   | 1 |
| 能动 aktivní, dynamický            |   |   |   |   | 1 |   |   |   |
| 脾气 povaha, temperament, nálada   | 1 |   |   | 1 |   | 1 |   | 3 |
| 自卑 mít nízké sebevědomí          |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 自爱 sebeúcta                      |   |   | 2 |   |   |   |   | 1 |
| 平静 tichý                         |   |   |   | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 独特 jedinečný, unikátní           |   |   | 2 |   | 1 |   |   | 1 |
| 舒适 pohodlný                      |   | 1 |   |   |   |   |   |   |
| 恬淡 lhostejný ke slávě            |   |   | 1 | 1 |   |   |   | 1 |
| 被动 pasivní                       | 1 |   |   |   |   |   |   |   |
| 独立 nezávislý/nezávislost         |   |   | 2 | 4 | 2 | 1 |   | 3 |
| 认真 skutečný, vážný; brát vážně   |   |   | 1 | 1 | 4 |   |   |   |
| 豁达 otevřený jiným názorům        |   |   | 1 | 3 |   |   |   | 5 |
| 松开 uvolněný                      |   |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 忙碌 zaneprázdněný                 |   | 1 |   |   |   |   |   |   |
| 好奇 zajímavý, zvláštní            |   |   |   | 2 |   |   |   | 1 |
| 平淡 jednotvárný, fádni, nudný     |   |   | 2 | 4 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| 风流 znamenitý/koketní             |   |   |   |   | 1 |   |   |   |
| 胸襟 ambice                        |   |   |   |   | 1 |   |   |   |
| 踏实 svědomitý, klidný a vyrovnaný |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |   |
| 轻松 uvolněný                      |   |   |   |   |   | 1 |   |   |
| 疲惫 vyčerpaný                     |   | 1 | 1 |   |   | 1 |   |   |

|                                               |  |   |   |   |   |   |   |   |
|-----------------------------------------------|--|---|---|---|---|---|---|---|
| 风度 chování                                    |  |   |   |   | 1 |   |   | 2 |
| 相依 nezávislost, nezávislý;<br>záviset na sobě |  |   | 1 | 1 |   |   |   | 2 |
| 温和 přívětivý, laskavý                         |  |   |   |   | 1 |   | 1 |   |
| 高雅 elegance                                   |  | 1 |   |   |   |   |   |   |
| 好静 toužit po klidu                            |  |   |   |   | 1 |   |   |   |
| 繁忙 zaneprázdňený                              |  |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 出众 skvělý, vynikající                         |  |   |   |   | 1 |   |   |   |
| 直爽 přímý                                      |  |   |   |   |   |   |   | 3 |
| 随和 pohodový, bezstarostný                     |  |   | 1 | 1 |   |   |   | 1 |
| 自由 svoboda, svobodný                          |  |   | 4 | 1 |   | 1 |   | 2 |
| 直白 přímý, jednoznačný                         |  |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 负责 zodpovědný                                 |  |   | 1 |   |   |   |   | 1 |
| 心理 psychika                                   |  |   |   | 1 |   |   |   | 1 |

|                                       | M 18-25 | M 26-40 | M 41-60 | M 61 a více | Ž 18-25 | Ž 26-40 | Ž 41-60 | Ž 61 a více |
|---------------------------------------|---------|---------|---------|-------------|---------|---------|---------|-------------|
| 不错 správný, dobrý                     | 1       | 1       | 2       | 2           |         |         | 2       | 1           |
| 中才 talentovaný                        |         |         |         |             |         |         |         | 1           |
| 人才 talent                             |         |         |         |             |         |         | 1       |             |
| 仔细 pečlivý                            | 2       |         |         |             |         |         |         |             |
| 主动 aktivní, iniciativní               |         |         |         |             |         |         |         | 1           |
| 乐意 být ochotný, spokojený, šťastný    |         |         | 1       |             |         |         |         | 1           |
| 乐观 optimistický                       |         |         | 1       | 5           | 5       | 1       | 3       | 7           |
| 亲切 srdečný                            |         | 1       |         |             |         |         |         |             |
| 善良 hodný a milý/dobrosrdečný, laskavý | 6       | 3       | 6       | 13          | 5       | 1       | 4       | 9           |
| 优秀 skvělý                             |         |         | 2       | 2           | 1       |         | 1       | 3           |
| 优雅 elegantní, krásný                  |         |         |         |             |         |         | 1       |             |
| 体谅 ohleduplný                         | 1       |         |         |             |         |         |         |             |
| 体贴 ohleduplný, pozorný                | 2       | 1       | 3       | 3           | 2       |         | 2       | 5           |

