

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
FILOZOFICKÁ FAKULTA
ÚSTAV BOHEMISTIKY

DIPLOMOVÁ PRÁCE

JAZYKOVÉ PROSTŘEDKY V SEZNAMOVACÍCH INZERÁTECH

Vedoucí práce: Mgr. Markéta Maturová, Ph.D.

Autorka práce: Bc. Lenka Vokatá

Studijní obor: Bohemistika navazující

Ročník: druhý

2020

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

České Budějovice, 31. července 2020

.....
Bc. Lenka Vokatá

Poděkování

Srdečné poděkování patří vedoucí této diplomové práce, Mgr. Markétě Maturové, Ph.D., za její čas, cenné rady a připomínky, vstřícnost a lidský a laskavý přístup.

Anotace

Cílem diplomové práce je charakterizovat texty seznamovacích inzerátů z lingvistického hlediska. Pozornost bude věnována inzerátům zveřejněným na vybraném internetovém seznamovacím portálu. V teoretické části bude představena historie seznamovací inzerce, specifika komunikace na internetu a rozdíly v komunikaci mužů a žen. Chybět nebude ani stylistické pojetí inzerátu a popis textového typu, k němuž patří. Praktická část práce se zaměří na samotnou analýzu seznamovacích inzerátů z hlediska jednotlivých jazykových rovin.

Klíčová slova

seznamovací inzerát, jazyková analýza, internetová komunikace, komunikace mužů a žen

Abstract

The goal of the thesis is to characterise texts used in dating advertisements from a linguistic point of view, focusing on advertisements posted on a selected online dating portal. The theoretical section of the thesis explores the history of dating advertising, special features of online communication and differences in male and female communication, including the stylistic concept of dating advertisements and a description of the relevant textual type. The research section of the thesis analyses dating advertisements in terms of individual linguistic levels.

Keywords

dating advertisement, linguistic analysis, communication online, male and female communication

Obsah

1	ÚVOD	10
2	HISTORIE SEZNAMOVACÍ INZERCE	11
2.1	První seznamovací inzerát a jeho vývoj	11
2.2	První český seznamovací inzerát a jeho vývoj	12
3	SEZNAMOVÁNÍ NA INTERNETU	12
4	KOMUNIKACE NA INTERNETU	14
4.1	Klady a zápory internetové komunikace	15
4.1.1	Klady	15
4.1.2	Zápory	15
4.2	Dělení internetové komunikace	16
4.3	Rysy internetové komunikace	17
4.3.1	Hypertext	17
4.3.2	Diakritika	18
4.3.3	Anglicismy	18
4.3.4	Zkracování	19
4.3.5	Vulgarismy	20
4.3.6	Iterace grafémů	20
4.3.7	Nicky	20
4.3.8	Emotikony	21
4.4	Jazykové funkce internetové komunikace	21
5	KOMUNIKACE MUŽŮ A ŽEN	22
5.1	Rozdíly v komunikaci mužů a žen	23
6	INZERCE Z HLEDISKA STYLSTIKY	24
6.1	Prolínání funkčních stylů	25
6.1.1	Administrativní funkční styl	26
6.1.2	Publicistický funkční styl	27
6.2	Styl reklamy a inzerce	29
7	SEZNAMOVACÍ INZERÁT JAKO TYP TEXTU	30
7.1	Charakteristika textového typu seznamovacího inzerátu	31
8	OBSAHOVÁ STRÁNKA SEZNAMOVACÍHO INZERÁTU	33
9	METODOLOGIE	34
10	CHARAKTERISTIKA ZVOLENÉHO SEZNAMOVACÍHO PORTÁLU	34

11	JAZYKOVÁ ANALÝZA.....	35
11.1	Inzeráty „On hledá ji“	35
11.1.1	Ortografická rovina.....	35
11.1.1.1	Překlepy a redundance slov	35
11.1.1.2	Interpunkce	36
11.1.1.2.1	Spojovník/pomlčka	37
11.1.1.3	Velká písmena.....	38
11.1.1.4	Zdvojené souhlásky	38
11.1.1.5	Předpony s-, z-, vz-	39
11.1.1.6	Důraz.....	39
11.1.2	Morfologická rovina	40
11.1.2.1	Substantiva.....	40
11.1.2.2	Adjektiva.....	41
11.1.2.3	Pronomina.....	41
11.1.2.4	Numeralia.....	42
11.1.2.5	Verba.....	43
11.1.2.6	Adverbia.....	44
11.1.2.7	Prepozice.....	45
11.1.3	Syntaktická rovina	45
11.1.3.1	Zvláštnosti a nepravidelnosti ve větě stavbě.....	45
11.1.3.2	Pozdrav	47
11.1.3.3	Oslovení.....	47
11.1.3.4	Otázka	48
11.1.3.5	Téma	49
11.1.3.6	Značka/Postskriptum	49
11.1.4	Lexikální rovina.....	50
11.1.4.1	Expresiva	50
11.1.4.1.1	Depreciativa	51
11.1.4.1.2	Hypokoristika.....	52
11.1.4.1.3	Deminutiva.....	53
11.1.4.1.4	Dětská slova	53
11.1.4.2	Zkratky a univerbizace.....	54
11.1.4.3	Dialektismy	54
11.1.4.4	Argotismy	54

11.1.4.5	Anglicismy	55
11.1.4.6	Hovorová slova	55
11.1.4.7	Lexikum typické pro elektronickou komunikaci	56
11.1.4.8	Frazeologie a idiomatika	56
11.1.4.8.1	Frazémy slovesné a neslovesné	56
11.1.4.8.2	Frazémy větné	58
11.1.4.9	Citáty	59
11.1.5	Stylistická rovina	59
11.1.5.1	Jazyková kreativita	59
11.1.5.2	Poetizace	60
11.1.6	Nespisovnost	63
11.1.7	Frekvence výrazů užitých k sebecharakteristice	66
11.1.7.1	Adjektiva	66
11.1.7.2	Substantiva	67
11.2	Inzeráty „Ona hledá jeho“	68
11.2.1	Ortografická rovina	68
11.2.1.1	Překlepy a redundance slov	68
11.2.1.2	Interpunkce	69
11.2.1.2.1	Spojovník/pomlčka	69
11.2.1.3	Velká písmena	70
11.2.1.4	Zdvojené souhlásky	70
11.2.1.5	Důraz	70
11.2.2	Morfologická rovina	71
11.2.2.1	Substantiva	71
11.2.2.2	Adjektiva	71
11.2.2.3	Pronomina	72
11.2.2.4	Numeralia	72
11.2.2.5	Verba	73
11.2.2.6	Adverbia	74
11.2.2.7	Prepozice	74
11.2.2.8	Konjunkce	74
11.2.2.9	Interjekce	74
11.2.3	Syntaktická rovina	75
11.2.3.1	Zvláštnosti a nepravidelnosti ve větné stavbě	75

11.2.3.2	Slovosled.....	76
11.2.3.3	Pozdrav	76
11.2.3.4	Oslovení	76
11.2.3.5	Otázka	77
11.2.3.6	Téma	78
11.2.3.7	Značka/Postskriptum	78
11.2.4	Lexikální rovina.....	79
11.2.4.1	Expresiva	79
11.2.4.1.1	Depreciativa	79
11.2.4.1.2	Meliorativa.....	80
11.2.4.1.3	Hypokoristika.....	80
11.2.4.1.4	Deminutiva.....	81
11.2.4.1.5	Augmentativa.....	81
11.2.4.2	Zkratky a univerbizace.....	82
11.2.4.3	Anglicismy.....	82
11.2.4.4	Hovorová slova	83
11.2.4.5	Neologismy	84
11.2.4.6	Kontaminovaná slova	84
11.2.4.7	Frazeologie a idiomatika.....	84
11.2.4.7.1	Frazémy slovesné a neslovesné	84
11.2.4.7.2	Frazémy větné.....	86
11.2.4.8	Citáty.....	87
11.2.5	Stylistická rovina	88
11.2.5.1	Jazyková kreativita	88
11.2.5.2	Poetizace	88
11.2.6	Nespisovnost.....	90
11.2.7	Frekvence výrazů užitých k sebecharakteristice.....	91
11.2.7.1	Adjektiva.....	92
11.2.7.2	Substantiva.....	93
12	ZÁVĚR	95
13	SEZNAM LITERATURY	98

1 Úvod

Inspirací k této diplomové práci byl odborný článek Jany Hoffmannové s názvem *Seznamovací inzeráty mladých lidí (Charakteristika typu textu jako jednotky sociální interakce)*, který vyšel roku 1985 v časopisu *Naše řeč*. Pro analýzu však byly shromažďovány inzeráty bez ohledu na věk jejich autorů (tedy nejen mladých lidí) a výhradně z prostředí internetu.

Práce se skládá z teoretické a praktické části. Teoretická část shrnuje nejdůležitější poznatky ze seznamovací inzerce a internetové komunikace, získané pečlivým prostudováním odborné literatury. V úvodní kapitole je popsána historie seznamovací inzerce. Následuje kapitola objasňující seznamování na internetu, kde je rovněž popsána stručně i jeho historie. Jelikož jsou analyzovány inzeráty z internetové seznamky, představuje kapitola o komunikaci na internetu a jejích specifikách podstatnou součást teoretického oddílu. Stranou nezůstává ani stylistické hledisko a zařazení do funkčního stylu. Popsán je i textový typ seznamovacího inzerátu a textový vzorec, podle něhož se tyto inzeráty tvoří.

Praktická část práce je zaměřena na jazykovou analýzu seznamovacích inzerátů mužů a žen. Analýza vychází z vlastních poznatků s přihlédnutím do patřičných slovníků, zejména elektronického *Slovníku spisovného jazyka českého (SSJČ)*, *Příručního slovníku jazyka českého (PSJČ)*, *Slovníku současné češtiny (SSČ)* a *Slovníku nespisovné češtiny (SNČ)*. Využity byly také *Slovník české frazeologie a idiomatiky 1–4 (SČFI 1–4)*, *Hacknutá čeština: Neortodoxní slovník dnešní mateřštiny* a rovněž *Internetová jazyková příručka Ústavu pro jazyk český (IJP)*.

Na inzeráty je nahlíženo z roviny ortografické, morfologické, syntaktické, lexikální a stylistické. V neposlední řadě se analýza zaměří také na útvar národního jazyka, jímž byly inzeráty napsány. Pozornost je věnována i prostředkům, které seznamující užili ke svému popisu nejčastěji.

2 Historie seznamovací inzerce

Seznamovací inzerce je jedním z prostředků, díky nimž lze nalézt svého budoucího partnera či partnerku. Tento způsob seznámení prošel za dobu své existence poměrně rozsáhlým vývojem. Zatímco v dřívějších dobách byly jeho charakteristickým prostředím noviny, dnes už je jím spíše internet v podobě nejrůznějších internetových seznamek. Z nich si uživatelé mohou vybrat podle svých preferencí pro ně nejvíce vyhovující, ať už placené, či neplacené. Velmi oblíbené se staly také mnohé seznamovací aplikace, které se pouze nainstalují do mobilního telefonu.

2.1 První seznamovací inzerát a jeho vývoj

První seznamovací inzerát byl otištěn 19. července 1695 v Anglii. Zveřejněn byl v publikaci *Collection for Improvement of Husbandary and Trade*, jež vydával anglický finanční podnikatel a vydavatel John Houghton. Inzerát zněl následovně: „*Gentleman 30letý, který říká, že má velmi značné jmění, oženil by se rád s mladou dámou, která má kapitál asi tři tisíce liber a chce o tom učiniti přiměřenou smlouvu*“ (Staněk, 1977, s. 41).

Anglická veřejnost reagovala zpočátku na tento typ inzerce s určitým mravním rozhořčením, které však zanedlouho vystřídal úspěch. Vzdávající oblibě seznamovacích inzerátů napomohl také velký rozmach časopisectví. Sňatková anonce se velmi brzy stala známou a rozšířila se v polovině 18. století, kdy se objevuje už ve všech zemích. Nebývá sice ještě otiskována pokaždé v novinách, které v ostatních zemích kromě Anglie nebyly plně rozšířeny a na takové úrovni, ale používalo se letáků, jež se roznášely a rozdávaly na ulicích měst (Staněk, 1977, s. 42–43).

Dobové inzertní nabídky však připomínaly spíše obchodní smlouvy. Často byly vyhledávány raději výnosné živnosti, obchody, statky a jiná podobná zařízení než samotná manželství. Sňatek představoval jeden ze snadných způsobů získání jmění a společenského postavení. V mnoha případech se totiž namísto lidí spojovaly jejich majetky, a na manželství se tak pohlíželo jako na určitou formu zabezpečení (Staněk, 1977, s. 45–49).

2.2 První český seznamovací inzerát a jeho vývoj

První seznamovací inzerát v českém jazyce byl vydán 8. března 1794 v pražských *Poštovských novinách* Václava Matěje Krameria: „*Vdovec, zachovalý čtyřicátník, tímto oznámením hledá pannu za druhou manželku. Tato panna musí být křesťankou, musí mít dobré společenské vychování a musí býti v Čechách zřízena. Má býti mezi 20–30 léty, musí míti upřímné srdce, prostřední, dobře rostlou postavu, krásně vytvořené tělo, bílou pleť, bez každé tělesné vady, musí býti již po neštovicích, jež nezanechaly příliš mnoho stop po sobě, obeznalá v té domácí práci, jako v domácnosti vyžadují děti i muž, a musí býti zvyklá přiložiti sama všude ruce k dílu, kde by bylo toho potřeba*“ (Havlová, 2019).

Neskrývaný zájem o především dobře finančně zajištěného partnera obsahovala i seznamovací inzerce v době první republiky. Přestože byla poměrně běžnou záležitostí, nepronikla do všech časopisů tehdejší doby. Názory na ni byly různorodé, někteří mluvili o její potřebnosti a prospěšnosti, jiní ji odsuzovali. Ne všechny prvorepublikové inzeráty ale kladly důraz jen na majetkovou stránku. Přesto však bylo věno rozhodujícím měřítkem a podmínkou výběru. Takové svazky se často zprostředkovávaly také pomocí sňatkových kanceláří a byly pokládány za standardní, ačkoliv měly obchodní charakter. V této době se též významně změnila obec uživatelů seznamovací inzerce. Zatímco v jejích počátcích jimi byli téměř výhradně muži, později to byly především ženy, které začaly plně využívat svého částečného zrovnoprávnění ke svému prospěchu (Staněk, 1977, s. 49–55).

V roce 1948 byla seznamovací inzerce zakázána. Změnu podnítil časopis *Vlasta* roku 1963, když uveřejnil dopis osamělého lesníka toužícího po sňatku. Odepsalo mu více než 200 žen. Ještě v témže roce vyhlásily noviny *Obrana lidu* akci „Internát–armáda“, v níž šlo o zprostředkování seznámení mezi pracujícími dívkami žijícími v internátech a vojíny základní služby (Novák, 2012, s. 32–34).

3 Seznamování na internetu

Nástup internetu znamenal pro seznamovací inzerci značný rozmach. Roku 1995 byl spuštěn první internetový seznamovací portál *Match.com*¹. V roce 2019 existovalo

¹ Prvním českým internetovým seznamovacím portálem je server *Seznamka.cz*, fungující od roku 1996 (Skopová, 2015, s. 8).

odhadem již 8 000 internetových seznamek po celém světě (Online Dating Statistics & Facts, ©2003–2020).

Seznámit se online lze dnes třemi různými způsoby: na internetových seznamkách s osobními inzeráty, na porovnávacích webových seznamkách založených na algoritmech a s pomocí seznamovacích aplikací určených pro chytré telefony. Historie prvního způsobu začíná vznikem již zmíněného portálu *Match.com*. Následovalo spuštění dalších internetových seznamek, které poskytovaly širokou škálu možností publikování a prohlížení seznamovací inzerce a umožňovaly uživatelům vytvořit svůj profil a hledat potenciálního partnera. V současnosti existují nejrůznější typy internetových seznamek, jež mohou být i zaměřené na specifický okruh uživatelů (např. podle věku, náboženského vyznání, sexuální orientace) (Finkel et al, 2012, s. 10–11).

Počátek dalšího způsobu online seznámení se datuje do roku 2000 spuštěním seznamky *eHarmony*, vědecky vytvořené na systému shody založené na algoritmech (shody s kompatibilitou). Od klasických internetových seznamek se liší tím, že uživatelé musí vyplnit údaje týkající se jejich osobnosti, zájmů, hodnot a požadovaných vlastností partnera. Stránky pak data zpracují a vyhodnotí shodu s ostatními uživateli. Tyto seznamky také bývají většinou placené a účtují si mnohem vyšší měsíční poplatky než ty klasické, jejichž registrace je též často i zdarma (Finkel et al., 2012, s. 11).

Možnost seznámit se pomocí mobilní aplikace začíná v roce 2008, krátce poté, co společnost *Apple Inc.* zprovoznila obchod s aplikacemi *App Store*. Vývojáři aplikací tak mohli vytvářet softwarové programy (aplikace) pro mobilní telefon iPhone. Výrobci ostatních chytrých telefonů je brzy následovali a nyní existuje rozsáhlé spektrum seznamovacích aplikací, z nichž některé jsou populární po celém světě, např. *Badoo* či *Tinder*. Tyto aplikace často využívají sociální síť *Facebook* a lokaci, tedy geografickou polohu, a umožňují tak svým uživatelům zobrazit si profily lidí, kteří se pohybují v jejich blízkosti. Základní verze těchto aplikací bývají zdarma, mimoto však existují i prémiové verze, jež jsou zpoplatněny a obsahují mnohé nadstandardní funkce (Finkel et al, 2012, s. 11).