|                                   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 俏皮 sarkastický, chytrý, elegantní |   |   |   |   | 1 |   |   |   |
| 做人 chovat se, vycházet s lidmi    |   |   | 1 | 1 |   |   |   |   |
| 关心 mít zájem, empatie             | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   |   |
| 利索 pohotový, obratný              |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 勇敢 odvážný                        |   | 1 |   |   |   |   |   |   |
| 勤劳 pilný                          |   |   | 1 |   |   |   | 2 |   |
| 勤快 pilný, pracovitý               |   |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 勤俭 tvrdě pracující a spořivý      |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 勤恳 pilný a svědomitý              |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 包容 promíjet; velkorysý            | 1 | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 2 | 6 |
| 华丽 nádherný, krásný               |   | 1 |   |   |   | 1 |   |   |
| 可爱 roztomilý                      | 1 |   | 3 |   |   |   |   |   |
| 可亲 roztomilý, přívětivý           | 1 |   |   |   |   |   |   |   |
| 合适 správný                        | 1 | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |   |
| 善 dobrý                           |   |   | 7 |   |   |   | 1 |   |
| 善于 být dobrý v                    |   |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 坦率 upřímný                        |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 坦诚 poctivý a upřímný              | 1 |   |   | 3 |   | 1 |   |   |
| 坦白 upřímný                        | 1 |   |   |   |   |   |   |   |
| 坦荡 velkorysý, šlechetný           |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 堂堂 impozantní                     | 1 |   |   |   |   |   |   |   |
| 大好 skvělý                         | 1 |   |   |   |   |   |   |   |
| 大方 štědrý, velkorysý              |   |   | 2 | 1 | 2 |   | 1 |   |
| 大度 otevřenost, velkorysost        |   |   |   | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 |
| 好动 velmi aktivní                  |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 安全 bezpečný; bezpečí              |   | 1 |   |   |   |   |   |   |
| 完美 překrásný                      |   | 1 | 4 |   | 1 |   |   | 2 |
| 安静 tichý, klidný                  |   |   | 1 | 1 | 4 |   |   | 1 |
| 宽容 tolerantní; tolerovat          |   | 2 |   | 3 |   |   | 1 | 2 |

|                                  |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 帅气 hezký, krásný                 |   |   |   |   | 1 |   |   |    |
| 干练 schopný a zkušený             |   |   |   |   |   |   |   | 1  |
| 平和 mírný, mír                    |   |   |   |   | 1 |   |   | 5  |
| 幽默 vtip/vtipný                   |   | 1 | 1 | 3 | 3 |   | 2 | 3  |
| 开朗 optimistický, upřímný         |   |   | 3 | 4 | 1 |   | 3 | 20 |
| 开阔 tolerantní                    |   |   |   | 1 |   |   |   | 1  |
| 忍耐 trpělivý, shovívavý           |   |   |   |   |   |   |   | 1  |
| 忠诚 loajalita                     | 1 |   |   |   |   |   |   |    |
| 忠贞 loajální a stálý              | 1 |   |   |   |   |   |   |    |
| 恬静 klidný, tichý                 |   |   |   |   | 1 |   |   | 2  |
| 憨厚 prostý a čestný               |   |   |   | 1 |   |   |   |    |
| 成事 úspěšný                       | 1 |   |   |   |   |   |   |    |
| 成熟 zralý, vyžralý                | 1 | 1 |   |   | 6 | 3 |   | 2  |
| 才能 talent                        |   |   | 3 | 2 |   | 1 | 1 |    |
| 才气 literární talent              |   |   |   |   |   |   | 1 |    |
| 担心 starostivý, dělat si starosti |   |   |   | 1 |   |   |   | 1  |
| 整洁 čistý a uklizený              |   |   |   | 1 |   | 1 | 2 | 1  |
| 文静 jemný, tichý                  | 1 | 1 |   | 1 |   |   |   | 3  |
| 智慧 inteligentní                  |   |   | 1 | 2 | 1 |   |   |    |
| 有成 být úspěšný                   |   |   | 2 | 3 | 1 |   |   |    |
| 有才 talentovaný                   |   |   |   |   | 1 |   |   |    |
| 有缘 být přirozeně geniální        |   | 1 |   |   | 2 |   | 2 |    |
| 有益 užitečný                      |   |   |   |   |   |   | 1 |    |
| 朴实 upřímnost                     |   |   |   |   | 1 |   | 1 |    |
| 柔情 něha, něžný                   | 1 |   |   |   |   |   |   |    |
| 正直 upřímný                       |   | 1 |   | 2 |   |   | 1 | 1  |
| 正经 vážný, seriózní               |   |   |   |   |   | 1 |   |    |
| 浪漫 romantický                    | 1 |   | 3 | 1 |   | 1 | 3 | 1  |
| 涵养 být tolerantní                |   |   |   |   | 1 | 2 |   |    |

|                                     |   |   |    |    |   |   |   |    |
|-------------------------------------|---|---|----|----|---|---|---|----|
| 清新 čistý, svěží , osvěžující        |   | 1 |    |    |   |   |   |    |
| 温柔 jemný                            | 2 |   | 3  | 6  | 2 | 1 | 4 | 4  |
| 温暖 vřelý                            |   | 1 | 1  |    | 2 | 1 | 1 |    |
| 温和 mírný                            |   |   | 4  | 2  |   |   |   | 3  |
| 温馨 teplý a voňavý                   | 2 | 1 | 4  | 4  |   | 3 |   | 7  |
| 漂亮 krásný                           |   | 1 |    |    | 1 |   |   | 1  |
| 烂漫 brilantní, skvělý, zářivý        |   |   |    |    |   |   |   | 1  |
| 热情 nadšení, entuziasmus;<br>srdečný |   | 1 | 1  | 2  |   |   |   | 5  |
| 爱心 soucit, ohleduplnost             |   | 1 | 1  |    |   | 2 | 1 | 3  |
| 甜美 sladký, milovaný                 |   |   |    |    |   |   |   | 1  |
| 甜蜜 sladký, šťastný                  |   |   |    |    |   | 1 |   | 1  |
| 直率 upřímný                          |   |   |    | 1  |   |   |   | 1  |
| 真心 upřímnost; upřímný               | 7 | 2 | 11 | 7  | 3 | 5 | 7 | 16 |
| 真诚 upřímnost/pravda                 | 2 | 1 | 4  | 10 | 3 | 3 | 5 | 15 |
| 睿智 moudrý                           |   |   |    |    |   |   | 1 |    |
| 知识 znalost; znalý                   |   |   | 3  | 5  |   |   |   | 1  |
| 积极 pozitivní/aktivní                | 1 |   |    | 4  |   |   |   | 3  |
| 端庄 důstojný                         |   |   |    |    |   |   |   | 1  |
| 精彩 skvělý                           |   |   |    | 1  |   | 1 |   |    |
| 细腻 skvělý, nádherný                 |   |   |    | 1  |   |   |   | 2  |
| 细心 pečlivý                          | 1 |   |    |    |   |   |   |    |
| 绚烂 nádherný, skvělý                 |   | 1 |    |    |   |   |   |    |
| 细微 jemný                            |   |   |    |    |   |   | 1 |    |
| 美丽 krásný                           | 1 | 1 | 2  | 1  | 2 |   |   | 1  |
| 美貌 krásný, krásný vzhled            |   | 1 |    |    |   |   |   |    |
| 老实 upřímný                          |   |   |    | 1  |   |   |   |    |
| 耐性 trpělivost                       |   |   |    |    |   |   |   | 1  |
| 耐心 trpělivý                         |   |   |    |    |   |   |   | 1  |
| 自信 důvěra                           |   |   | 1  |    |   |   | 3 | 1  |

|                                    |   |   |   |   |   |   |   |   |
|------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 信任 důvěra; důvěřovat               |   |   |   |   |   |   |   | 2 |
| 信心 důvěra                          |   | 1 |   |   |   |   |   |   |
| 良好 dobrý                           |   |   |   | 2 |   | 2 |   |   |
| 融融 šťastný a harmonický            |   |   |   |   |   |   |   | 2 |
| 和睦 harmonie; harmonický            |   |   | 1 |   |   | 1 |   |   |
| 和谐 harmonický                      |   |   |   | 4 |   | 2 |   | 2 |
| 让人 smířlivý                        |   |   | 2 | 1 |   |   | 1 |   |
| 诚实 upřímnost, upřímný              |   |   | 2 | 1 |   |   | 1 | 2 |
| 诚信 upřímnost a poctivost           |   |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 诚心 upřímnost                       |   |   |   |   |   |   |   | 2 |
| 诚意 upřímnost, upřímný              | 1 |   |   |   |   |   |   |   |
| 诚恳 upřímný                         |   |   |   |   |   | 1 |   |   |
| 谦和 skromný                         |   |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 贤惠 cnostný                         | 2 |   | 1 | 4 | 1 |   | 1 | 2 |
| 责任 zodpovědnost                    | 1 |   |   |   |   |   |   |   |
| 踏实 praktický                       |   | 1 | 1 |   |   |   | 1 |   |
| 辉煌 skvělý                          |   |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 酷爱 vášeň pro; vášnivý              |   |   |   |   |   |   | 1 | 1 |
| 顺利 úspěšný                         |   |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 风趣 humorný, zajímavý, zábavný      |   |   | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 3 |
| 对了 správný                         |   |   | 1 |   |   |   | 1 |   |
| 干净 čistý                           |   | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
| 不错 správný, dobrý                  | 1 | 1 | 2 | 2 |   |   | 2 | 1 |
| 中才 talentovaný                     |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 人才 talent                          |   |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 仔细 pečlivý                         | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 主动 aktivní, iniciativní            |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 乐意 být ochotný, spokojený, šťastný |   |   | 1 |   |   |   |   | 1 |
| 乐观 optimistický                    |   |   | 1 | 5 | 5 | 1 | 3 | 7 |