4 Komunikace na internetu

Počátky internetu² sahají do roku 1969, kdy vznikla síť ARPANET. Do České republiky byl zaveden až o několik let později, konkrétně 13. 2. 1992, a sice na České vysoké učení technické v Praze (Nováček, 2017). V současnosti je internet zcela běžnou záležitostí, lidé jeho prostřednictvím denně komunikují. Od osobní komunikace se liší tím, že svým uživatelům poskytuje anonymitu, sníženou podstatnost fyzického vzhledu, větší kontrolu nad časovým průběhem komunikace a snadné vyhledání nám podobných lidí (Konečný, 2011, s. 28). To s sebou přináší jistá pozitiva, ale také negativa (např. díky zmíněné anonymitě může snadno docházet ke kyberšikaně či kybergroomingu³). Verbální projev může oproti tomu elektronickému nabídnout jazykově bohatý a živý přednes se všemi souvisejícími prvky, jako jsou důrazy, gradace, významové pomlky a mnoho dalšího. Nezapustitelnou úlohu zde má komunikace neverbální, která dodává vyřčeným slovům patřičnou váhu a přesvědčivost. Písemná komunikace zase naopak nabízí možnost se vyhnout největším nedostatkům současného projevu, např. monotónnosti, slangu či nedbalé výslovnosti (Holečková, 2012, s. 16).

Jedním z nejzákladnějších a nejspecifičtějších znaků komunikace na internetu je disinhibice. Termín disinhibice vyjadřuje odložení zábran, ztrátu nebo překonání nesmělosti, plachosti a ostychu. V krajních podobách může jít o obcházení tabu a zákazů, tedy o jistou odvážanost či nevázanost na normy, jež může být až anomální. Na disinhibici se při internetové komunikaci podílí šest hlavních faktorů:

- a) anonymita (druhý neví, kdo jsme, můžeme tedy skrýt svou identitu),
- b) neviditelnost (druhý nevidí, jak vypadáme, jak se tváříme),
- c) asynchronicita komunikace (reakci si můžeme promyslet, protože ji lze odložit, není nutné reagovat hned),
- d) solipsistické introjekce (vše je v podstatě v naší hlavě, vytváříme si fantazie o tom, jak druhý vypadá, jak zní jeho hlas, takže si vytváříme fantazijní, nereálný svět),

² Internet je pojmenování celosvětového systému propojení počítačových sítí (sítí sítí), které jsou schopny navzájem si vyměňovat data na základě jednotného protokolu TCP/IP (Transfer Control Protocol/Internet Protocol) (Šmíd, 2009, s. 25).

³ Termín kybergrooming označuje chování uživatelů internetu (tzv. predátorů, kybergroomerů), které má v oběti vyvolat falešnou důvěru a přimět ji k osobní schůzce. Výsledkem této schůzky může být sexuální zneužití oběti, fyzické násilí na oběti, její zneužití pro dětskou prostituci, k výrobě dětské pornografie apod. (Kopecký, Krejčí, 2010, s. 14).

- e) neutralizace statusu (to, jaké postavení má komunikující v reálném světě, se stává vedlejším a nepodstatným),
- f) další účinky samotné interakce.

(Vybíral, 2005, s. 272–273).

4.1 Klady a záporny internetové komunikace

4.1.1 Klady

Mezi největší klady internetové komunikace patří její rychlost. Klasický dopis obdrží příjemce až po několika dnech, zatímco jeho elektronickou verzi, e-mail, během několika vteřin a kdekoliv na světě. Poplatky za připojení k internetu jsou v porovnání s cenou za mezinárodní telefonní hovor poměrně nízké. Podstatnou výhodou tohoto druhu komunikace je nesporně též možnost komunikovat s ostatními i na velké vzdálenosti, což stírá fyzické hranice mezi národy. Významné pozitivum představuje přístup k obrovskému množství informací, tedy i těch, které lze jinou cestou obtížně zjistit. Vyhledávat se dají na webových stránkách, pak se jedná o jednosměrnou komunikaci, kdy člověk komunikuje se strojem, nebo pomocí diskuzních skupin, kdy jde o obousměrnou komunikaci, při níž spolu komunikuje více lidí (Žemlička, 2003, s. 3–4).

Internet umožňuje uživatelům uspořádat si svůj volný čas, u některých profesí není ani nutné být fyzicky přítomen v zaměstnání a lidé mohou pracovat z domova. Lze se díky němu seznámit s lidmi, s kterými by to v reálném světě nebylo možné. Internet je jako celek decentralizovaný (nikdo jej nevlastní) a demokratický (lze zde zveřejnit názory, aniž by je někdo cenzuroval (Žemlička, 2003, s. 4).

4.1.2 Záporny

Internet je poměrně anonymní, což pomáhá stránkám různých extremistických hnutí, sexuálních deviantů, organizovaného zločinu, nejrůznějších podvodníků apod. Komunikace na internetu je svým způsobem chladná a odlidštěná, chybí zde fyzický a nevirtuální kontakt s druhou osobou. Jednoduchost a dostupnost bývá příčinou jejího nadměrného užívání či dokonce vzniku závislosti. S tím souvisí velké množství údajů nacházejících se na internetu, což může způsobovat až informační přesycenost.

Informace, které se na internetu nacházejí, jsou také velmi pomíjivé. Mezi negativa patří rovněž snadnost zfalšování veškerých internetových dat, ať už se jedná o webové stránky či o elektronické zprávy (Žemlička, 2003, s. 4–5).

4.2 Dělení internetové komunikace

Internetovou komunikaci lze dělit podle různých kritérií. Nejjednodušší a nejobecnější je dělení na jednosměrnou, individuální a hromadnou komunikaci. Jednosměrná komunikace probíhá od jednoho sdělujícího neurčenému (neomezenému) počtu oslovovaných, stejně jako např. televizní nebo rozhlasové vysílání. Individuální komunikace je komunikace obousměrná mezi jednotlivými účastníky, podobá se telefonickému hovoru nebo klasické poštovní korespondenci. Komunikace hromadná je vzájemnou komunikací mezi větším počtem účastníků a připomíná skupinovou debatu (Rybka, Malý, 2002, s. 13).

Jiné je dělení na základě toho, prostřednictvím čeho jsou informace předávány. Může to být pomocí textu (což je dnes většina online komunikace, např. e-mail, chat), obrazu (např. posílání obrázků, web), zvuku (např. zasílání zvukových nahrávek, různé programy pro přenos hlasu) nebo pomocí multimédií čili kombinací textu, obrazu a zvuku (např. web, videokonference). Toto dělení podává informaci o tom, které smysly jsou prostřednictvím virtuální komunikace zasaženy nebo využívány (Šmahel, 2003, s. 101–102).

Internetovou komunikaci je možné dělit také na synchronní a asynchronní. Při synchronní komunikaci musejí být komunikující strany připojeny k internetu ve stejný okamžik, komunikují spolu tak ve stejnou dobu. Zpráva, kterou sděluje jedna strana druhé, se okamžitě objevuje na obrazovce protější strany. Komunikace probíhá online neboli v reálném čase. Příkladem jsou různé chaty, diskuzní skupiny apod. U asynchronní komunikace není vyžadována momentální přítomnost u počítače. Komunikující strany si obvykle zprávu přečtou až poté, co se připojí k internetu. Příkladem takové komunikace je e-mail, e-mailová konference, webové nástěnky apod. Toto dělení však není striktní, ve většině případů lze příslušný nástroj komunikace zařadit do obou typů. Především nové nástroje komunikace jsou velmi univerzální a umožňují používat všechny její typy (Šmahel, 2003, s. 102–103).

4.3 Rysy internetové komunikace

Internetové texty se v mnohém shodují s klasickými psanými texty. Odlišují se zejména výrazným posunem k mluvenosti a spontánním utvářením vlastních norem psanosti. V souvislosti s elektronickou komunikací tak lze hovořit o mluvené psanosti, psané mluvenosti, psané konverzaci, mluvené korespondenci či o textech povrchově psaných a hloubkově mluvených (Jílková, 2017).

Pro prostředí internetu je typické zjednodušené sdělování, jež poznamenává jazyk syntakticky a sémanticky, ale i kompozičně a stylově. Většinu jazykových změn vysvětluje úspora času, zrychlení výměny informací a odklon od jazykové krásy ke komunikačnímu užítku. Mezi nejčastější příčiny ochuzování jazyka patří nedostatečně kultivovaná slovní zásoba komunikujících, jejich využívání jazyka jako „gesta“, výrazu odporu a vymezení se vůči konformním uživatelům spisovného či knižního jazyka. Svou roli zde také hraje, když účastníci reagují v komunikaci příliš rychle, bez rozmýšlení a bez korektur či pokud si osvojují společně sdílený jazyk s omezenou slovní zásobou, jež jim stačí, a ovlivňují se tak v tomto směru navzájem (Vybíral, 2005, s. 281).

Styl textů vznikajících v prostředí internetu bývá charakterizován spontánností, neformálností, vazbou na komunikační situaci a na probírané téma, dále také dynamičností, svázaností s plochou obrazovkou počítače nebo displeje mobilního telefonu, fragmentaritou, dialogičností, užíváním různých jazykových variet, emocionálností a vyjadřováním prozodických a nejazykových prostředků (Jílková, 2017).

4.3.1 Hypertext

Tzv. hypertextového odkazování, kdy jsou do textů vkládány odkazy na další texty, se v elektronické komunikaci využívá běžně, zvláště v některých jejích žánrech (Jílková, 2017). Pojem hypertext označuje skupinu textů, které jsou mezi sebou propojeny pomocí odkazů (linků), což umožňuje čtenáři procházet textem nelineárně, bez striktně definovaného počátku, konce i sledu textu. Princip hypertextu poprvé představil roku 1945 Vannevar Bush v článku *As We May Think*, v němž popisuje zařízení Memex (Memory Extender), umožňující ukládání informací a jejich vzájemné propojování. Se samotným termínem hypertext přišel v roce 1965 Theodor Nelson, který je zároveň autorem jeho první počítačové realizace (Marešová, 2006, s. 42).

Základem hypertextu jsou tzv. nody (uzly) a linky (hyperlinky, hypertextové odkazy). Nody jsou informační jednotky, jež se mohou lišit velikostí a obsahem, ale musejí být uzavřené a srozumitelné samy o sobě. Každý nod by měl představovat vnitřně koherentní bod v textu. K základním typům nodů patří introdukce, příklad, obsah a závěr. Podle lokalizace v textu se rozlišují dva typy nodů, a sice nod interní (autorský), v němž link vede k jiným nodům uvnitř daného autorského textu, a nod externí, u kterého link vede k jiným autorům kdekoliv v internetové síti. Tento typ v podstatě odpovídá poznámkám pod čarou v tištěném textu (Marešová, 2006, s. 43).

4.3.2 Diakritika

S vynecháním diakritiky se u komunikace na internetu lze setkat poměrně často. Zvláště v počátcích elektronické komunikace bylo v českém jazyce psaní bez diakritiky hojně užíváno proto, že psaní s ní mohlo působit příjemci textu problémy s porozuměním (Jílková, 2017). Počítačová komunikace totiž vyšla z amerického prostředí, takže se primárně opírala o tamější ortografický systém. Pisatelům, kteří chtěli napsat zprávu v jiném jazyce než v angličtině, se tak zpočátku nedostávalo potřebných grafických prostředků (Hladká, Šmilauer, 2006, s. 154). V současnosti je psaní s diakritikou v elektronické komunikaci většinou technicky bezproblémové, řada pisatelů však stále užívá psaní bez ní. Někdy se také jako její náhrada objevuje psaní spřežkové (Jílková, 2017).

4.3.3 Anglicismy

Při komunikaci na internetu je velmi časté užití nějakých cizojazyčných přejímeček, zvláště anglicismů, respektive internacionalismů⁴ z hlediska jejich mezinárodní rozšířenosti, včetně častých slov a slovních spojení citátových⁵ (Svobodová, 2007, s. 67). Anglicismus je jazykový prostředek převzatý z angličtiny do jiného jazyka nebo podle angličtiny

⁴ Internacionalismus je z hlediska slovní zásoby současných jazyků slovo nebo výraz (též frazeologický) vyskytující se současně ve více jazycích (nepříbuzných nebo ne blíže příbuzných) určitého jazykového a kulturního areálu (Martincová, 2017).

⁵ Jedná se o typ nevládních kompozit vznikající univerbizací slov v původním sledu, která pravidelně a frekventovaně stávají vedle sebe ve větné struktuře. Je to spřežka, jež je výsledkem frazeologické adverbializace (např. zblůhdarma, namoutěduši). Jejich tvoření spočívá v pouhém (mechanickém) spřežení syntaktického spojení slov (Bozděchová, 2017; Lotko, 2003, s. 106).

v něm vytvořený (Bozděchová, 2017). Po roce 1989 se anglicismy postupně staly součástí české slovní zásoby. Příčin k jejich užívání může být několik, např. vliv anglofonní kultury (hudba, filmy, počítačové hry atd.), studium angličtiny nebo možnost cestování (Mlčoch, 2005, s. 305). Důvodem k jejich užívání může být i to, že v současné době jsou tyto výrazy považovány za moderní. Zejména mladí lidé je berou jako součást své vzájemné komunikace. Určitou roli zde hraje také to, že užívaná slovní zásoba je přímo ovlivněna médii, které elektronickou komunikaci zprostředkovává (Svobodová, 2007, s. 67).

4.3.4 Zkracování

Zkracování⁶ je dalším charakteristickým rysem komunikace na internetu. Mezi pisatelem a adresátem zrychluje kontakt, takže napsaný text může být odeslán rychleji, a šetří místo, jež mají pisatelé např. SMS nebo chatových příspěvků k dispozici. Do textů jsou vkládány zkratky již dříve známé, ale i nové zkratky českých a anglických slov, které se postupně stabilizovaly a jsou dnes všeobecně srozumitelné (např. mmch – mimochodem, pls – please) (Jílková, 2017).

Běžná jsou také akronyma⁷, často převzatá z anglického jazyka. Mezi nejznámější anglická akronyma běžně používaná českými uživateli při komunikaci na internetu patří BTW (by the way), ASAP (as soon as possible) a další. Některá také využívají anglického spellingu, např. CU (see you) (Jílková, 2017).

Anglická akronyma také mohou být výrazným projevem jazykové hry, k čemuž se užívají typické kombinace písmen a číslic s příslušnou anglickou výslovností, např. sk8 (skate), gr8 (great), U2 (you too), F2F (face to face), 4U (for you), CUL8R (see you later), RUOK (are you ok?) (Hoffmannová, 2015, s. 76).

⁶ Jedná se o způsob tvoření slov, jehož motivem je větší ekonomičnost zkrácené podoby než existujícího nezkráceného pojmenování jednoslovného nebo víceslovného. Při zkracování se zároveň vytrácí explicitnost pojmenování, nutná pro jednoznačnost významu (Rusínová, 2017).

⁷ Akronyma neboli zkratky iniciálové vznikají z počátečních písmen částí víceslovných pojmenování, jsou tedy založené na čtení prvních písmen slov (Jelínek, 2017).

4.3.5 Vulgarismy

Internetové komunikaci se nevyhýbají ani vulgarismy. Pisatelé jsou totiž při vytváření příspěvků na internetu často bezprostřední, vyjadřují své pocity, momentální náladu a zaujímají (kritické) postoje k někomu nebo něčemu. Užívání vulgárních výrazů je však např. na internetových diskuzích výrazně regulováno nebo přímo zakázáno. Toto omezení bývá součástí souboru pravidel zvaného netiketa, tedy „etiketa na netu“. Pisatelé se těmto omezením ale různými způsoby brání, vulgární výraz proto např. mnohdy vyjádří opisem. Tato metoda je však poměrně náročná na čas a prostor, a tak bývá mnohem častější tzv. grafická eufemizace, kdy se např. jeden grafém vulgárního slova nahradí hvězdičkou nebo jiným grafémem (Jílková, 2017).

4.3.6 Iterace grafémů

Iterace grafémů je dalším běžným jevem v elektronické komunikaci. Nejčastěji se vyskytuje u těch grafémů, které lze prodloužit i v reálné mluvě. Pisatelé se k němu uchylují zejména tehdy, když chtějí svému textu dodat emocionální nádech (Jílková, 2017). Řetězce grafémů také kompenzují intonaci, nefonologickou kvantitu apod. Velmi často jsou užívány u citoslovcí, kde působí jako prostředek ke zvýraznění jejich emocionality. Nejčastěji se řetězí grafémy označující vokály, méně časté je pak u konsonantů. Frekventované je také řetězení interpunkčních znamének, zejména vykřičníků a otazníků (Hladká, Šmilauer, 2006, s. 156–157).

4.3.7 Nicky

Nick je označení pro přezdívku či přezdívkové osobní jméno používané v elektronické komunikaci především na internetu, např. na chatu. Výraz nick pochází z anglického nickname (přezdívka). Slouží jako nástroj zatajení pravé identity a je charakterizován jako součást elektronické identity uživatelů internetu (David, 2017).