|                                          |   |   |   |    |   |   |   |   |
|------------------------------------------|---|---|---|----|---|---|---|---|
| 亲切 srdečný                               |   | 1 |   |    |   |   |   |   |
| 善良 hodný a milý/dobrosrdečný,<br>laskavý | 6 | 3 | 6 | 13 | 5 | 1 | 4 | 9 |
| 优秀 skvělý                                |   |   | 2 | 2  | 1 |   | 1 | 3 |
| 优雅 elegantní, krásný                     |   |   |   |    |   |   | 1 |   |
| 体谅 ohleduplný                            | 1 |   |   |    |   |   |   |   |
| 体贴 ohleduplný, pozorný                   | 2 | 1 | 3 | 3  | 2 |   | 2 | 5 |
| 俏皮 sarkastický, chytrý, elegantní        |   |   |   |    | 1 |   |   |   |
| 做人 chovat se, vycházet s lidmi           |   |   | 1 | 1  |   |   |   |   |
| 关心 mít zájem, empatie                    | 1 |   | 1 | 1  |   | 1 |   |   |
| 利索 pohotový, obratný                     |   |   |   |    |   |   |   | 1 |
| 勇敢 odvážný                               |   | 1 |   |    |   |   |   |   |
| 勤劳 pilný                                 |   |   | 1 |    |   |   | 2 |   |
| 勤快 pilný, pracovitý                      |   |   |   |    |   |   | 1 |   |
| 勤俭 tvrdě pracující a spořivý             |   |   |   |    |   |   |   | 1 |
| 勤恳 pilný a svědomitý                     |   |   |   |    |   |   |   | 1 |
| 不孝 nedostatek lásky k rodičům            | 1 |   |   |    |   |   |   |   |
| 任性 rozmarňý, vrtošivý                    |   |   |   |    | 1 |   |   | 1 |
| 单纯 jednoduchý, naivní                    |   |   |   |    | 1 |   |   | 1 |
| 危险 nebezpečný                            | 1 |   |   |    |   |   |   |   |
| 喧嚣 hlasitý                               |   |   |   |    |   |   |   | 1 |
| 坚毅 zatvrzelý                             |   | 1 |   |    |   |   |   |   |
| 懒 líný                                   | 1 |   |   |    |   |   |   |   |
| 拜金 být na peníze                         |   |   |   |    | 1 |   |   |   |
| 斯文 rafinovaný                            | 1 |   |   |    |   |   |   |   |
| 无聊 nudný                                 |   |   | 1 |    | 1 | 2 |   |   |
| 无赖 darebák, darebácký                    |   |   |   |    |   |   |   | 1 |
| 残酷 brutální, násilný                     |   |   |   |    | 1 |   |   |   |
| 浮华 marnivost, ješitnost                  |   |   |   |    |   | 1 |   |   |

|                              |   |  |   |   |   |   |   |   |
|------------------------------|---|--|---|---|---|---|---|---|
| 痛苦 bolestivý                 |   |  |   | 2 |   |   | 1 |   |
| 肤浅 povrchní                  |   |  |   |   | 2 |   |   |   |
| 虚荣 ješitnost                 | 1 |  |   |   |   |   |   |   |
| 表面 povrchní                  |   |  |   |   | 1 |   |   |   |
| 轻浮 povrchní                  |   |  |   |   | 1 |   |   |   |
| 飘忽 nejistý                   |   |  |   |   |   |   | 1 |   |
| 飘渺 špatně rozpoznatelný      |   |  |   | 2 |   |   |   | 1 |
| 骄傲 arogantní, arogance       |   |  |   |   | 1 |   |   | 1 |
| 无法 nemoci, nebýt schopen     |   |  | 1 |   |   |   | 1 |   |
| 无益 zbytečný                  |   |  |   |   |   | 1 |   |   |
| 消极 negativní                 |   |  |   |   |   |   |   | 1 |
| 平淡 jednotvárný, fádni, nudný |   |  | 2 | 4 | 1 | 1 | 2 | 1 |