Nick plní podobné funkce jako osobní jméno. Mimo již zmíněné slouží též k identifikaci, diferenciaci a individualizaci svého nositele, oproti standardní podobě osobního jména je v něm však přítomna i složka jazykové hry. Nick vzniká jako výsledek

autorovy snahy po sebe prezentaci. Jeho příznakem je invenčnost, neotřelost a exkluzivita (David, 2006, s. 27).

4.3.8 Emotikony

Emotikony jsou ikonické znaky napodobující lidskou mimiku, jež vznikly složením ze symbolů řady ASCII⁸. V současné elektronické komunikaci nejsou ničím neobvyklým. Jejich úlohou je rychle a výstižně vyjádřit ty aspekty komunikační situace mluveného projevu, které jsou běžně plněny prostředky neverbálními. Emotikony vyjadřují citové postoje mluvčího, pomáhají navázat a udržet kontakt s adresátem a přispívají k přesnější interpretaci projevu, u něž se nachází. Tím fungují často jako nadlehčení něčeho, co by se případně mohlo adresáta dotknout. V elektronické komunikaci může totiž mnohem častěji docházet k nedorozumění než v tradiční korespondenci. Užití emotikonů lze také pokládat za snahu o plynulejší komunikaci s rychlým vyjadřováním a s co nejmenší námahou. V neposlední řadě jsou používány také ve funkci aktualizací, tedy jako ozvláštnění textu (Hladká, Šmilauer, 2006, s. 157).

4.4 Jazykové funkce internetové komunikace

Základní jazykové funkce vymezil ve studii *Lingvistika a poetika* Roman Jakobson. Definuje zde funkci poznávací (zaměřenou na kontext), emotivní (zaměřenou na podavatele), konativní (zaměřenou na adresáta), poetickou (zaměřenou na formu sdělení), metajazykovou (zaměřenou na kód) a fatickou funkci (zaměřenou na kontakt). Jen těžko lze však najít jazykové sdělení, jež by plnilo pouze jedinou funkci (Jakobson, 1995, s. 78–81).

Jednotlivé komunikační situace v elektronické komunikaci mají rovněž více jazykových funkcí najednou a různou hierarchizaci. Nejcharakterističtější jsou pro ni však funkce poznávací, emotivní a fatická. Poznávací funkce je díky svému zaměření na obsah sdělení a předání informace dominující u všech typů elektronické komunikace (Bystrzycki, 2005, s. 21–22).

⁸ Jde o znaky běžně dostupné na klávesnici počítače nebo mobilního telefonu a lze je tedy vkládat do jakéhokoliv textu (Jílková, 2017).

Funkce emotivní neboli expresivní je soustředěna k mluvčímu, k vyjádření jeho postoje, emocí a vztahu ke sdělovanému obsahu. V elektronické komunikaci se projevuje používáním citoslovcí, velkých písmen a opakovaným užitím interpunkčních znamének. Expresivní funkci plní také emotikony, které často slouží k vyjádření nálady a postoje mluvčího (Bystrzycki, 2005, s. 23).

Fatická funkce zaměřená na kontakt je určena především k zahájení a zachování komunikace. V elektronických sděleních tvoří převažující část replik výpovědi sloužící k navázání kontaktu (např. pozdravy nebo uvozovací tázací formule), k udržování kontaktu (např. otázky) anebo k přerušování komunikace. Fatická funkce je vedle funkce poznávací do značné míry důvodem popularity elektronické komunikace, která konverzaci poskytuje notnou šíří a lehkost (Bystrzycki, 2005, s. 26–27).

5 Komunikace mužů a žen

Muži a ženy komunikují rozdílně: preferují jiná slova a úsloví, stejným slovům i větám dávají odlišný význam a jinak konverzují. Liší se též v gestikulování, mimice a intonaci. Rozdíly v komunikaci mužů a žen jsou patrné již od narození. Úsměv novorozeněte bývá považován za jednu z prvních snah o komunikaci, jež je u děvčat pozorována dříve než u chlapců. Mateřský jazyk si rovněž osvojují dříve, rychleji a lépe dívky než chlapci a nejinak tomu bývá i s jazykem cizím (Plaňava, 2005, s. 29).

V komunikaci i chování mužů a žen panují dodnes určité stereotypy. Tvrdí se, že ženy bývají citově zranitelnější, snadno se stávají hysterickými a pláčou nebo křičí. U mužů je pláč pokládán za projev slabosti. Jejich mluva bývá otevřenější a může obsahovat i hrubší výrazy, což je u žen považováno za nepatřičné. Každá společnost i každá doba si vytváří vlastní obraz ženství a mužství – souhrn očekávání, předsudků a společenských norem. Ženskou a mužskou roli tedy diktuje společnost. Zástupci obou pohlaví vědí, co se od nich tradičně očekává, a reagují na požadavky tím, že je buď přijímají, nebo odmítají. V tom případě pak mohou být nařčeni ze zženštilosti (jde-li o muže) či ztráty ženství (jde-li o ženu) (Decarli Valdová, 2004, s. 9–10).

5.1 Rozdíly v komunikaci mužů a žen

Nejpatrnější a nejlépe doložené jsou rozdíly v komunikaci mužů a žen na fonetické úrovni. K největším rozdílům zde dochází ve výšce hlasu a v tónu. Ženy také údajně zřetelněji a správněji vyslovují a co se týká intonace, střídají výšku hlasu dynamičtěji než muži a hovoří rytmičtěji. Živost jejich intonace souvisí s emocionálností projevu a citlivým reagováním na mezilidské vztahy. Odlišnosti bývají nacházeny také ve volbě intonačních vzorců. Zatímco muži dávají přednost klesavým intonacím, u žen převažují stoupavé, jež znějí tázavě. Tento rys bývá interpretován jako projev ženské zdvořilosti a submisivnosti. Jejím znakem je i silnější tendence k užívání zdvořilostních otázek a intenzifikačních prostředků. Znalost syntaktických pravidel bývá podle výzkumů u mužů a žen v podstatě stejná (Čmejková, 1995, s. 45–46).

Co se týká lexika, ženy údajně více hovoří o sobě a o vlastní zkušenosti, užívají tak častěji osobní zájmena. Převažují u nich také slova z okruhu pocitů a motivací a jejich slovník je výraznější v oblasti emocionálního hodnocení. U mužů jsou to naopak slova označující destruktivní činnosti, klení a nadávky. Existují tedy určité výrazy, které užívají ve své mluvě spíše muži nebo spíše ženy (Čmejková, 1997, s. 150).

Z hlediska výběru řečových aktů mají ženy větší sklon používat nepřímé a zahalené řečové akty (např. otázky místo direktivních výpovědí nebo místo odpovědí). Muži naopak více diskutují, pronášejí více tvrzení a vyjadřují častěji svůj názor (Čmejková, 1995, s. 46–47). Komunikace obou pohlaví s okolím je rovněž rozdílná. Muži obvykle bývají na veřejnosti hovornější, zatímco ženy komunikují aktivněji spíše v soukromí. Pro ně je totiž komunikace způsobem, jak ustanovit vzájemné spojení, vyjednávat o vztazích a porovnávat zkušenosti. Muži oproti tomu používají komunikaci jako prostředek pro prokázání své nezávislosti a potvrzení sociální pozice v hierarchickém systému (Fárová, 2013, s. 19).

Patrné jsou i mnohé stylistické rozdíly. Jazyk mužů se například jeví jako relativně přímý zvláště v důsledku četnějších příkazů. Je strohý a častěji se v něm vyskytují eliptické věty vypouštějící sloveso. Má rovněž osobní ráz, je hodnotící a instrumentální (odkazuje více na kvantitu a místo výskytu) a vyskytují se v něm více již zmíněné příkazy. Jazyk žen se jeví naopak jako relativně nepřímý, čemuž nasvědčuje častější užití výše uvedených nepřímých řečových aktů. Lze jej hodnotit také jako rozvinutý (užívání úplných delších vět), neosobní a emocionální. Hojnější je též výskyt opozit, sloves vyjadřujících nejistotu a vymezování (Janoušek, 2015, s. 190).

Nepřímost při konverzaci žen s ostatními může být prostředkem k zakrytí vlastní soutěživosti či snaha o sebeprosazení, které jsou jinak typické spíše pro muže. Tato lingvistická strategie se může na první pohled jevit jako vyjádření solidarity, ve skutečnosti však může být ztvárněním moci. Nepřímé sdělení totiž není jen znakem neschopnosti vznášet požadavky, ale i uměním tyto požadavky sdělit nepřímou cestou, tedy bez příkazu, což je spíše atributem moci než jejího nedostatku (Fárová, 2013, s. 19).

Mnohé výzkumy ukazují, že muži se chápou slova častěji než ženy, jejich repliky jsou delší a stávají se častěji podkladem replik následujících. Muži také ostřeji přerušují řeč žen, ale sami jimi nechtějí být přerušováni. Konverzační chování mužů a žen však nevyplývá tolik z pohlaví mluvčího, ale z typu jeho osobnosti a snahy dominovat. Nová témata do rozhovoru vnášejí spíše ženy a muži je buď přijmou a dále je rozvíjejí, nebo přejdou k jiným. Závisí to na míře kooperativnosti a pozornosti, kterou jim věnují. Více než ženy si totiž dovolují témata konverzace ignorovat a hovořit o něčem jiném. Ženy jsou naopak kooperativnější než muži, o čemž svědčí vyšší frekvence souhlasných signálů v jejich řeči, povzbuzujících zvuků a pokyvování hlavou a přitakání. Jsou více interakční a pomáhají mužům témata jejich hovoru udržet, rozvinout a završit (Čmejrková, 1995, s. 47).

6 Inzerce z hlediska stylistiky

Inzerátem označujeme krátký inzertní slohový útvar. Má funkci sdělnou a v různé míře také výzovou, ovlivňovací, přesvědčovací a získávací (Minářová, 2011, s. 158). Na problematiku zařazení inzerátu do konkrétního funkčního stylu existují rozličné názory. Nejčastěji se o inzerátu hovoří jako o žánru publicistického nebo administrativního funkčního stylu, ale lze se setkat i s tvrzením, že se jedná o žánr na pomezí těchto dvou stylů.

Čechová (1989, s. 9) ve své studii *Charakteristika administrativního stylu* poukazuje na to, že některé textové útvary překračují rámec administrativní oblasti a užívá se jich i v oblastech jiných. Inzerát zde uvádí jako administrativní útvar vyskytující se též v publicistice. Tvrzení, že inzerát je slohový útvar společný pro administrativní a publicistickou komunikační oblast, pak Čechová prezentuje také ve stylistických příručkách *Stylistika češtiny* (1991, s. 197), *Stylistika současné češtiny* (1997, s. 174) a *Současná česká stylistika* (2003a, s. 201). V publikaci *Čeština – řeč*

a jazyk však Čechová (2000, s. 380) mluví o inzerátu už jen jako o získávacím slohovém útvaru publicistického funkčního stylu.

Ve výše zmíněných stylistických příručkách definuje Minářová (1991, s. 219; 1997, s. 194; 2003, s. 241) inzerát jako útvar zpravodajského typu publicistického funkčního stylu. V *Novém encyklopedickém slovníku češtiny* jej označuje jako žánr zpravodajského žurnalistického stylu (Minářová, 2017). Ve *Stylistice pro žurnalisty* však Minářová (2011, s. 158) podotýká, že se styl inzerce někdy blíží více stylu administrativnímu a jindy při výraznějším působení inklinuje k žurnalistice, a sice k publicistickému stylu analytickému. Jako již výše zmíněný zpravodajský žánr publicistického stylu vymezuje inzerát rovněž Mistrík (1997, s. 468). Do publicistického funkčního stylu řadí inzerát ve studii *Funkční styly dnes* též Chloupek (1994, s. 63).

Styl inzerátu se vyznačuje jazykovou strohostí, heslovitostí vyjádření a přemírou zkratk. Přílišná sevřenost vyjádření tak může někdy neinformovanému čtenáři bránit v porozumění. I když mívá inzerce ustálené kompoziční schéma, vždy se typově mění podle místa zveřejnění. Jiné jsou inzeráty v denním tisku a jiné např. na reklamních tabulích s průvodní grafikou (Minářová, 1997, s. 194).

6.1 Prolínání funkčních stylů

V současné komunikaci je charakteristickým stylovým jevem stále sílící prolínání prvků různých stylů napříč stylovými sférami. Tyto přesahy stylů a neostře hranice mezi texty souvisejí s míšením žánrů, s přechodnými stylovými typy textů a se vznikem hybridních slohových útvarů. Jedná se o důsledek nedodržování a porušování dosavadních konvenčních stylových norem. Častá je také intertextualita, případně vnášení subjektivity do odborného vyjadřování, o čemž svědčí např. prvky úvahy v objektivizovaných žánrech a útvarech nebo ekonomičnost komunikace vedoucí k nekontextovosti. Ve stylovém rozpětí českého jazyka lze pozorovat prostupnost rysů jednotlivých žánrů, jejich prolínání, rozvolňování některých vžitých modelů textu a utváření nových. V komunikační praxi jsou stále více viditelné přesahy typických rysů určitého žánru nebo útvaru do jiných stylových sfér, než je pro ně charakteristické. Vznik a vývoj stylů je proto třeba chápat jako nepřetržitý proces (Minářová, 2011, s. 105).

Přechody mezi různými stylovými útvary nejsou ale pouze záležitostí posledních let. Příkladem je esej na pomezí vědeckého a uměleckého, případně vědeckého

a publicistického stylu, kterou psali už například František Xaver Šalda či Otokar Březina. Také styl administrativní s regulativní a operativní funkcí má značný průnik s jinými věcnými styly. Jedním z nich je odborný funkční styl, jehož funkční sféra byla od té administrativní oddělena teprve v průběhu vývoje české stylistiky. Až téměř do konce osmdesátých let byla administrativní oblast podřizována oblasti odborné, případně ztotožňována se sférou projevů prakticky odborných. Společná je po ně funkce prakticky zpravovací, přičemž některé praktické odborné texty mohou mít stejně jako texty administrativní i funkci operativní. Průnikové, přechodné pásmo existuje také mezi administrativním stylem a odborným stylem vědeckým i dalšími modifikacemi odborného stylu. Příkladem je právní a ekonomická (hospodářská) sféra, kde hranici mezi nimi lze stanovit jen podle převažující funkce. Společné rysy se stylem odborným a administrativním má též komplexní styl učební. K prolínání dochází též u stylu administrativního a publicistického. Pojí je funkce sdělovací a konativní (Čechová, 2003b, s. 291–292). Jak již bylo zmíněno výše, inzeráty se pohybují na hranici obou těchto funkčních oblastí, a proto budou dále oba styly blíže specifikovány.

6.1.1 Administrativní funkční styl

Administrativní styl patří do věcných objektivních stylů s odbornou funkcí sdělovací, regulativní a operativní. Komunikace tohoto stylu je náročná na dodržování norem z obsahového i formálního hlediska. Administrativní komunikáty by totiž měly být věcně správné a bez nežádoucích informačních výpustek, tedy i jednoznačně a účelně stylizované a formálně bezchybné (Čechová, 2008, s. 230–232).

Textová výstavba administrativní komunikace bývá velmi pevná. V rovině syntagmatické a syntaktické se projevuje úsilí po stereotypním úsporném, ale jasném a jednoznačném vyjádření. Typické je poměrně zhuštěné vyjadřování jednoduchou větou s vyšší frekvencí jmenných konstrukcí. Běžné je také užívání pasivních konstrukcí. Morfologická stránka textů bývá spisovná, užívá se tvarů neutrálních nebo i knižních. Odchylky od spisovné kodifikace nemívají motivaci v touze pisatele po originalitě či lepší výstižnosti, ale jde často o neznalost kodifikačních pravidel. Vedle hovorových prvků se tak mohou objevovat i hyperkorektní výrazy, analogické tvary či záměny slov podobného znění nebo společného původu (Čechová, 2008, s. 234–235).

Administrativní projevy mají díky svému zaměření na fakta oproti jiným funkčním stylům vyšší frekvenci jmen a naopak nižší frekvenci určitých slovesných tvarů. S důležitostí faktografických údajů souvisí též zvýšený výskyt číslovek a číslovkových výrazů. Charakteristická jsou také deverbativní adjektiva. Funkci administrativních textů odpovídá i lexikální stránka. Věcnosti sdělení se dosahuje citově neutrálními a jednoznačnými pojmenováními, často i víceslovnými. K přesnosti přispívají též termíny. Snaha o rychlost zpracování a ekonomičnost vyjádření vede v rovině lexikální k častému užívání zkratk, zkratkových slov, jejich odvozenin a značek. Užívají se i univerbizované výrazy, profesionalismy a slangismy (Čechová, 2008, s. 235–236).

V oblasti administrativní je patrná značná žánrová rozmanitost. Uplatňuje se zde celá řada slohových útvarů a žánrových forem. Podle způsobu vyjadřování se administrativní projevy dělí na útvary textové a heslovité. Textové útvary jsou zpracovány formou souvislého vyjadřování a jejich syntaktická stavba je úplná, i když textová soudržnost bývá slabší. Heslovité útvary uvedené vlastnosti nemají, jsou schematické, bez vypracování souvislosti a často bývají členěné do rubrik, jež nahrazují členění do odstavců, případně vět. Patří sem např. různé soupisy, dotazníky, inventární a jiné seznamy, školní vysvědčení a poštovní tiskopisy (Čechová, 1989, s. 8–9).