**Tabulka 21: Slovní zásoba - fyzický popis**

|                  | M 18-25 | M 26-40 | M 41-60 | M 61 a více | Ž 18-25 | Ž 26-40 | Ž 41-60 | Ž 61 a více |
|------------------|---------|---------|---------|-------------|---------|---------|---------|-------------|
| 身体 tělo          |         |         | 1       |             |         | 1       | 1       | 6           |
| 个子 tělo, postava |         |         |         |             |         |         |         | 1           |
| 人身 lidské tělo   |         |         |         | 1           |         |         |         | 3           |
| 身上 na těle       |         |         |         |             |         |         |         | 1           |
| 身材 figura        |         |         | 1       |             |         |         |         | 1           |
| 身心 tělo a duše   |         |         | 2       | 6           |         |         |         | 1           |
| 身高 tělesná výška |         |         |         |             | 2       |         |         |             |
| 身高 vysoký        |         |         |         |             | 1       |         | 1       |             |
| 成长 vzrůst        |         |         | 1       |             |         | 1       |         |             |
| 面对 tvář          |         |         |         |             |         | 1       |         | 1           |
| 脸上 na tváři      |         |         |         |             |         |         | 1       |             |
| 化妆 líčit se      |         |         |         |             | 1       |         |         |             |
| 性别 pohlaví       | 1       |         |         |             |         |         |         |             |



|                            |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 指尖 otisk prstu             |   |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 皮肤 pokožka                 |   | 1 |   |   |   |   |   |   |
| 相近 být podobný             |   |   |   | 1 |   |   | 1 | 2 |
| 眼神 výraz v očích           |   |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 外表 vzhled, zevnějšek       |   |   |   |   | 4 |   | 1 |   |
| 外貌 vzhled                  | 2 |   | 2 |   | 1 |   |   |   |
| 相貌 vzhled                  |   |   |   | 1 | 1 |   |   | 1 |
| 长相 vzhled                  | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 | 1 |
| 外面 zevnějšek, vzhled       |   |   |   |   |   | 1 |   |   |
| 容貌 obličejové rysy, vzhled |   |   |   | 1 |   |   |   | 1 |
| 容颜 vzhled, tvář            |   |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 形象 fyzický vzhled          |   |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 体重 váha                    | 1 |   |   |   |   |   |   |   |
| 佳人 krásná žena             |   |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 美女 krásná žena             |   | 1 |   |   |   |   |   |   |
| 绮罗 osoba v hedvábném oděvu |   |   |   |   | 1 |   |   |   |

**Tabulka 22: Slovní zásoba - pocity**

|                           | M 18-25 | M 26-40 | M 41-60 | M 61 a více | Ž 18-25 | Ž 26-40 | Ž 41-60 | Ž 61 a více |
|---------------------------|---------|---------|---------|-------------|---------|---------|---------|-------------|
| 专情 empatie                | 1       |         |         |             |         |         |         |             |
| 印象 dojem                  |         |         |         |             | 1       |         |         |             |
| 向往 těšit se na, toužit po |         |         |         |             | 2       | 1       | 1       | 1           |
| 坎坷 vzestupy a pády        |         |         | 1       | 4           |         |         | 1       | 1           |
| 情思 pocity, sentiment      |         |         |         |             |         | 1       |         |             |
| 情感 emoce, pocit           |         |         |         | 1           |         |         | 3       | 1           |
| 感到 cítit                  |         | 1       | 1       |             | 1       |         |         | 3           |
| 感受 pocit, zkušenost       |         | 1       |         |             |         |         | 1       | 1           |
| 感觉 pocit                  | 3       | 1       | 2       | 1           | 1       | 1       | 1       | 1           |

|                                 |   |   |   |    |   |   |   |   |
|---------------------------------|---|---|---|----|---|---|---|---|
| 风情 milostné pocity/chování      | 1 |   |   |    |   |   |   |   |
| 愿意 přání, touha; být ochoten    |   | 1 | 5 | 3  | 3 |   | 1 | 4 |
| 感谢 děkovat, být vděčný          |   |   | 5 | 1  | 1 |   | 2 | 1 |
| 憧憬 těšit se na                  | 3 |   | 8 | 5  | 2 | 3 | 3 | 7 |
| 渴望 toužit, žíznit po            |   | 1 | 1 | 1  |   | 1 |   | 3 |
| 盼望 doufat v, těšit se na        |   |   | 1 |    |   |   |   |   |
| 真情 skutečné city                |   |   | 1 | 1  |   |   |   | 1 |
| 重情 klást důraz na emoce         |   |   |   | 1  |   |   | 1 | 2 |
| 爱 láska; milovat                | 7 | 6 |   | 46 | 9 | 4 | 1 | 8 |
| 陶醉 hýřit (štěstím)              |   |   |   | 1  |   |   | 1 |   |
| 雀跃 skákat radostí               |   |   |   |    |   |   | 1 |   |
| 高兴 mít radost                   |   |   |   |    |   |   |   | 1 |
| 缱绻 vzájemná přitažlivost, láska |   |   |   | 1  |   |   |   |   |
| 美好 šťastný                      |   | 1 | 1 | 3  | 1 | 1 | 1 | 7 |
| 欢乐 šťastný                      |   |   |   |    |   |   | 1 |   |
| 愉快 šťastný                      |   |   |   | 1  |   |   |   | 1 |
| 开心 šťastný                      | 2 | 1 |   | 1  | 2 |   |   |   |
| 快乐 šťastný                      | 1 | 1 | 3 | 3  | 2 |   | 3 | 9 |
| 伤心 smutný                       | 1 | 1 |   | 2  | 1 |   |   |   |
| 悲伤 smutný                       |   |   |   |    | 2 |   |   | 2 |
| 伤人 zranit, ranit city           |   |   | 1 |    |   |   |   |   |
| 哭 plakat                        | 2 | 1 |   | 3  |   |   |   | 1 |
| 自伤 mít zlomené srdce            |   |   | 1 |    | 1 |   |   |   |
| 闷骚 deprimovaný                  |   |   |   |    | 1 |   |   |   |
| 害怕 bát se                       |   | 1 |   |    |   |   |   |   |
| 心疼 zoufalý                      | 1 |   |   | 1  | 2 |   |   |   |
| 戚戚 ustaraný, smutný             |   |   |   |    |   |   |   | 1 |

**Tabulka 23: Slovní zásoba - zdraví**

|                        | M 18-25 | M 26-40 | M 41-60 | M 61 a více | Ž 18-25 | Ž 26-40 | Ž 41-60 | Ž 61 a více |
|------------------------|---------|---------|---------|-------------|---------|---------|---------|-------------|
| 健康 zdravý; zdraví      |         |         | 5       | 3           |         | 1       | 3       | 8           |
| 健身 udržet se fit       |         |         |         | 3           |         | 2       |         | 1           |
| 受伤 zraněný, raněný     |         |         |         |             | 1       |         |         | 1           |
| 康健 zdraví              |         | 1       |         |             |         |         |         | 1           |
| 康复 vyléčení, uzdravení |         |         |         |             |         |         |         | 1           |
| 感冒 nachlazení          |         | 1       |         |             |         |         |         |             |
| 染上 infikovat se        |         |         |         |             |         |         | 1       |             |
| 活力 energie, vitalita   |         |         | 1       | 2           |         |         |         | 1           |
| 灼伤 popálenina          | 1       |         |         |             |         |         |         |             |
| 疾病 nemoc               |         |         |         |             |         |         |         | 1           |

**Tabulka 24: Slovní zásoba – rodin**

|                          | M 18-25 | M 26-40 | M 41-60 | M 61 a více | Ž 18-25 | Ž 26-40 | Ž 41-60 | Ž 61 a více |
|--------------------------|---------|---------|---------|-------------|---------|---------|---------|-------------|
| 丧偶 ovdovělý              |         | 1       |         |             |         |         |         | 4           |
| 亲人 příbuzní              |         |         |         | 1           |         |         | 1       | 1           |
| 妹妹 mladší sestra         | 1       | 1       |         |             |         |         |         |             |
| 姐姐 starší sestra         | 1       |         |         |             | 3       |         |         |             |
| 姐弟 sourozenci            |         |         |         |             | 1       |         |         |             |
| 妹子 mladší sestra, slečna |         |         |         |             |         |         | 1       |             |
| 弟弟 mladší bratr          | 1       |         |         |             |         |         | 1       |             |
| 哥哥 starší bratr          | 1       | 2       |         |             |         |         |         |             |
| 家 rodina                 | 2       | 5       | 10      | 12          | 2       | 2       |         | 8           |
| 家中 vlastní rodina        |         | 1       |         |             |         |         |         |             |
| 家人 rodina, příbuzný      |         |         | 1       |             | 2       |         | 2       | 1           |
| 母亲 matka                 |         |         |         | 1           | 1       |         |         | 4           |
| 父母 rodiče                | 5       | 2       | 1       | 1           | 4       | 1       | 2       | 1           |
| 爸妈 rodiče                |         |         |         |             | 1       |         |         |             |