Nejpříznačnější žánrovou formou administrativy je úřední dopis, který zaujímá centrální místo mezi projevy administrativní povahy. K běžným útvarům pak patří žádost, životopis, posudek a dopis instituci (Čechová, 1989, s. 9–10). Nejširší použití má z administrativní oblasti zase zpráva, oznámení, pozvánka a referát. Regulativně-operativní texty lze dále vnitřně členit podle toho, zda v nich převládá informační a dokumentární zaměření (např. zpráva, oznámení, hlášení, smlouvy a protokol), normativní a direktivní (např. zákony, vyhlášky) nebo propagační zaměření (např. pozvánky, plakáty a zmíněné inzeráty) (Čechová, 2008, s. 238).

6.1.2 Publicistický funkční styl

Publicistický styl představuje nadřazené označení pro stylové ztvárnění všech žurnalistických textů. Plní funkci informativní, persvazivní, působící a ovlivňovací a člení se dále na dílčí styly zpravodajský, publicistický styl v užším smyslu neboli analytický styl a publicistický styl beletristický. Pro publicistický styl je charakteristické

těsné sepětí celé stylové oblasti s dobou. Vyskytují se zde osobité výrazové prostředky publicistické stylové vrstvy, jež se nazývají publicismy. K nim patří např. pojmenování jednoslovná i víceslovná či ustálené frazémy. Publicistický styl je založen na spisovném jazyce, zároveň však tvoří významný zdroj jeho proměn (Minářová, 2008a, s. 244–250).

Mezi hlavní typy výrazových prostředků psané i mluvené žurnalistiky náleží prostředky automatizované a automatizující se a prostředky stylové aktualizace, respektive aktivizace. Publicistický styl využívá obou typů těchto výrazových prostředků. Jedním z nich je například obrazné vyjádření, jež plní nejen funkci informativní, ale jazykovému projevu navíc dodává živost a naléhavost, a poutá tak čtenářskou pozornost. Prostřednictvím obrazů se také ukazuje kladný nebo záporný vztah autora k sdělovanému obsahu. Častým opakováním však aktualizace postupně podléhá opět automatizaci (Minářová, 2008a, s. 251).

Ve slovní zásobě publicistiky lze najít spoustu pojmenovávacích jednotek odrážejících dobu. Jde nejčastěji o jednoslovná nebo víceslovná pojmenování, případně ustálená spojení často užívaná v různých oblastech, kde jsou součástí příslušné terminologie. Vztah k době představuje i užití hodnotících adjektiv, která s příslušným substantivem vytvářejí ustálená spojení, jež přecházejí až v novinářská klišé. Na některé publicismy lze také nazírat jako na slova módní, kdy běžná slovesa bývají doplněna novými předponami a často dochází i k jejich hromadění (Minářová, 2008a, s. 253–254).

Příznačné je též užití frazeologických a idiomatických jednotek. Přísloví, rčení a pořekadla často procházejí nejrůznějšími inovacemi a jsou uplatňována v nových souvislostech. Charakteristické je i nedokončení frazémů, tedy např. nedopovězení celého rčení nebo přísloví. Mimo proměn se uplatňuje i postupné rozvíjení známých frazémů a výroků (Minářová, 2008a, s. 254–256).

Existují také parenteze⁹, které lze označit za specificky publicistické. Jsou jimi parenteze vyjadřující postoj jiných. Tyto prostředky vnášejí do publicistických projevů bezprostřednost sdělení a naléhavost argumentu, celý projev oživují, a proto se jeví jako prostředek stylové aktivizace. Připomínkou myšlenek významných osobností a odvoláním se na trvale platné hodnoty lidové frazeologie nebo na rozmanitá okřídlená rčení je zvýrazněna získávací a přesvědčovací funkce. Jde také o projev tendence opírat se o názor autority a uplatnit cizí poznatky (Minářová, 2008a, s. 258–259).

⁹ Parenteze neboli vsuvka je jazykový výraz, který je vložen do nějaké věty a strukturně s ní nesouvisí (Karlík, 2017).

Kromě stylově aktivních nebo automatizovaných jazykových prostředků se v publicistice uplatňují i mnohé další, například vytýkáci opis či konstrukce s nepůvodními předložkami. Získávací a uvědomovací funkci v publicistickém stylu podporují též prostředky signalizující kontakt s adresátem, k nimž patří imperativ, věty tázací, zvolací a práci a řečnické otázky. Rozšířeným jevem jsou i nepravé věty vedlejší či hromadění genitivních konstrukcí. Informační a persvazivní působení žurnalistických textů je umocněno záměrným uplatněním emocionálních a expresivních výrazů. Pro současnou publicistickou komunikaci jsou zároveň charakteristická i přejatá slova (Minářová, 2008a, s. 259–262).

6.2 Styl reklamy a inzerce

Inzerce bývá často díky své specifčnosti vymezována současně s reklamou také jako styl sekundární. Sekundární styly mohou být od stylů primárních buď odvozené, nebo jde o styly, které se k nějakému primárnímu stylu přimykají a mají s ním některé společné rysy. Jsou jimi také styly stojící na pomezí dvou nebo více stylů s přesahy do jiných stylových sfér (Minářová, 2008b, s. 100).

Vymezit hranici mezi reklamou a inzerátem bývá často poměrně nesnadné a nejednoznačné. Komunikát je pokládán za inzerát, pokud v něm nepřevažují reklamní prvky. Může přitom jít o inzertní zprávy nebo oznámení (nabídkové či poptávkové), a to psané nebo mluvené. Aby inzerát i reklama plnily své funkce, měly by být po věcné stránce úplné, po stránce výstavby přehledné a jasné a stylizačně jednoduché a srozumitelné (Čechová, 2008, s. 240).

Rozdíl mezi reklamou a inzerátem spočívá v tom, že oproti stylové podobě současné reklamy inzerát většinou postrádá výraznou persvazi, expresivitu a obraznost vyjádření. Strohý a racionální text neobsahuje metaforičnost, ani hru s jazykem (Minářová, 2011, s. 158). Právě cílená persvaze (tedy působení, přesvědčování, získávání a ovlivňování) a výrazná informativnost jsou základními a typickými funkcemi reklamních textů. Překračuje-li přijatelnou hranici, dochází k manipulaci s adresáty a reklama se stává osobitým typem manipulativního textu. Zvolené jazykové prostředky a celkový styl reklamních textů plyne ze zamýšlené funkce a cíle komunikace (Minářová, 2011, s. 152).

Stylizace reklamního textu a užití jazykových prostředků jsou kromě funkce ovlivněny také mnohými stylovými faktory. Mezi ně patří např. typ adresáta neboli tzv. cílová skupina, k níž reklamní text směřuje. Může jít o široký okruh adresátů, nebo o jednotlivce určitého věku a sociálního zařazení. Volbu výrazů ovlivňuje také snaha o bezprostřednost a působivost, u psané reklamy vytvoření verbální stránky navazující na stránku vizuální. Rozhodující je také stručnost, výstižnost sdělení, přehlednost a jasnost textu (Minářová, 2011, s. 152).

Autoři reklamních textů volí jazykové prostředky s cílem ozvláštnit text, jazykově jej aktualizovat a upoutat neobvyklostí vyjádření. Časté jsou opakované argumentace, pointa a nápodoby známých výroků. Stylovou vrstvu reklam tvoří např. přirovnání, která mohou být metaforická i metonymická a mohou přecházet až v alegorii, jež se uplatňuje zvláště v delších reklamních textech. Oblíbeným prostředkem v reklamě je také tažená metafora, k níž dochází při rozvíjení obrazného vyjadřování v několika po sobě jdoucích větách. Jako kontaktní prostředek se využívají řečnické otázky. Často se lze setkat též s hromaděním otázek a odpovědí, doprovázenými opakováním, jehož základem je anafora, epifora nebo epanastrofa. Typické je opakování nejen slov, ale i částí vět nebo větných konstrukcí. Mnoho reklamních textů je založeno na personifikaci. Intenzitu apelu a persvaze zesilují věty imperativní, výzvové. Ve stylu reklamy se lze setkat se všemi typy frazémů, včetně jejich nejrůznějších obměn. Charakteristické jsou i výrazně intenzifikující, specifikující a hodnotící adjektivní přívlastky či užití adjektiv v superlativu. Jádro tvoří obvykle reklamní slogany, které bývají často rýmované a slouží jako základ pro logo (Minářová, 2011, s. 153–157).

7 Seznamovací inzerát jako typ textu

Seznamovací inzerát je poměrně vyhraněným typem textu¹⁰ s malým rozsahem, přesto však u něj figuruje komunikační plán či strategie založená na soustavě složek komunikační situace, podnětů k tvorbě textu, záměrů a cílů autora. Uplatňují se zde rámce, jimiž jsou poznávací a myšlenkové struktury spjaté s určitým typem životních situací, zde tedy s potřebou prezentovat sám sebe a navázat partnerský kontakt. Do značné míry tak podmiňují sémantickou strukturu textu. U seznamovacího inzerátu také

¹⁰ Typ textu představuje soubor určitých vlastností textového vzorce společných určité skupině příbuzných textů (komunikátů) (Kořenský, Hoffmannová, Müllerová, Jaklová, 1999, s. 39).

funguje textový vzorec¹¹, jenž určuje skladbu textu z jednotek, zachycuje podobu exponovaných míst a určuje nejprůzračnější výrazové prostředky daného typu textu (Hoffmannová, 1985, s. 123).

7.1 Charakteristika textového typu seznamovacího inzerátu

Seznamovací inzerát jako textový typ vyrůstá z motivační problémové situace, jejímž hlavním rysem je osamělost autora textu a jeho touha získat partnera. Tomu také odpovídá obsažené lexikum, jehož některé prvky mohou být zvláště frekventované. Z tohoto modelu problémové situace vzniká určitý sled fází řešení problému, a sice snaha uvědomit si a zformulovat, jaké jsou představy autora o partnerovi, o způsobu seznámení, o vzájemném vztahu a společném životě atd. (Hoffmannová, 1985, s. 114).

V tomto typu psaného textu je role adresáta významná, ten je přitom poměrně konkrétně charakterizován, autor se tak snaží na něj maximálně zapůsobit. Na rozdíl od dopisu nebo telegramu je však adresát pro autora neznámý, což jeho strategii značně komplikuje. Seznamovací inzerát je textem informačním, neboť autor poskytuje adresátovi informace o sobě, a zároveň textem aktivizačním, výzvodným, jelikož žádoucí adresát se má ozvat a navázat kontakt s autorem, a tím teprve bude dosaženo vlastního cíle produkce textu. Je rovněž textem s výrazným cílovým a instrukčním zaměřením (často obsahuje instrukce např. k poslání fotografie). Pro charakteristiku komunikační situace¹² má u tohoto typu textu velký význam i kontext, tedy skutečnost, zda je inzerát otištěn v inzertní rubrice v novinách či na seznamovací platformě na internetu. Skupiny inzerentů se pak liší způsobem sebehodnocení, představami o partnerovi i o budoucím vztahu, hierarchií hodnot, mimo jiné i věkem či životní etapou, ale také svými komunikačními záměry¹³ (Hoffmannová, 1985, s. 114–115).

¹¹ Textovým vzorcem se nazývá ustálené, komunikačními normami fixované schéma výstavby určitého typu textu a konfigurace jeho funkčně definovaných prvků (hierarchie textových jednotek, některých rysů jejich vnitřní struktury, jazykových, ev. i mimojazykových prostředků) (Kořenský, Hoffmannová, Müllerová, Jaklová, 1999, s. 144).

¹² Jde o společenskou situaci, v níž dochází ke komunikaci. Je to kombinace komunikačně relevantních faktorů, jimiž jsou počet účastníků komunikační události, jejich sociální a komunikační charakteristiky a vzájemné vztahy, typ kontaktu, časové zařazení komunikační události a charakteristiky jejího průběhu a další složky společenské situace (Kořenský, Hoffmannová, Müllerová, Jaklová, 1999, s. 132–133).

¹³ Komunikační záměr neboli intence je snaha komunikanta ovlivnit v průběhu komunikační události partnera, utvářet jeho postoje, city, psychický stav, vzájemné vztahy, způsobit změnu ve vlastní informovanosti nebo v informovanosti partnera (Kořenský, Hoffmannová, Müllerová, Jaklová, 1999, s. 133)

Pro seznamovací inzerát jako typ textu jsou charakteristické následující údaje, seřazené přibližně podle klesajícího stupně závaznosti:

- a) pohlaví,
- b) věk,
- c) výška (ev. daleko řidčeji váha),
- d) místo, kde autor, respektive hledaný adresát, žije,
- e) vzdělání (především zkratky SŠ, VŠ),
- f) povolání (ev. titul),
- g) momentální životní situace,
- h) osobní vlastnosti, dispozice,
- i) zájmy,
- j) hmotné statky, majetek,
- k) údaje o předpokládané oblasti společné realizace partnerů, konkretizované někdy i časovým určením,
- l) představa o způsobu seznámení, ev. o typu budoucího vztahu,
- m) podmínky navázání kontaktu, formulované s různým stupněm závaznosti.

(Hoffmannová, 1985, s. 119).

Z těchto nejfrekventovanějších složek obsažených v textu seznamovacího inzerátu je patrné, že se při jeho stylizaci ve vědomí autora i při příjmu ve vědomí adresáta aktualizují dva těsně spojené rámce, tedy fixované struktury vědomostí, informací a zkušeností spjatých s určitými životními a komunikačními situacemi, a sice sebecharakteristika autora a dosavadní zkušenosti z partnerských vztahů, představy o nich a o hledaném partnerovi (Hoffmannová, 1985, s. 119).

Textový vzorec tohoto typu textu by měl obsahovat následující komponenty:

- a) vztah k nadřazenému vzorci – ke vzorci inzerátu bez bližší specifikace,
- b) skladbu textu z určitých jednotek – zde je zcela závaznou jednotkou, výrazně oddělenou od vlastního textu, značka (tvoří jakýsi dílčí celek, kde jsou vlastnosti celého typu textu koncentrovány s ještě větší zhuštěností a výrazovou naléhavostí),
- c) instrukční, procesuální aspekt, který by měl být zachycen a připojen k textovému vzorci v podobě instrukce,
- d) některé charakteristiky výrazové stránky (Hoffmannová, 1985, s. 119–120).

8 Obsahová stránka seznamovacího inzerátu

Seznamovací inzerát je oproti inzerátu komerčnímu, který bývá poměrně rychle zpracován odborníky v oblasti propagace, napsán laikem, zpravidla po dlouhém rozhodování a úvaze. Inzerát bývá také limitován prostorem, a proto se jeho pisatel snaží obvykle uvádět hodnoty, jež sám považuje za prioritní. Cílem není poskytnout informace, které by oslovily co největší počet čtenářů, ale motivovat toho jednoho správného k pokusu o navázání kontaktu. Pisatel k tomu volí jazykové prostředky, jež vedou u čtenáře k navození pozitivních asociací a konotací. S tvorbou textu tak autor vytváří i svou image, přičemž se snaží o potlačení negativních představ a naopak zdůraznění těch pozitivních a žádoucích. Funkce informací uváděných v seznamovacím inzerátu je proto primárně apelová a persvazivní (Vlčková, 2010, s. 154).

Seznamovací inzeráty mají víceméně ustálenou formu, přesto však jejich interpretace nemusí být vždy jednoznačná a může vyžadovat opakované čtení. Strategie se v podstatě neliší od strategie komerční, kde lze identifikovat následující komponenty, vyjádřené anglickou zkratkou AIDA¹⁴: Attention = upoutání pozornosti, Interest = vzbuzení zájmu o pokračování ve čtení, Desire = touha navázat kontakt, Answer = odpověď. Z toho vyplývá, že nejdůležitější je počáteční část inzerátu, která také bývá v novinách například vytištěna tučně či jinak graficky zdůrazněna (Vlčková, 2010, s. 155).

Text seznamovacího inzerátu tvoří specifická frazeologie a kódování, jejichž chápání a interpretace je závislá na čtenářově kulturním zázemí. Obsahová náplň seznamovacího inzerátu bývá omezena na základní informace, které jsou obvykle podány v následujícím pořadí:

1. autor a jeho popis,
2. aktivita, záměr,
3. označení partnera a jeho popis,
4. účel, za jakým je inzerát podán.

Často však informace v inzerátech nepokrývají celé toto spektrum, někdy se omezují buď jen na popis autora, nebo naopak pouze na popis partnera (Vlčková, 2010, s. 155).

¹⁴ Obdobou tohoto modelu je model pojmenovaný zkratkou ADAM: Attention, Desire, Action, Memory. Liší se tím, že klade důraz také na to, aby si příjemce autora inzerátu i zapamatoval (Pravdová, 2002, s. 178).

9 Metodologie

Teoretické poznatky práce vycházejí z pečlivého prostudování odborné literatury. Cenným zdrojem pro popis historie seznamovacích inzerátů byla kniha Josefa Staňka z roku 1977 *Zn. "Jen upřímně a vážně": Hierarchie hodnot v seznamovacím inzerátu*. Nepostradatelné byly rovněž stylistické příručky a publikace zabývající se elektronickou komunikací.

Praktická část práce se zaměří na jazykovou analýzu seznamovacích inzerátů vybraného internetového seznamovacího portálu. Tento typ textu patří v lingvistice stále mezi méně probádané. Na inzeráty bude nahlíženo z hlediska jednotlivých jazykových rovin. Materiálovým východiskem práce jsou inzeráty mužů a žen z internetového seznamovacího portálu *Rande.cz*. Samotný sběr inzerátů probíhal od léta roku 2019 do jara roku 2020, a to pouze z kategorie „*Vážná seznámení*“. Vzorčky však nebyly sbírány náhodně, jednalo se o pečlivý výběr těch inzerátů, které by mohly být z lingvistického hlediska zajímavé a pro danou jazykovou analýzu přínosné (tedy obsahovaly např. gramatickou nebo pravopisnou chybu či neotřelé obraty a lexikum). Součástí analýzy bude též zjistit, zda existují nějaké rozdíly mezi inzeráty mužů a žen. Pozornost bude věnována také nejčastějším výrazům, jež autoři inzerátů užívali ke své sebecharakteristice.

Celkem se podařilo nashromáždit 434 inzerátů, přičemž 224 inzerátů je psaných ženami a 210 psaných muži. Internetová seznamovací stránka *Rande.cz*, ze které byl materiál nasbírán, bude v následující kapitole pro představu, jak takové virtuální sbližování vypadá, blíže prezentována.

10 Charakteristika zvoleného seznamovacího portálu

Seznamovací server *Rande.cz* byl spuštěn v roce 1999 a za dobu jeho existence jej využily již statisíce lidí. Uživatelé, kterým musí být nejméně 16 let, se zde nejdříve zaregistrují a vyplní si svůj profil. Na základě zvolených kritérií jim pak web vyhledá pomocí speciálního algoritmu potenciální vhodné partnery, jež mohou poté oslovit prostřednictvím vzkazů. Vyjma některých prémiových služeb je registrace a užívání seznamky zcela zdarma (*Rande.cz*: O nás, ©2000–2020).

Inzeráty, které na tento portál uživatelé vkládají, se řídí určitými pravidly. Text musí být smysluplný a musí odpovídat kategorii inzerátu. Nesmí obsahovat hrubý jazyk, propagaci ani komerční nabídky. Inzerát se zveřejní rovněž na stránkách *Seznamka.cz*. Jeho délka je limitována pěti sty znaky (Rande.cz: Pravidla pro inzeráty, ©2000–2020).

Rande.cz neposkytuje pouze samotné seznámení za účelem vztahu, ale i jen na dopisování, cestování, doprovod na koncert či do divadla a podobně. Nabízí proto dvanáct kategorií s dalšími podkategoriemi, které nasměrují hledajícího na inzeráty podle jeho zájmů a úmyslů. Jsou jimi kategorie *Vážná seznámení*, *Nezávazný flirt*, *Cestujme spolu...*, *Pojďme...* (*do kina, na koncert, do divadla...*), *Zájmy*, *Spolujízda*, *Dopisování, přátelé*, *Výměna partnerů*, *Tanec*, *Sport*, *Různé* a *Češi v zahraničí* (Rande.cz: Seznamka na Rande, ©2000–2020). Pro účely analýzy byly sbírány pouze inzeráty z kategorie „*Vážná seznámení*“ a jejích podkategorií „*On hledá ji*“ a „*Ona hledá jeho*“.

11 Jazyková analýza

Všechny inzeráty jsou uvedeny v původní, nezměněné podobě. Analýza nezohledňuje, zda je inzerát psán s diakritikou, či bez ní. Řada pisatelů totiž na internetu komunikuje podobně jako při psaní krátkých textových zpráv na mobilním telefonu. Objevovaly se též varianty, kdy část inzerátu byla psána s diakritikou a část bez ní.

11.1 Inzeráty „On hledá ji“

Z kategorie „*On hledá ji*“ bylo ze serveru *Rande.cz* získáno 210 inzerátů.

11.1.1 Ortografická rovina

11.1.1.1 Překlepy a redundance slov

Přestože seznamovací inzerát bývá textem předem připraveným, lze zaznamenat i čtyři inzeráty s překlepy, které budou ale patrně způsobeny jen nepozorností pisatelů. Roztržitost může být příčinou i redundance slov, kdy autor inzerátu napsal určité slovo dvakrát.

*Co je malé, to je milé... ;-) Najdu Tě v reálném světě, nebo patříš pouze do říše pohádek, mezi neexistující bájně bytosti? (...)*¹⁵

*(...) Uvítám dívku z Břeclavska, **Hodininska**, případně Brněnská. **Díl** a mějte se.*

*(...) Najde **su** tu, ta pravá?*

*(...) Zpočátku hledám spíše kamarádství, občas vyrazit třeba na kafe a pokecat. Snažím se lidi **nepřed** poznat. (...)*

*Která z vás chce změnit **život život** naruby a vnést do života novou jiskru a začít úplně nový život s někým, kdo by to rád uskutečnil, ale samotnému se to nedaří. (...)*

Hledám i nabízím objetí, porozumění, partnerství, příjemně strávené chvíle. Rád bych se zas na někoho se těšil. (...)

11.1.1.2 Interpunkce

Více než polovina nasbíraných inzerátů z této kategorie obsahovala interpunkční chybu. Z 210 inzerátů psaných muži jich mělo celkem 124 chybně (či vůbec) umístěnou čárku. V některých se přitom často vyskytovalo i více interpunkčních chyb najednou. Hojně byly též inzeráty s naprostou absencí interpunkce.

Ahoj rád bych si přál najít lásku a vztah na celý život Hledám vážný krásný vztah plný důvěry radostí věrností atd Jestli máš dítě není překážkou nevadí mně děti :) rád je příjmu jinak je mi 26 let nepiji Alkohol nekouřím rád vařím mám rád romantiku procházky kino přírodu atd rád se připojím k tvým koníčkům hledám vážný krásný vztah abysme oba byli šťastný měli se rádi a jednou spolu žily šťastně atd klidně napiš více si napíšem děkuji budu se těšit na tvou odpověď

Je mi 47 let bez závazku pracuji bydlím na baráku hledám vztah miluji moře sluníčko pavel

Jiné inzeráty zase obsahovaly interpunkční znaménko (čárku) na místě, kde být nemá. Tam, kde by správně být mělo, naopak chybělo.

*Ahoj, rád bych tu poznal, hodnou a milou ženu . **Nevím jak** začít, pokud zde hledáš člověka, co tě rád někam vezme, večer ti občas uvaří, nebojí se práce, rozesměje tě :)*

¹⁵ Tento znak (...) znamená pokračování inzerátu.

a dokáže Ti být oporou, tak napiš. Rád se s Tebou seznámím. Můžeme začít kamarádstvím a pak se uvidí.

Častým jevem byly také inzeráty, jejichž interpunkce byla sice správná, avšak za danými znaménky scházela mezera. Jelikož je text inzerátu na portálu *Rande.cz* limitován pěti sty znaky, lze tento jev chápat jako snahu pisatele o jejich úsporu.

Zdravím ty,co si toto budou číst.Velmi rád bych zde našel slečnu, která by se mi líbila jak vzhledově,tak i svým způsobem myšlení,měla by mít poprsí č.3 a více,mohla by být empatická,schopná určité tolerance a vytvoření kompromisu.Uviděli bychom,kam by to mezi námi směřovalo a podle toho bychom mohli být spolu,každopádně bych nebyl proti něčemu dlouhodobému.Jsem 24letý mladík, který zde sice nemá fotografii,ale snad by to nebyl problém vyřešit přes email.Inzerátů je zde spousta,tak nevím,ale snad.

11.1.1.2.1 Spojovník/pomlčka

Rozlišování spojovníku a pomlčky činí mnoho pisatelům problémy. Ve třech inzerátech neužili spojovník k oddělení spojky *-li*, která se připojuje ke slovesu stojícímu na začátku věty. Na místě, kde se naopak píše pomlčka, byl až 41krát chybně napsán spojovník. Nejčastěji se jednalo o vyjádření rozsahu, když seznamující uváděli požadovaný věk hledané partnerky. Obvyklá byla tato chyba též při psaní pomlčky (nesprávně spojovníku) jako náhrady za čárku.

*(...) Docela akční člověk, nemám rád nudu. **Chceš li** být kamarádkou nebo láskou, nebo jen batůžek na motovýletě tak písni. Budu se těšit.*

*(...) **Žiješ li** v Ústí je ti maximálně do 40 let třeba se zrovna míváme a padmem si do oka ;-)*

*(...) **Máš li** čas ozvi se. Dítka není pro mě žádná překážka. Vlastním zahradu tu v Hradci kde mám pergolou a bazén a trávím svůj veškerý čas. (...)*

*(...) Já VŠ elektro, široký rozhled i přizpůsobivost (od zedničení přes zahradu, árie Gotta, astrofyziku až k politické ekonomii). Ty **25-50** hodná, šmrncovní, rozumná a citlivá ateistka. (...)*

*Ahoj zatím **neznámá- chci** tě poznat. Pokud máš ráda výlety, sport, kino, divadlo, rockové koncerty, nebojíš se výšek a chceš poznat obyčejného kluka, ozvi se mi. Roky utíkají, vztahy **byly- i když** ten poslední hodně bolestivý. (...)*

11.1.1.3 Velká písmena

Pravopis velkých písmen je všeobecně problematickým jevem. Ačkoliv seznamovací inzerát nepatří mezi texty, kde by se častěji vyskytovaly případy, u nichž by mohlo být sporné, zda napsat velké, či malé písmeno, v daném vzorku byl chybný pravopis velkých písmen zaznamenán celkem devětkrát. Šlo zejména o nesprávný zápis kraje, z kterého pisatel pocházel. V jednom případě to bylo však i vlastní jméno autora inzerátu.

*Ahoj najdu tady hodnou holku která je taky sama a chce to změnit , tak mi napiš :-) .. jen s **jihocheského** kraje.*

*Hledám pohodovou holku z **plzeňska** na prožití společných prázdnin. Ale může se stát že nikdy neskončí.*

*(...) nejlíp Hradec Králové a východní **čechy** snad tu jsi i když pochybuji když se rozhodneš mi napsat nezapomeň na tvůj kontakt*

*Ahoj.-) Půl království za usměvavou, sympatickou Ženu se smyslem pro humor, nejlépe z **Jihu** Čech, ale není podmínkou. (...)*

*Bloudíš-li jako osamělá **Večernice** vesmírem a ráda bys přistála na šťastné planetě, pak není nic jednoduššího než mi napsat. (...)*

*A JE TO TU! Přišel podzim! A zase se blíží **vánoce**! Proto se synem školákem hledáme (i na jeho přání) štíhlou ženu či maminku s dětmi podobného věku, (...)*

*Našla by se tady i 1 žena pro mne-rozvedeného, prý sympatického **zliňáka**?*

*Pohladím te dlaní mou,bud mou touhou jedinou .Hledam zenu ze **Stred. cech** ,Prahy a okoli co me opravdovou,uprimnou a fer laskou naplni. (...)*

*Je mi 47 let bez závazku pracuji bydlím na baráku hledám vztah miluji moře slunicko **pavel***

11.1.1.4 Zdvojené souhlásky

Dva inzeráty z celkových 210 obsahovaly chyby týkající se zdvojených souhlásek.

*(...) Jsem pohodář, **tolerantnní**, upřimný a férový.Je mi 37. Jsem vysoké plnoštíhlé postavy. Přeji krásný den.*

*Bloudíš-li jako osamělá **Večernice** vesmírem a ráda bys přistála na šťastné planetě, pak není nic **jednoduššího** než mi napsat. (...)*

11.1.1.5 Předpony s-, z-, vz-

Ve čtyřech inzerátech také použil autor chybnou předponu, a sice u expresivního slovesa *sbalit (někoho)*, slovesa *zhlédnout (film)* a u substantiv *zpráva* a *vztah*.

*Ahoj ženy, dívky slečny, za svůj krátký život, sem stačil založit firmu, darovat krev, milovat se s dvěma dívkami najednou, **zbalit** zlatokopku, která mně opustila, když sem ji na zahradě dál do ruky lopatu a ukázal ji kde má začít kopat, (...)*

*Rád se seznámím s ženou...výlety, kultura, turistika, kolo atd...pohoda a **shlédnout** film a sklenka vína...jiskra i sympatie i víc. (...)*

*Ahoj jmenuji se Tomáš je mi 27 let a chtěl bych vážný vztah s nějakou milou holčinou (bližší info ve **spravach**)*

*Je mi 51/172 hledám tady přítelkyni postavově jako ja , najdu tě tady? Nabízím pěkný **vstah**.*

11.1.1.6 Důraz

Pokud chtěli pisatelé nějaké slovo či větu v inzerátu zdůraznit, užíli k tomu velkých písmen.

*26 letý profesionální řidič autobusu hledá obyčejnou, ale hlavně **VĚRNOU, PRAVDOMLUVNOU** slečnu (...)*

*(...) Život mi nabídl vše, co jsem si přál, teď už **ČEKÁM JEN NA TEBE**. (v odpovědi nezapomeň prosím napsat email)*

*Rád bych zde našel **TEBE!!!** Tebe, příjemnou, milou, sympatickou a pohlednou blondýnku, černovlásku nebo brunetku z Brna ve věku 28-38 let, (...)*

*(...) Jsem chlap se zlatým srdcem, tak jestli chceš, tady mě máš. 48/182/85). Prosím pouze holky z **PRAHY**.*

***HLEDÁM TEBE**, ale vymyšlení inzerátu vegetariánovi, abstinenci, vzhledu příjemně nevzhledného moc nejde, (...)*

***A JE TO TU!** Přišel podzim! A zase se blíží vánoce! Proto se synem školákem hledáme (i na jeho přání) štíhlou ženu či maminku s dětmi podobného věku, (...)*

*(...) **PRACOVNĚ** trávím hodně času u počítače, nemám moc zájem o dopisování. Budu se těšit na vaši odpověď. fotku zašlu na email*

11.1.2 Morfologická rovina

11.1.2.1 Substantiva

Problematickým byl pro pisatele inzerátů 1. a 4. pád množného čísla podstatných jmen.

(...) ***zájmi** hudba kolo příroda.*

*Nasad' mi na chvíli, do břicha **motýli**.* (...)

(...) ***zájmi** jízda na kole příroda procházky, hudba.*

*Vyučený kuchař, který má rád divadlo, **psi**,* (...)

Vyskytla se i jedna chyba u substantiva s předponou vý-.

*Ahoj,najde se zde sympa'anda na pokec,kolo,grilování,nebo podniknout nějaký **vílet**?*

(...)

V jednom inzerátu též užil autor nesprávný tvar 7. pádu jednotného čísla.

(...) *podporovat se v těžkých chvílích...do ted' by to znělo jako přátelství.Stačí okořenit...společným **probouzení**, tulením u filmu, zamilovanými pohledy, myšlenkami na společnou budoucnost, vášnivými chvílkami a je z toho vztah.* (...)

Opakovanou však byla chyba v substantivu *e-mail*, která se nacházela hned v několika inzerátech. Příčinou může být neznalost pisatelů rozdílu mezi slovy *email* a *e-mail*, respektive neuvědomění si, že *email* znamená něco jiného než druh elektronické komunikace.

(...) *(v odpovědi nezapomeň prosím napsat **email**)*

(...) *Základní info třeba přes **email** a více u kávy a osobně.* (...)

(...) *Jsem 24letý mladík, který zde sice nemá fotografii, ale snad by to nebyl problém vyřešit přes **email**.* (...)

(...) *Budu se těšit na vaši odpověď. fotku zašlu na **email***

*Ahoj, rád poznám slečnu kolem Prahy , věk do 30 let, můžete mne kontaktovat na **email***

(...) *foto samozřejmě mám a rád zašlu do **emailu***

(...) *Jsi boubelka a nechceš být už sama tak se mi ozvi a napiš svůj **email**.* (...)

(...) *Pokud máš zájem, tak mi napiš na **email*** (...)

(...) *Můžeme si napsat několik **emailů**, nebo popovídat po telefonu. (...)*

(...) *nekuřák, alkohol málo...rozhled,nadhled...více osobně, **emaily**...*

11.1.2.2 Adjektiva

Chyby byly zaznamenány ve čtyřech inzerátech u tvrdého typu složené deklinace adjektiv, jejichž vzorem je přídavné jméno *mladý*.

Čerství pětatřicátník touží po ženě, která ví co je partnerství, láska a opora. (...)

Osamělí sportující pohodář ,by se rád seznámil .

(...) *Jsem SŠ, sympatický, pohledný, štíhlé postavy, finančně i hmotně zajištěný, 100% zdraví.*

(...) *najde se zde pro mě dívka 18-32 let která by chtěla vážný vztah s výhledem na založení rodiny můžeš být i těhule nebo mamina s **malím** závazkem (...)*

11.1.2.3 Pronomina

Častou obtíž působilo skloňování osobního zájmena *já*.