|                                          |   |   |   |   |   |   |   |   |
|------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 妈妈 matka                                 |   | 1 |   |   |   |   |   |   |
| 爸爸 otec                                  |   |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 父亲 otec                                  |   |   |   |   | 1 |   |   |   |
| 我爸 můj otec                              |   | 1 |   |   |   |   |   |   |
| 子女 děti, syn a dcera                     |   |   |   | 5 |   |   |   | 2 |
| 儿子 syn                                   |   |   | 2 | 3 |   |   | 1 |   |
| 儿 syn                                    |   |   |   | 1 |   |   |   | 4 |
| 儿女 syn a dcera                           |   |   |   | 2 |   |   |   | 4 |
| 独子 jediný syn                            |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 男 muž, syn                               |   | 1 |   |   |   |   |   | 1 |
| 男儿 muž, chlapec, syn                     | 1 |   |   |   |   |   |   |   |
| 独生女 dcera jedináček                      |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 女 žena, dcera                            |   |   |   | 9 |   |   | 1 | 2 |
| 女儿 dcera, dívka                          |   |   | 2 | 6 |   |   | 1 | 2 |
| 男方 manželova strana,<br>mužská polovička |   |   |   |   |   |   |   | 2 |
| 阿姨 matčina sestra                        | 1 |   |   |   |   |   |   |   |
| 叔叔 otcův bratr                           | 1 |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 家庭 rodina, domácnost                     | 2 | 3 | 7 | 8 | 4 | 5 |   | 4 |
| 姐夫 švagr (od starší sestry)              |   |   |   |   | 2 |   |   |   |
| 孙女 vnučka                                |   |   |   | 2 |   |   |   | 1 |
| 孙子 vnuk                                  |   |   |   |   |   |   | 1 | 1 |
| 人家 já/rodina                             |   |   |   | 2 |   |   |   | 1 |
| 门第 rodinný status                        |   |   |   |   |   |   |   | 1 |

**Tabulka 25: Slovní zásoba - finance**

|            | M 18-25 | M 26-40 | M 41-60 | M 61 a více | Ž 18-25 | Ž 26-40 | Ž 41-60 | Ž 61 a více |
|------------|---------|---------|---------|-------------|---------|---------|---------|-------------|
| 事业 majetek |         |         |         |             |         |         | 1       |             |
| 付出 platit  | 1       | 1       |         | 2           |         |         | 1       | 1           |

|                            |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 代价 výdaje, náklady         |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
| 公寓 byt                     |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 大款 úvěr                    | 1 |   |   |   |   |   |   |   |
| 收入 příjem                  |   |   |   |   |   | 1 | 1 |   |
| 月薪 plat                    | 1 |   |   |   |   |   |   |   |
| 物质 statky/materiální       |   |   |   |   |   |   | 1 | 2 |
| 经济 ekonomika, finance      |   | 1 |   | 3 |   |   |   | 2 |
| 财产 majetek                 |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 贫乏 chudý                   |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 贫穷 chudý                   |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 资本 kapitál                 |   |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 金融 finance, bankovníctví   |   | 1 |   |   |   |   |   |   |
| 宽裕 dobře situovaný         | 1 |   |   |   |   |   |   |   |
| 富 bohatý                   |   |   | 2 |   |   |   | 1 |   |
| 自立 stát na vlastních nohou |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
| 富足 bohatý, hojný           |   |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 富有 bohatý                  |   |   | 1 |   |   |   |   | 2 |
| 有钱 bohatý                  |   |   |   |   | 1 |   |   |   |
| 丰富 bohatý                  |   |   | 1 |   |   |   |   | 4 |
| 名利 sláva a bohatství       |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 富贵 bohatství a čest        |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 贵 drahý                    |   |   |   | 2 |   |   | 1 |   |

**Tabulka 26: Slovní zásoba - práce**

|                        | M 18-25 | M 26-40 | M 41-60 | M 61 a více | Ž 18-25 | Ž 26-40 | Ž 41-60 | Ž 61 a více |
|------------------------|---------|---------|---------|-------------|---------|---------|---------|-------------|
| 业务 profesionální práce |         |         |         |             |         |         | 1       |             |
| 中医 tradiční medicína   |         |         |         |             |         |         |         | 1           |
| 事业 podnik, kariéra     | 3       | 5       |         |             |         |         |         |             |
| 人文 humanitní vědy,     |         |         |         |             |         |         | 1       |             |