(...) *pokud to máš stejně bydlíš také v Ústí nad Labem schází ti vše stejně jako **mě** je ti mezi 25-40 lety napiš*

(...) *Kdyby se tady tak našel chlap který by nebyl zadáný, naopak byl pracovitý bez dluhů s vlastním bydlením, pomáhal by **mě** pravidelně s nákupem i v domácnosti, občas **mě** uvařil něco dobrého, (...)*

(...) *Jinak jsem svobodný bez závazků, s lidmi komunikuji normálně, na seznamku píši protože se pracovně s moc ženami nesečkám a riskovat trapný omyl na veřejnosti se **mě** moc nechce. (...)*

*Mám obavy, aby kvůli **mě** nějaká slečna na prvního máje neuschla :-O Rád bych s tím něco udělal ;-)*

(...) *Pokud bys se o **mě** ráda dověděla něco víc, napiš, budu se těšit...*

(...) *rád bych našel fajn ženu, přiměřeného věku ke **mě** na vážný vztah se kterou bych si rozuměl. (...)*

(...) ***Mě** je něco málo přes 30let, (...)*

(...) *Pokud chceš o **mě** vědět víc tak neváhej a písni pár řádků, které určo potěší. (...)*

(...) *Něco málo o **mě**. Obyčejný kluk z vesnice, který má rád zábavu, výlety (...)*

(...) Je **mě** 41 let, jsem 187cm vysoký normální postavy. (...)
(...) Když se o **mě** budeš chtít dozvědět něco víc, ozvi se, budu rád.
(...) něco o **mě** - bydlím v bytě 1+1 pracuji v marketu jako prodavač nepiju nekouřím (...)
Chtel bych najít ženu na cestu životem je **me** 46 let Plzeň. (...)
(...) Děti **mě** nevdají sám dva kluky. Jsem v rozvodovém řízení s ex nežijí 2 roky ,děti vyřešené jezdí ke **mě** každý duhy víkend jen bohužel termín rozvodů v nedohlednu.
(...) **Mě** je 28 let, mám rád techniku, přírodu, zvířata (hlavně kočky) i historii. (...)
(...) Alkohol **mě** nechutná. Mám 2 pejsky. Pracuji vedle domu ve své strojírenské firmě a baví **mně** to. (...)

Ve dvou inzerátech se dopustili pisatelé chyby rovněž u skloňování osobního zájmena *ona*.

*Sympatický a dobře zabezpečený pohodář hledá sympatickou a inteligentní holku do 40 let, která nechce být sama a vysedávání u internetové seznamky **jí** neuspokojuje. (...)*
*(...) Chtěl bych najít někoho komu bych mohl být oporou a štěstím a dávat jí najevo jak moc o **ní** stojím a jak moc miluji. (...)*

Problémové bylo též skloňování přivlastňovacích zájmen.

*(...) odpovídejte mi na tento inzerát vzájemně podle sympatií a v případě s fotkou děkuji moc a budu se těšit na **vaší** odpověď.*
*(...) více si napíšem děkuji budu se těšit na **tvoji** odpověď*
*Princezny jsou jenom v pohádkách a život žádná pohádka není, ale jsou lidi, kteří si přejí, aby se jejich život pohádce co nejvíce podobal a jsou slečny, které chtěly být princeznou a já bych rád jednu takovou, která by byla mojí princeznou, chtěl opatrovat. Abychom si žili **svoji** vlastní pohádku, (...)*
*Hledám v tomto magickém prostoru, veselou a optimistickou ženu (40-50let) štíhlejší postavy, pro kterou i Mistr Kouzel (183/80) zahodí **své** kouzla a čáry, neb v běžném životě s kouzelnou ženou nebudou potřeba. (...)*

11.1.2.4 Numeralia

Problematické byly pro seznamující složené číselné výrazy. Z daného vzorku 210 inzerátů lze zaznamenat 16 s jejich chybným zápisem.

(...) *Já jsem **40-ti letý**, soběstačný, spolehlivý, se sportovním duchem a vlastním zázemím. (...)*

***26 letý** profesionální řidič autobusu hledá obyčejnou, ale hlavně **VĚRNOU**, **PRAVDOMLUVNOU** slečnu - paní, která nemá potřebu lítat po hospodách, a myslí na rodinný život..*

*Ahoj.. jsem svobodný bezdětný muž bydlící sám v Brně a hledám touto cestou spolehlivou, pohodovou, upřímnou a společenskou ženu do **50-ti** let z Brna a okolí. (...)*

(...) *Jsem z venkova, pracuji na směny a mám **10. leté** dítě, a myslím že i zdravý rozum.*

(...) *Jsem urostlý **23 letý** muž z Prahy hledající slečnu, co nepohrdne procházkou, výletem do přírody ba někam dál. (...)*

*Dobrý den, Pracující,**27 letý** muž hledá k sobě ženu na společnou cestu životem. (...)*

*Jsem **39 léty** introvertní kluk najde se zde pro mě dívka 18-32 let která by chtěla vážný vztah s výhledem na založení rodiny (...)*

(...) *Mě je něco málo přes **30let**, štíhlé **170cm** vysoké postavy, mám rad vylety, procházky přírodu celkově, (...)*

(...) *Jsem rozvedený s vyřešenou minulostí a **12 letou** dcerou, kterou mám co 14 dní na víkend, případně dle domluvy. Je mě 41 let, jsem **187cm** vysoký normální postavy. (...)*

(...) *Jsem rozvedený a mám **6 letého** syna, kterého 2x týdně hlídám odpoledne. (...)*

(...) *Odpovím **IHNED** všem na **101%**...! Děkuji*

(...) *Libí se mi menší, drobnější, snad pro pocit, že si Tě chráním, ale i při **90kg** jsem víc filozof než svalovec (brýle), tak nic nepředjímám. (...)*

*Ahoj, jsem štíhlé postavy, mladšího vzhledu **40let**, bydlím i pracuji v Praze, jsem vysoký **187cm**, hnědé vlasy na krátko, jsem nekuřák. (...)*

Vyskytl se i inzerát s chybným skloněním číslovky dvě v sedmém pádu.

*Ahoj ženy, dívky slečny, za svůj krátký život, sem stačil založit firmu, darovat krev, milovat se s **dvěmi** dívkami najednou, (...)*

11.1.2.5 Verba

Ve dvou inzerátech byly chyby ve shodě podmětu s přísudkem.

(...) *Že by všechny dívky z Hradce **byli** zadané? (...)*

(...) *hledám vážný krásný vztah abysme oba byli šťastný měli se rádi a jednou spolu žily šťastně* (...)

Překvapivě nejednou se objevila chyba v rozkazovacím způsobu slovesa *ozvat se*.

(...) *Jsi veselá aktivní žena tak se ozvy a pokud máš třeba i dítě i tak se neboj napsat sice děti nemám ale mám je rád a když stojím o nějakou ženu tak sevším co k ní patří.* (...)

(...) *tak pokud tu jsi ozvy se mi čekám tu na tebe, jinak mně je 36 let jsem z L*

(...) *Mě je něco málo přes 30let, štíhlé 170cm vysoke postavy, mám rad vylety, procházky přírodu celkově, ozvy se, vše ostatni můžeme probrat třeba u kávy PS: dítě neni překážka*

Ve třech inzerátech byl místo správného tvaru podmiňovacího způsobu přítomného užit chybný, přičemž u dvou z nich se jednalo o hyperkorektní tvar *by jsi* a *by jsme*.

(...) *rád se připojím k tvým koníčkum hledám vážný krásný vztah abysme oba byli šťastný měli se rádi a jednou spolu žily šťastně atd klidně napiš více si napíšem děkuji budu se těšit na tvojí odpověď*

(...) *Srdíčko mám velké, však prázdné jest. Pokud by jsi ho časem dokázala zaplnit, budu rád když napíšeš.*

Hledám fajn ženu,na trávení volného času.Pokud by jsme si sedli i něco více.Najde su tu,ta pravá?

11.1.2.6 Adverbia

Tři inzeráty obsahovaly chybný zápis příslovcí.

HLEDÁM TEBE, ale vymyšlení inzerátu vegetariánovi, abstinentovi, vzhledu příjemně nevzhledného moc nejde, tak jen napíšu, že se hledá zajímavá holka bez závazků a to ideálně na pořád. (...)

(...) *hledám ženu co to má v hlavě srovnané a ví co od života v budoucnu očekává ;-)* vše v celku mám jen tu druhou polovičku postrádám... (...)

Krásné léto všem. Pokouším se najít letní lásku se vším všudy a nejen na léto, ale na pořád. (...)

11.1.2.7 Prepozice

Ve čtyřech inzerátech se vyskytla chybná předložka či scházela mezera mezi předložkou a následujícím slovem.

Ahoj najdu tady hodnou holku která je taky sama a chce to změnit , tak mi napiš :-) .. jen s jihočeského kraje.

*Hledám holku na vážné seznámení je mi 39 let. Třeba i **zvesnice** , zájmi jízda na kole příroda procházky, hudba.*

*Ahoj hledám partnerku ale nějak chodíme každý po jiném chodníku seš **natom** stejně pod si napsat a půjdem na kafe těší se Fanda.*

*(...) Jsi veselá aktivní žena tak se ozvy a pokud máš třeba i dítě i tak se neboj napsat sice děti nemám ale mám je rád a když stojím o nějakou ženu tak **sevším** co k ní patří. (...)*

11.1.3 Syntaktická rovina

11.1.3.1 Zvláštnosti a nepravidelnosti ve větne stavbě

Z odchylek od pravidelné větne stavby lze v inzerátech nalézt anakolut.

*Ahoj najdu tady hodnou holku která je taky sama a chce to změnit , **tak mi napiš** :-)* .. jen s jihočeského kraje.

V jednom inzerátu se vyskytla též atrakce.

Přeji krásný den ;-) slibů a lží jsem zažil plno ;-(existuje ještě v dnešní době úplně normální obyčejná žena která touží po lásce upřímnosti a **vzájemnému** porozumění? (...)

V šesti inzerátech byla zaznamenána elipsa.

*(...) Je velká náhoda a štěstí potkat (**elipsa neurčitého zájmena někdo**), kdo k člověku patří. (...)*

*(...) Mě je něco málo přes 30let, (**elipsa slovesa být**) štíhlé 170cm vysoké postavy, mám rad vylety, procházky přírodu celkově, (...)*

Rád bych poznal touto cestou kamarádku na psaní výlet , povídání u kafe a časem kdoví.

*Děti mě nevadí sám (**elipsa slovesa mít**) dva kluky. (...)*

(...) Můžeme si nejdříve vyměnit trochu textu a pak se někde sejít. Budu se těšit (**elipsa předložky na**) tvoji zprávu :-)

Život je příliš krátký na (**elipsa ukazovacího zájmena to**) abychom ho trávili sami.

Nemyslím si, že je nejlepší být osamoceným Robinsonem na ostrově. Hledám v Praze štíhlou (**elipsa substantiva žena**), nejlépe mezi 50 a 55 let. (...)

Běžným jevem byla také vsuvka neboli parenteze.

Nezapadám do stáda, nehoním se za hloupostmi konzumu a přece mi ke spokojenému životu někdo chybí ... Třeba jsi to zrovna ty - aspoň trochu střelená (**nudný sucharky neberu :-P**), ale přesto rozumně uvažující ženská, která jako životní prioritu nemá skříň plnou bot.

Hezké dny. Nejsem fanda AZ-kvíz medailonů, takže upřímně. Přátelé mi nikoho nedohodili a na placený weby js hamoun (**lepší projíst a propít**). Jako váha nevím, co chci, a všechno mi trvá. Do toho jsem mírný hypochondr a blábolil. Menší, bezdětný, VŠ, 31 a další drobné charakterové vady. Ve vztahu do sebe musí zapadnout mnoho aspektů. Na ulici taky nelze hned zjistit, že je to pošuk :D. Plusové bludišťačky za 0 dětí a váhu a výšku (**kulantně řečeno**) výrazně nepřesahující mé vlastní tělesné parametry.

Hledám... usměvavou pesimistku pro hezčí život. Lásku a kamarádku v jednom balení. Holčinu mladou. Nemám (**zatím?**) děti, viš. Která mi dá volnost (**i proto budu milovat jen tebe**). (...)

(...) Měj se zatím moc krásně a užívej života. Protože věz, že: Život je jako krásná kniha. Nemá cenu pro toho, kdo neumí číst... (**bohužel již více nejde napsat, ale slibuji, že příště o sobě napíšu mnohem více**)

(...) Určitě jsem dost citově založený (**bývá to dost na škodu**) a do vztahu jdu vždy naplno. A JE TO TU! Přišel podzim! A zase se blíží vánoce! Proto se synem školákem hledáme (**i na jeho přání**) štíhlou ženu či maminku s dětmi podobného věku, na obsazení volných míst nejen u jídelního stolu, ale hlavně v našich srdcích na cestě životem. (...)

(...) Život mi nabídl vše, co jsem si přál, teď už ČEKÁM JEN NA TEBE. (**v odpovědi nezapomeň prosím napsat email**)

V šesti inzerátech byla též zaznamenána apoziopeze (nedokončená výpověď). Mimo klasických tří teček, kterými se graficky vyjadřuje, psali seznamující i tečky jen dvě nebo čtyři a pět.

(...) *Odpovědi typu: Ahojky, Jak se máš , apod navíc bez foto jsou na. . . . Jsem z venkova, pracuji na směny a mám 10. leté dítě, a myslím že i zdravý rozum.*

Pokud se tu objeví nějaká normální holka, ať dá o sobě určitě vědět. Je to zřejmě výzva platná navěky, ale kdyby náhodou... Pouze Plzeňačka, single, ještě bezdětná. (...)

(...) *Hledám v Praze štíhlou, nejlépe mezi 50 a 55 let. Nenaplněný čas nám už nikdo nevrátí, tak s tím něco udělejme. Nemám se špatně, ale.....*

(...) *Podnikám a mám své zázemí. Tak kdyby se náhodou nějaká taková našla..... :-)*

(...) *Abychom si žili svojí vlastní pohádku, překonávali překážky jako v pohádce a byli si tak vzájemnou oporou se šťastným koncem jako ... (...)*

(...) *vzal mě do kavárny nebo na taneček kde jste už dlouho nebyla, o víkendu někam na procházku nebo výlet do přírody, k vodě, lesa na houby, uměl se smát i pohládit, nebyl vlezlý ani žárlivý... Ne to není možné, to je utopie a nebo že by..*

V daném vzorku byl rovněž přítomen inzerát s postponovaným přívlastkem shodným.

*Hledám... usměvavou pesimistku pro hezčí život. Lásku a kamarádku v jednom balení. **Holčinu mladou.** (...)*

11.1.3.2 Pozdrav

Nejčastějším pozdravem bylo v daném vzorku prosté *ahoj* (až 49krát). Ve dvou inzerátech se objevila jeho expresivní podoba *ahojky*. Vyskytl se též pozdrav *dobrý den* a jeho modifikace *krásný den* a *hezký den*. Pět inzerátů pak začínalo pozdravem *zdravím* a jeden pozdravem *zdarec*.

11.1.3.3 Oslovení

Mimo pozdravu tvořilo úvodní frázi inzerátů též oslovení. Mnohdy bylo součástí již zmíněného pozdravu. Mezi oslovenými se opakovalo *milá neznámá* i s jeho obměnami.

Milá neznámá, rád bych Tě pozval na cestu životem, po které zatím kráčím sám. (...)

Ahoj milá neznámá, Jsem urostlý 23 letý muž z Prahy hledající slečnu, co nepohrdne procházkou, výletem do přírody ba někam dál. (...)

Ahoj milá neznámá, čistě z nedostatku příležitostí bych se s tebou zde rád vážně seznámil ;) (...)

Ahojky mladá neznámá, rád bych poznal milou a příjemnou inteligentní dívku, (...)

Ahoj neznámá, hledám touto cestou milou dívku z Prahy, Středočeského kraje či Moravy ve věku od 20 do 30 let na společné trávení volného času a vážný vztah. (...)

Ahoj zatím neznámá- chci tě poznat. Pokud máš ráda výlety, sport, kino, divadlo, rockové koncerty, nebojíš se výšek a chceš poznat obyčejného kluka, ozvi se mi. (...)

Ženo, pojď spolu mluvit, smát se, cestovat, sdílet vše hezké i to ostatní, být si parťákem, partnerem, pevným bodem, na který se můžeš spolehnout. (...)

Ahoj milé princezny, najde se konečně nějaká odvážná z vás, která mě zbaví věčné samoty, třeba polibkem. Jsem rozv., bez závazků, s vyřešenou minulostí. (...)

Hezký den dámy, hledám nekuřačku která žije aktivním způsobem. (...)

Milé dámy, je tu k seznámení muž 46 let mlád, VŠ, střední postavy (183/95), s vypořádanou minulostí, bez závazků, (...)

Milé dámy, uvařte si kafičko nebo voňavý čaj, sedněte si pohodlně do křesla a zasněte se. Kdyby se tady tak našel chlap který by nebyl zadaný, naopak byl pracovitý bez dluhů s vlastním bydlením, (...)

Milé slečny, ženy, hledám pohodovou ženu, dívku na vážný vztah. (...)

Zdarec slečny, přidá se někdo dnes nebo zítra na Prýgl? (...)

Ahoj ženy, dívky slečny, za svůj krátký život, sem stačil založit firmu, darovat krev, milovat se s dvěma dívkami najednou, zbalit zlatokopku, (...)

Ahoj všem holčínám ženám, jsem obyčejný klučina žijící obyčejným životem..... práce, domov, zábava, jen tá láska mi pořád nějak chybí. (...)

Tak osobo co tohle čteš....Jsem jaký jsem, velmi těžko se moje relativně komplexní osobnost bude kolektovat do pár vět zde. (...)

Zdravím všechny nezadané holky, slečny a ženy. Jednu z vás hledám. :-D (...)

Zdravím všechny obyvatele této seznamky :-D vypisuji výběrové řízení na holku, která by byla ukecaná, energická a která by měla ráda filmy, seriály tak jako já. (...)

11.1.3.4 Otázka

Poměrně často tvořila text inzerátu řečnická otázka. Inzerát doplňovala buď na začátku, nebo na jeho konci, mnohdy však bylo znění celého inzerátu omezeno pouze na jednu tázací větu.

Najde se nějaká dobře vypadající (štíhlá), rozumná a spolehlivá žena? Jsem nekuřák, všestranný, velmi aktivní, sportovně založený - kolo, lyže snowboard, tenis, fitness, brusle....., rozvedený a bezdětný. (...)

*(...) Fotku sem nedám, není problém poslat, ostatně – každá druhá se tu kasáte, jak vám na vzhledu nezáleží, alespoň si tedy ověřím, esli náhodou nekecáte. **Tak kdo se nebojí?** Jsem citově založený romantik a chci dát všechnu svoji lásku štíhlé ženě, která by mi lásku chtěla oplatit láskou. **Jsi tu?***

*Hledám fajnovou pohlednu ženskou pro život...**najdu...??***

Nahodou nějaká sympaticka slečna (26-40) by se tu našla?

Sympatická a vtipná žena?

11.1.3.5 Téma

Při sběru daného vzorku inzerátů bylo vyzorováno, že pisatelé často téma textu svého inzerátu uzpůsobovali aktuálnímu dění či období. Pokud tedy autor zveřejnil inzerát např. v létě, motivem k jeho seznámení pak byla společná dovolená.

Mám obavy, aby kvůli mě nějaká slečna na prvního máje neuschla :-O Rád bych s tím něco udělal ;-)

Začínají prázdniny a čas dovolených tak proč cestovat osaměle. Našla by se Slečna z Opavska pro různé výlety a společné akce? Kamarádsky vztah nebo i více do 34 let

Ahoj, zvládneme ještě dovču o prázdninách? Letní kino? Výlet? Pavel

Léto v plném proudu, co s tím uděláme??? Já samostatný, nezávislý motorkář s pár kily navíc, hledám partnerku nejen na motorku a uvezeme určitě i nějaké to dítko navíc. Brno-venkov nebo i jinde???

Léto ve dvou a snad nejen léto?

A JE TO TU! Přišel podzim! A zase se blíží vánoce! Proto se synem školákem hledáme (i na jeho přání) štíhlou ženu či maminku s dětmi podobného věku, na obsazení volných míst nejen u jídelního stolu, ale hlavně v našich srdcích na cestě životem. (...)

11.1.3.6 Značka/Postskriptum

Jak již bylo zmíněno v teoretické části (viz podkapitola 7.1), značka tvoří jakýsi dílčí celek, kde jsou vlastnosti celého typu textu koncentrovány s ještě větší zhuštěností

a výrazovou naléhavostí. V daném vzorku však byly součástí pouze tři inzerátů. Pisatelé užívali k doplnění svého inzerátu i postskriptum, které lze považovat za obdobu značky.

(...) *Zn. Pouze vážní zájemci ;-)*

(...) *Zn. S nohama na zemi a hlavou v oblacích*

(...) *Zn: nespecha, jen do tech nejlepsich rukou*

(...) *PS: dítě není překážka*

(...) *PS: pokud jsi zlatokopka nebo máš nosánek nahoru, raději přejdi na další inzerát. ;-)*

(...) *P.S.: Já jsem vysoký, štíhlý, se smyslem pro humor.*

(...) *PS: PC, to je vynález!*

11.1.4 Lexikální rovina

11.1.4.1 Expresiva

V seznamovacích inzerátech mužů lze najít mnohá expresivní slova.

*Ahoj hledám štíhlou maminku s jedním **prckem**¹⁶ s kterou si život a partner pohrál tak jak semnou. (...)*

*Mám co jíst a co pít, kde bydlet, v čem jezdit, co poslouchat, po čem lézt, do čeho **klofat**¹⁷ a tak dále. A přece jsem neskromný a je mi to málo. Chtělo by to s někým sdílet, nebo alespoň něco z toho. Nuže?*

(...) *Hledám fajn ženu pro život, někoho kdo je pro každou **srandu**¹⁸ a má ještě chuť začít něco nového, někoho s kým bych si rozuměl a měl o čem povídat. (...)*

(...) *Jako váha nevím, co chci, a všechno mi trvá. Do toho jsem mírný hypochondr a **blábolil**¹⁹. (...)*

*Rad bych toudle cestou poznal hodnou a fajn holku, která má rada psy a nechce chodit kazdej tejdén na diskoteky. Kazdej si nekdy rad **zapari**²⁰, ale nic se nema prehanet (...)*

*Ostrava je plná krásných nezadaných dívčín, co by dozajista rády poznaly vtipného, zábavného, společenského, akčního **chlapa**²¹, se kterým by rády trávily aktivně čas (...)*

¹⁶ SSJČ, PSJČ, SSČ, SNČ (s. 327)

¹⁷ SSJČ

¹⁸ SSJČ, SSČ, SNČ (s. 377)

¹⁹ blábolit – SSJČ, SSČ, SNČ (s. 65)

²⁰ SSČ, SSJČ (pařiti), SNČ (s. 300; slang souč. mládeže)

²¹ SSJČ, PSJČ, SSČ

*Nezapadám do stáda, nehoním se za hloupostmi konzumu a přece mi ke spokojenému životu někdo chybí ... Třeba jsi to zrovna ty - aspoň trochu **střelená**²² (...)*

*K dvoučlennému minispolku hledám milou, chytrou holku, ideálně **knihomolku**²³ s Tolkienem v nočním stolku, (...)*

11.1.4.1.1 Depreciativa

Výjimku v inzerátech netvořila ani hanlivá či zhrubělá slova.

*(...) PS: pokud jsi **zlatokopka**²⁴ nebo máš nosánek nahoru, raději přejdi na další inzerát. ;-)*

*Pohledny geront hleda kultivovanou bohatou damu. Mam uz dost **zlatokopek** a bolsevicke bidy. dekuji*

*(...) Třeba jsi to zrovna ty - aspoň trochu střelená (nudný **sucharky**²⁵ neberu :-P) (...)*

*(...) Přátelé mi nikoho nedohodili a na placený weby js **hamoun**²⁶ (...)*

*(...) Ve vztahu do sebe musí zapadnout mnoho aspektů. Na ulici taky nelze hned zjistit, že je to **pošuk**²⁷ :D. (...)*

*(...) Dá se semnou bavit úplně o všem o každé **kravině**²⁸ :-D nejvíc bodů u mě získáš za ukecanost a upřímnost. (...)*

*(...) Jsem nezadaný, nezávislý, nemám žádné dluhy ani exekuce, nepiju, drogy neberu, automaty nehraju, nejsem v žádné sektě, komunisty nevolím, trestní rejstřík čistý, mám dobrou práci, vlastní dům, nejsem **mamánek**²⁹ ani povoláním syn.*

*Hledám kamarádku na výlety, procházky,**pokec**³⁰, možná časem i víc. (...)*

*(...) Zpočátku hledám spíše kamarádství, občas vyrazit třeba na kafe a **pokecat**³¹. (...)*

*(...) Fotku sem nedám, není problém poslat, ostatně – každá druhá se tu kasáte, jak vám na vzhledu nezáleží, alespoň si tedy ověřím, esli náhodou **nekecáte**. Tak kdo se nebojí?*

²² SSJČ, PSJČ, SSČ, SNČ (s. 380)

²³ Knihomol – SSJČ, PSJČ, SSČ

²⁴ SSČ, SSJČ (zlatokop)

²⁵ Suchar – SSJČ, SSČ, SNČ (s. 382)

²⁶ SSJČ, SSČ, SNČ (s. 155)

²⁷ SSJČ (zhrub.), SSČ (hanl.), SNČ (323)

²⁸ SSJČ (zhrub.), SSČ (expr.), SNČ (s. 212; hanl.)

²⁹ SSČ, SNČ (s. 241)

³⁰ SSJČ, SNČ (s. 320)

³¹ SSJČ, SSČ (expr.)

(...) *Dá se semnou bavit úplně o všem o každé kravině :-D nejvíc bodů u mě získáš za **ukecanost**³² a upřímnost. (...)*

11.1.4.1.2 Hypokoristika

Seznamovací inzeráty zpravidla neobsahovaly vlastní jména svých pisatelů, po „rozkliknutí“ daného inzerátu lze pouze zjistit autorův nick (viz podkapitola 4.3.7). Přesto někteří pisatelé své jméno v inzerátu uvedli, ale v jeho domácké podobě. V dalších inzerátech byla i hypokoristika odvozená nikoliv od propria, ale od apelativa (*mamina*, *klučina* a opakující se *holčina*, *dívčina*).

*Ahoj hledám partnerku ale nějak chodíme každý po jiném chodníku seš natom stejně pod' si napsat a půjdem na kafe těší se **Fanda**.*

*(...) žádnou ustaranou šklebící nebo tlustou paní nechci. Ano jsem takový upřímný, šetřím nám oběma čas, který je nadevše, proto inzeruji zde. **Jirka***

*(...) Sám jsem duší kluk a hledám spíše typ obyčejnou holku k táboráku. Díky, **Jirka**.*

*(...) Třeba jsi právě ty ta pravá Měj krásný den. PA. **ONDRA***

*Ahoj hledám partnerku z Prahy která taky už nechce být sama pod' zajdem na kafčo třeba půjdem spolu dál zdraví **Fanda**.*

*Ahoj! Jmenuji se **Jirka** a bydlím v domku se zahradou na vesnici u Hranic na Moravě. (...)*

*(...) Moji přátelé stále nechápou, proč mě ještě nepotkalo opravdové štěstí. Tak třeba mám poznat právě Tebe. **Ondra***

*(...) Prece pro mě na tom světě, někde musíš být, tak nešťastný **Jirka** zve tě, pojď s ním šťastně žít. (...)*

*Jsem 39 léty introvertní kluk najde se zde pro mě **dívčina** 18-32 let která by chtěla vážný vztah s výhledem na založení rodiny můžeš být i těhule nebo **mamina** s malím závazkem (...)*

*Ahoj všem **holčinám** ženám, jsem obyčejný **klučina** žijící obyčejným životem (...)*

*Jsem 39 léty introvertní kluk najde se zde pro mě **dívčina** 18-32 let (...)*

³² Ukecaný – SSJČ, SSČ (expr.)

11.1.4.1.3 Deminutiva

V daném vzorku 210 inzerátů bylo nalezeno celkem 41 zdrobnělin. Mezi opakující se deminutiva patřila slova *dítka*, *doměk*, *maminka*, *kávička* a obměny *kafčo*, *kafičko*, *sklenka/sklenička* (*zajít na sklenku*).

Chybí mi mladá přitom rozumná ženuška. Taková hodná čertička, když já jsem spíš intelektuální Váhy (inženýr). (...)

(...) Pokud tady je žena která si toho všeho umí upřímně vážít strašně rád ji poznám a věnuji svou energii a srdíčko. (...)

ahoj jsi sama nebo s dítětem a bydlíš v paneláku nechceš to změnit a žít v malém domku v malé vesničce obklopená zvířátky (...)

(...) vzal mě do kavárny nebo na taneček kde jste už dlouho nebyla, (...)

(...) Až budeš usínat, budu Tě hladit po vláskách. Až budeš zklamaná, koupím Ti dáreček. Až budeš nemocná, budu se o Tebe starat. Až budeš se mnou, nebudeš na nic sama. :-)

PS: pokud jsi zlatokopka nebo máš nosánek nahoru, raději přejdi na další inzerát. ;-)

Rád bych tímto našel slečnu nebo mladou ženu, která touží v nejbližší době po dítětu případně jen po oplodnění, bez dlouhého chození, chtěl bych mít co nejdříve potomka, uvítám hned bydlení se mnou v rodinné vilce nebo jen rád pouze vypomůžu. (...)

(...) A když si láska budeš chtít zajít nakoupit pár nových hadříků, k tomu mě fakt nepotřebuješ. Mám jedny nervy. Jsem chlap se zlatým srdcem, tak jestli chceš, tady mě máš. (...)

(...) Malý capartík je brán jako výhoda, nikoliv však podmínka. (...)

(...) Srdíčko mám velké, však prázdné jest. Pokud by jsi ho časem dokázala zaplnit, budu rád když napíšeš.

(...) Mám čtyřletého čertíka ve střídavé péči:)

Z sedí noci za ruku Tě chci vzít, z pošmurného dne, kouzelný Ti vytvořit. Naslouchat Tvým bolístkám a společně jim čelit. (...)

11.1.4.1.4 Dětská slova

Pouze v jednom inzerátu užil pisatel dětské slovo.

Náhoda. Pro lásku, oporu, tulení, mačkání, výlety, papání, úsměv, pohlazení, zbožňování prostě pro život hledám tady i kdekoliv jinde ženu, holku, maminku. (...)

11.1.4.2 Zkratky a univerbizace

Ve čtyřech inzerátech byla zaznamenána univerbizace. Hojně bylo užívání zkratk SŠ (střední škola) a VŠ (vysoká škola).

*ahoj jsi sama nebo s dítětem a bydlíš v **paneláku**³³ nechceš to změnit (...)*

*(...) Jsem typ spíš domácí, na pivo, na procházky do přírody, než mezi davy a hromadné akce. Radši **krat'asy**³⁴ než oblek. (...)*

*Chci znovu nastartovat, **generálka**³⁵ motoru je dokončena. Mám z ní dobrý pocit, tak už jen dolít benzin.....kapku toho štěstí*

*(...) Sám jsem duší kluk a hledám spíše typ obyčejnou holku k **táboráku**³⁶. Díky, Jirka.*

11.1.4.3 Dialektismy

V jednom inzerátu z daného vzorku se vyskytl i nářeční prvek. Jednalo se o znak nářečí chodského spadajícího do jihozápadočeské nářeční podskupiny, kde nedochází k realizaci protetického j- (Jaklová, 1997, s. 70; Hruška, 1907, s. 25).

*(...) Fotku sem nedám, není problém poslat, ostatně – každá druhá se tu kasáte, jak vám na vzhledu nezáleží, alespoň si tedy ověřím, **esli** náhodou nekecáte. Tak kdo se nebojí?*

11.1.4.4 Argotismy

Jeden inzerát obsahoval také argotismus, a sice výraz brněnské mluvy (tzv. brněnského hantecu).

*Zdarec slečny, přidá se někdo dnes nebo zítra na **Prýgl**³⁷? Pítí, slunce, voda, deka.*

³³ Panelový dům – SSJČ, SSČ

³⁴ Krátké kalhoty – SSČ

³⁵ Generální (celková) oprava – SSJČ, PSJČ, SSČ

³⁶ Táborový oheň – SSJČ, PSJČ, SSČ

³⁷ Prýgl je v brněnské mluvě označení pro přehradu. Výraz vznikl z německého slova Brückel (můstek) či Brücke (most), pravděpodobnější je však odvození z německého Prügeldamm (hráz) (Hugo, 2009, s. 335).

11.1.4.5 Anglicismy

Ve čtrnácti inzerátech užil autor slov převzatých z angličtiny. Opakoval se výraz *flirt* (celkem čtyřikrát).

(...) **Feedback** s fotografií je zárukou mé odpovědi.

Hledám svou **little girl**. Třeba tě najdu právě tady, tak dej o sobě vědět;-) (...)

(...) **Business mindset** a znalost cizích jazyků je plus.

(...) Nenápadná, prostá, inteligentní, skromná, plná života, se **sexappealem**. (...)

(...) Pouze Plzeňačka, **single**, ještě bezdětná. (...)

(...) Ty 22-42let, slušná holka se smyslem pro spravedlnost i **sexappealem** pro tohohle hodného chytrého šedivějšího plešatícího kluka. (...)

(...) Hledám ženu, která to má podobně. Klíčová slova: *alternativa, ne-konzum, offline, návrat k přírodě a život v souladu s ní*, (...)

(...) nehledám **flirt** pobavení či bohatství ale společnou cestu životem (...)

(...) Nehledám **flirt**, chci s tebou žít aktivní život, ale také společně odpočívat a užívat si pohody. (...)

(...) Nehledám **flirt** ale vztah kde se budeme těšit na toho druhého. (...)

(...) Nechci už **flirty** nebo setkání na jednu noc, to je asi zbytečné, rad bych něco trvalého.

(...) Nejsem model takže pokud hledáš **playboy** neztrácej čas díváním na můj profil. (...)

(...) sem **workoholik**, který se věnuje práci a firmě dvacet hodin denně a jen ty se smyslem pro humor si ta, která mi k úplnému štěstí chybí.