|                              |   |   |   |   |   |   |   |   |
|------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 代理 lid. záležitosti          |   | 1 |   |   |   |   |   |   |
| 代理 zastupovat                |   | 1 |   |   |   |   |   |   |
| 企划 plánovat, design, projekt |   |   |   |   |   | 1 |   |   |
| 企业 business                  |   |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 做事 pracovat                  |   |   | 5 | 1 | 1 | 1 |   | 1 |
| 公司 firma                     | 1 | 1 |   |   |   |   |   |   |
| 内贸 vnitřní obchod            |   | 1 |   |   |   |   |   |   |
| 分店 pobočka                   |   | 2 |   |   |   |   |   |   |
| 分会 oddělení                  |   |   | 1 |   |   |   |   |   |
| 办事 práce                     |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 努力 tvrdě pracovat            | 2 |   | 2 |   |   |   | 1 |   |
| 医生 lékař                     |   |   | 1 |   |   |   |   | 1 |
| 医师 lékař čín. medicíny       |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 单位 pracovní jednotka         | 1 |   |   |   |   |   |   |   |
| 同事 spolupracovat             |   |   | 1 |   |   |   |   | 1 |
| 同人 kolega                    | 1 |   |   |   |   |   |   |   |
| 品牌 obchodní známka           |   | 2 |   |   |   |   |   |   |
| 国企 státní podnik             | 1 |   |   |   |   |   |   |   |
| 在业 být zaměstnán             |   |   | 6 | 5 |   |   |   | 1 |
| 外企 zahraniční společnost     |   | 1 |   |   |   |   |   |   |
| 工人 dělník                    |   |   |   | 1 |   |   |   | 1 |
| 录用 zaměstnat                 |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 科学 věda                      |   |   |   | 1 |   |   |   | 1 |
| 职员 zaměstnanec               |   | 1 |   |   |   |   |   |   |
| 职业 profese                   |   |   | 2 |   |   | 1 |   | 1 |
| 能手 expert                    |   |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 谋事 hledat práci              | 1 |   |   |   |   |   |   |   |
| 质检 testování kvality         |   |   |   |   |   |   |   | 1 |
| 事业 kariéra                   |   |   | 1 | 7 |   |   |   | 3 |

|                                               |   |   |   |    |   |   |   |   |
|-----------------------------------------------|---|---|---|----|---|---|---|---|
| 事情 věc, práce, záležitost                     |   |   | 3 |    |   |   |   | 1 |
| 产品 produkt                                    | 1 |   |   |    |   |   |   |   |
| 收获 zisk, výsledek                             | 1 |   |   |    |   |   |   |   |
| 方式 metoda, systém, technika                   | 2 |   |   |    |   |   |   |   |
| 研发 výzkum a vývoj                             |   |   |   |    | 1 |   |   |   |
| 工作 pracovat/práce                             | 8 | 5 | 3 | 17 | 2 | 4 | 4 | 7 |
| 资料 data, materiály                            | 1 |   | 3 | 2  | 2 | 1 | 2 |   |
| 家务 domácí práce                               |   |   |   |    |   |   | 2 | 2 |
| 兼职 souběžně vykonávat několik zaměstnání      | 1 |   |   |    |   |   |   |   |
| 作嫁 vydělávat si na živobytí prací pro ostatní |   |   |   |    | 1 |   |   |   |
| 居家 vézt domácnost                             |   |   |   |    | 1 | 1 |   |   |

**Tabulka 27: Slovní zásoba - vzdělání**

|                                      | M 18-25 | M 26-40 | M 41-60 | M 61 a více | Ž 18-25 | Ž 26-40 | Ž 41-60 | Ž 61 a více |
|--------------------------------------|---------|---------|---------|-------------|---------|---------|---------|-------------|
| 中专 sekundární škola                  |         |         |         |             |         |         |         | 1           |
| 中学 střední škola                     |         |         |         | 1           |         | 1       | 1       | 2           |
| 体会 učit se zkušenostmi               |         |         | 1       |             | 1       | 1       |         |             |
| 功课 domácí úkol                       |         |         |         |             |         | 2       |         |             |
| 合格 kvalifikovaný, splňovat požadavky |         |         |         | 1           |         |         |         | 1           |
| 同学 spolužák                          | 1       |         |         |             |         |         |         |             |
| 学习 studium                           |         |         | 3       | 1           | 1       | 3       | 2       |             |
| 家教 rodinná výchova                   |         |         |         |             | 1       |         |         |             |
| 小学 školka/základní škola             |         |         |         |             |         |         | 1       | 3           |
| 小教 základní škola                    |         |         |         |             |         |         |         | 1           |
| 师范 učitel                            |         |         |         |             |         |         |         | 1           |
| 念书 učit se, studovat                 |         |         |         |             |         |         | 1       |             |
| 教学 vyučovat                          |         |         |         |             |         |         |         | 1           |
| 教育 výchova, vzdělání                 |         |         | 1       | 4           |         | 2       | 1       |             |

|                          |   |   |   |   |   |   |   |   |
|--------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 教师 učitel                |   |   | 3 | 4 |   | 1 |   | 9 |
| 教授 profesor              |   |   |   |   |   |   | 1 |   |
| 毕业 vystudovat            | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 |   | 1 | 1 |
| 老师 učitel                |   |   |   |   |   | 1 |   |   |
| 大学 vysoká škola          |   | 1 |   | 3 |   | 1 | 2 |   |
| 读书 studovat              |   |   | 1 | 4 |   |   | 1 | 4 |
| 锻炼 trénovat, procvičovat |   |   | 1 |   |   |   |   |   |