(...) Nestyd' se a odpověz - levou myší klikni **yes**. PS: PC, to je vynález!

11.1.4.6 Hovorová slova

Poměrně častý byl v inzerátech výskyt hovorových slov. Mezi opakující se výrazy patřila slova *holka, kluk, kafe, foto, fotka, ženská a sympat'ák*.

Ahoj, sem **sympat'ák**³⁸, nejsem zlý, nemám se špatně a nebydlím pod mostem. (...)

Usměvavá, sportovně laděná **holka**³⁹. Pro mírně alternativně smýšlejícího **kluka**⁴⁰?

³⁸ SSČ

³⁹ SSJČ, PSJČ, SSČ

⁴⁰ SSJČ, PSJČ, SSČ

Hezké dny. Nejsem **fanda**⁴¹ AZ-kvíz medailonů, takže upřímně. Přátelé mi nikoho nedohodili a na placený weby js hamoun (...)

Mimoto byla obvyklá hovorová koncovka -u v 1. osobě sloves.

(...) je mi 37 let **žiju** v Ústí nad Labem (...)

(...) pracuji, žiji ve svém, mám vůz, lehce **sportuju**, děti nemám, minulost mě nepronásleduje. (...)

(...) Jsem nezadaný, nezávislý, nemám žádné dluhy ani exekuce, **nepiju**, (...)

Jsem velmi divný, protože: umím se o sebe postarat, mám rád pořádek ve věcech i vztazích, **nepiju** a nekouřím, chci vlastní rodinu, jsem věrný, nechodím do hospod, ale na hory. (...)

(...) A ne, obvykle se **nevyjadřuju** básničkama, ale na normálně napsaný inzerát nikdo nereagoval. :-)

11.1.4.7 Lexikum typické pro elektronickou komunikaci

Inzeráty obsahovaly i výrazy charakteristické pro elektronickou komunikaci (*písni, určo*). Výraz *určo* v prvním uvedeném inzerátu je znakem snahy po ekonomičnosti vyjádření, jež je pro tento typ komunikace příznačná. Do této kategorie lze zařadit i již výše zmíněná slova *pokec* a *pokecat si*, která jsou frekventovaná zejména v nejrůznějších chatech a nejinak tomu bylo i v internetových seznamovacích inzerátech.

(...) Pokud chceš o mě vědět víc tak neváhej a **písni** pár řádků, které **určo** potěší. (...)

(...) Chceš li být kamarádkou nebo láskou, nebo jen batůžek na motovýletě tak **písni**.
Budu se těšit.

11.1.4.8 Frazeologie a idiomatika

11.1.4.8.1 Frazémy slovesné a neslovesné

Pisatelé užívali ve svých inzerátech hojně též frazémy, ať už slovesné či neslovesné. Opakovaly se zejména frazémy *být někomu oporou* a *ta pravá/ten pravý*.

⁴¹ SSJČ, PSJČ, SSČ (hovor. expr.)

(...) *Chci se vedle tebe ráno probouzet a večer se na tebe zase těšit. Třeba jsi právě ty **ta pravá***⁴² (...)

Najít tu pravou je složité

(...) *Stále se mi nedaří najít tu pravou, která by za to stála*⁴³. (...)

(...) *Abychom si žili svojí vlastní pohádku, překonávali překážky jako v pohádce a **byli si** tak vzájemnou **oporou***⁴⁴ se šťastným koncem jako ... Člověk musí věřit a všichni tady určitě najdeme **toho pravého** :-)

(...) *Nevím jak začít, pokud zde hledáš člověka, co tě rád někam vezme, večer ti občas uvaří, nebojí se práce, rozesměje tě :) a dokáže Ti **být oporou**, tak napiš. (...)*

(...) *Chtěl bych najít někoho komu bych mohl **být oporou** a štěstím a dávat jí najevo jak moc o ní stojím a jak moc miluji. (...)*

*Hledám touto cestu ženu k vážnému vztahu které chybí též láska porozumění něha pohlazení a nechce být sama ale prožívat a žít společné chvíle života ve dvou a **být si** vzájemnou **oporou** v životě. (...)*

*jako nějaký model ale věřím že **mám srdce na správném místě***⁴⁵ a své partnerce *bych byl pomocnou rukou*⁴⁶ a ne povaleč u novin. (...)

(...) *vše v celku mám jen tu **druhou polovičku***⁴⁷ *postrádám... Žiješ li v Ústí je ti maximálně do 40 let třeba se zrovna míjíme a **padmem si do oka***⁴⁸ ;-)

*Která z vás chce změnit život život naruby a vnést do života novou jiskru a **začít úplně nový život***⁴⁹ s někým, kdo by to rád uskutečnil, ale samotnému se to nedaří. (...)

*Ahoj.Tak já **lítám po všech čertech***⁵⁰ a furt nic. Na sportovních kolbistich jsi nebyla. Zkusil jsem kulturní stánky a restaurační zařízení. Taky nic. Objezdil jsem hrady a zámky. Opět marně. Pak přijdu sem a Ty si tady sedíš u skla a hledáš mě tady (...)

*Chci znovu nastartovat, generálka motoru je dokončena. Mám z ní dobrý pocit, tak už jen dolít benzin.....**kapku toho štěstí***⁵¹

(...) *Můžeme být skvělí partáci a pokud to zajiskří, pak spolu třeba i **na věky věků***⁵². (...)

⁴² SČFI 2 (s. 274)

⁴³ SČFI 3 (s. 763)

⁴⁴ SSFI 3 (s. 517)

⁴⁵ SČFI 3 (s. 755)

⁴⁶ Nabídnout někomu pomocnou ruku – SČFI 3 (s. 690)

⁴⁷ SČFI 2 (s. 259)

⁴⁸ SČFI 3 (s. 496)

⁴⁹ SČFI 3 (s. 973)

⁵⁰ SČFI 3 (s. 99)

⁵¹ Při troše štěstí/s trochou štěstí – SČFI 2 (s. 351)

⁵² SČFI 2 (s. 380)

(...) *Hledá Tě chlap 52/190 se srdcem na dlani*⁵³ z Prahy co má minulost vyřešenou a který má rád kino, filmy hudbu od klasické po pop a občas i rock. (...)

11.1.4.8.2 Frazémy větné

Mezi frazémy se v seznamovacích inzerátech vyskytovala i přísloví. Pisatelé je ve snaze o originalitu užili ve svých inzerátech pro jejich ozvláštnění, ale byly též případy, kdy celý text inzerátu tvořilo pouze dané přísloví. Opakovala se přísloví *tichá voda břehy mele* a rčení *hledat jehlu v kupce sena*. Tradiční podoby přísloví pisatelé také upravovali (ve dvou se to lépe směje místo ve dvou se to lépe táhne). Jeden inzerát obsahoval též přirovnání *být jako lusk*.

*Našla by se tichá voda, co břehy mele*⁵⁴?

(...) *Nenápadná, prostá, inteligentní, skromná, plná života, se sexappealem. Typ tichá voda břehy mele.* (...)

*Hledám jehlu v kupě sena*⁵⁵, jak se říká, pěknou, svobodnou a bezdětnou ženu s estetickým cítěním, smyslem pro čistotu, hygienu a pořádek, a také smyslem pro detail a preciznost. (...)

*Ahoj, asi hledám jehlu v kupce sena, ale zase kdo hledá ten najde*⁵⁶ :-).

(...) *Věřím v souznění duší a v lásku na celý život . Možná naivní myšlenka ,ale naděje umírá poslední*⁵⁷ .

*Ahoj jmenuji se Lukáš jsem hodný normální kluk už vím co bych v životě chtěl chtěl bych najít normální fajn ženu na seznámení která neřeší zbytečné věci která ví že život není Procházka růžovým sadem*⁵⁸ (...)

(...) *Hledám partnerku se smyslem pro humor, protože už nechci být sám a ve dvou se to lépe směje.*

(...) *Mám rad ženy spíše baculaté prostě ženy jak se říká jako lusk*⁵⁹. (...)

⁵³ SČFI 3 (s. 755)

⁵⁴ SČFI 4 (s. 969)

⁵⁵ SČFI 4 (s. 346)

⁵⁶ SČFI 4 (s. 283)

⁵⁷ SČFI 4 (s. 514)

⁵⁸ SČFI 4 (s. 1052)

⁵⁹ SČFI 1 (s. 197)

11.1.4.9 Citáty

Pisatelé ve svých inzerátech užívali též citáty. V ukázkách níže je citát italského dramatika Carla Goldoniho z jeho díla *Pamela* a citát francouzské herečky Brigitte Bardot.

Za Tvou odpověď Ti předem děkuji. Měj se zatím moc krásně a užívej života. Protože věz, že: Život je jako krásná kniha. Nemá cenu pro toho, kdo neumí číst... (...)

„Časem člověk lituje všech hříchů, kterých se dopustil - a také těch, které zapomněl spáchat.“ A proč ne hřích. Nikdo neví, co bude zítra.....

Citovány byly i filmy a písně. V prvním uvedeném inzerátu autor užil hlášku z české pohádky *S čerty nejsou žerty*. Druhý inzerát je tvořen dvěma písněmi české hudební skupiny Mandrage, a sice písněmi *Motýli* a *Šrouby a matice*. Jeho první věta je přitom přímou citací začátku refrénu skladby. Třetí inzerát je sám o sobě názvem reality show (*Farmář hledá ženu*), kterou vysílala TV Prima a TV Barrandov.

"Úkol je jasný, přinést do Pekla Dorotu Máchalovou nebo se nevracet!" Tak jinak, rád poznám milou, spolehlivou, pohlednou ženu, které bohatě postačí jeden věrný, nesobecký, zodpovědný, pracovitý abstinents 42/190/83 (...)

**Nasad' mi na chvíli, do břicha motýli. Šroubek hledá matici!
Farmář hledá ženu ??**

11.1.5 Stylistická rovina

11.1.5.1 Jazyková kreativita

Znění několika inzerátů poukazovalo na určitou jazykovou kreativitu pisatelů a jejich snahu o originalitu a odlišení od běžných seznamovacích inzertních textů. Takové seznamovací inzeráty pak byly stylizovány do inzerátů pro prodej auta, pronájem nemovitosti či výběrové řízení na pracovní pozici. Poslední níže uvedený inzerát je založen na antitezi, tedy spojení dvou protikladných tvrzení.

Rok výroby 1981 - sportovnější verze. Starsi model, ale stale ve skvelem stavu. Pravidelne prohlidky a udrzba.Garazovaný. Vhodný na vylety a na sportovni akce. Obcas v zime rano spatne startuje, ale necha si rict. Spotreba je vyssi s ohledem na vek . Hleda se hodná

a pozitivní majitelka s určitou dávkou humoru. Sportovně založená. Zn: nespěcha, jen do těch nejlepších rukou

K pronájmu na dobu neurčitou se nabízí muž s následujícími parametry: rok výroby 1985; stav: zachovalý a pravidelně udržovaný; hlavní vlastnosti: upřímný, věrný, spolehlivý, pohodář, veselejší povahy. Platba formou inzerovaných vlastností. Originální kousek - rezervace pro osobní prohlídku možná :-) Více info včetně aktuální fotodokumentace v profilu. Zn. Pouze vážní zájemci ;-)

Vyhlašuje se výběrové řízení na jediné již delší dobu uvolněné místo na pozici partnerka pro muže 42/187 bez závazků. Nutné požadavky: věrnost, spolehlivost, upřímnost, pracovitost a nekuřáctví. Malý capartík je brán jako výhoda, nikoliv však podmínka. Nabízí se totéž včetně starostlivosti a porozumění. Životopisy prosím zasílejte na tuto adresu. :-D

Zdravím všechny obyvatele této seznamky :-D vypisuji výběrové řízení na holku, která by byla ukecaná, energická a která by měla ráda filmy, seriály tak jako já. Dá se semnou bavit úplně o všem o každé kravině :-D nejvíc bodů u mě získáš za ukecanost a upřímnost. Tak neváhej a napiš, poznáme se a uvidíme.

Obr - 177cm, těžká váha - 77kg, veterán - 36let, škaredý jak Brad Pitt. Sympa'anda pro mne? :)) Jestli ses alespoň kapku pousmála zkus napsat;)

11.1.5.2 Poetizace

Snaha o originalitu a odlišení se projevila i v poetizaci seznamovacích inzerátů. Z daného vzorku 210 inzerátů jich takových bylo celkem 14. Rýmovaný byl celý text inzerátu nebo pouze jeho část.

Jeste nejsem starej pes, seznamim se treba dnes. S milou, hodnou, peknou zenou, minulost mam vyresenou. Nejsem bohac ani chudy, cestu rad bych nasel z nudy. Moc nechapu proc sem tady, nevim si uz ale rady. Posli foto a par radek, lepsi nez par kamaradek!

Pohladim te dlani mou, bud mou touhou jedinou .Hledam zenu ze Stred. cech ,Prahy a okoli co me opravdovou, uprimnou a fer laskou naplni. Hledam zenu s krasnou dusi, tohle kazde zene slusi a zenu, ktere bych si mohl vazit, zenu ktera vi co je to verne a nezne a milovat a ktere muzu srdce darovat. Snad te najdu lasko ma, jelikoz ma duse tu vernou pritelkyni samotu sama nedava. Moc si preji nalezt hodnou, citlivou, neznou, milou a vtipnou sympatandu, nekuracku, pohodarku vesele a bavici povahy do 34 let .

Pro jedno kouzelné něžné stvoření, které není jinde k vidění. Ať jsi stále štíhlá krásná jsou má přání celkem jasná. I jedno tajné bych však měl, nevím ale zda bych směl-pozvat Tě na malý flám, dřív než život uteče nám. Nebo aspoň na kávičku jen Tě vidět na chvíličku. Nejsi-li krásná neva hledám spíš krásu duše-dívčí něžnou romantickou láskyplnou. Mám na duši ID. Můžu hádanku? Neptá se let a na zdech kreslí dvojí stín a dvojí tvář, když přijde skoupi celý svět má slunce zář. 60/184/70-štíhlý. Jen Plzeň.

Hledám ženu hodnou, poctivou a věrnou, se kterou bok po boku překonám i dobu pernou. Já vysoko tyčím se, jak přerostlý topol, občas i sportuji, ačkoli nejsem žádný Sokol. Nečtu si v Bibli, s dogmaty nepadnu do noty. přesto však vyznávám, konzervativní hodnoty. Nemám rád telku, hospody a v pití líh. Zato mám kolo, foťák a regál plný knih. Též mám menšího syna, tak odpověď dobře zvaž.

K dvoučlennému minispolku hledám milou, chytrou holku, ideálně knihomolku s Tolkienem v nočním stolku, co má úsměv sladší vdolku, radši VŠ než jen školku, spíše zdejší nežli Polku. (Nic proti Polkám, akorát bych nerozuměl. :-) A ne, obvykle se nevyjadřuju básničkama, ale na normálně napsaný inzerát nikdo nereagoval. :-))

Samostatná jednotka ON hledá samostatnou jednotku ONA za účelem sjednocení. Pokud možno štíhlá optimistka se zájmy sportovně kulturními, vztahem k muzice a přírodě. Děti a jiná drobná havěť vítána, mírná ztřeštěnost tolerována. Nestyd' se a odpověz - levou myší klikni yes. PS: PC, to je vynález!

Nekráčej přede mnou, možná bych Tě nedokázal následovat ...Nekráčej za mnou, možná bych Tě nedokázal vést ...Kráčej vedle mě a bud' mi přítelem ... tehdy Tě budu milovat. Bud' pokladnicí lidského umu Bud' chytrá a bud' bez rozumu Bud' drsnou kůrou stromů Bud'

*cestou, která vede domů Bud' mou velkou inspirací Budu mužem, který rád se k Tobě
vrací Bud' jen snilek, co v rouše Evině, tváří se vždy tak nevinně*

*Něžnost a krása, vyjádřená jest v jedné větě, je tak těžké bloudit tu sám, v tomto světě.
Nemohouc rozdat štěstí a radosti, snad i lásku a podobné líbezné starosti. Věřím, že někde
tam v dáli, budeš to právě ty, co políbí mě svými hebkými rty. Tak už se neskryvej, vstup
do mého snu, změň ho ve skutečnost, až do konce mých, snad našich, dnů ...*

*Z šedi noci za ruku Tě chci vzít, z pošmurného dne, kouzelný Ti vytvořit. Naslouchat Tvým
bolístkám a společně jim čelit. Nad kávou se smát a v kině se pak bát. Na výletě Ti svůj
cit dát, či v divadle Ti radost přát a za noci pak úplné dobrou noc Ti dát. Jsem romantický
a veselý muž, který hledá prima dívku do nepohody.*

*Mám domeček, v něm stoleček, u něho jen já a dcera, tak hledáme někoho, kdo se k nám
připojí na stálo a bude nás mít rád.*

*Touhle cestou nevšední, zkouším šanci poslední. Nechci další zklamání, nechci další roky,
žít v neustálém hledání a dělat špatný kroky. Jizvy se mi na duši, čím dál hůře hojí, srdce
laskou nebuší a tak o to stojí. Prece pro mě na tom světě, někde musíš být, tak nešťastný
Jirka zve tě, pojď s ním šťastně žít. Já 38 let, bezdětný, pracující, bez dluhů a bez lásky,
snad sympaťák, hledá opravdu vážně, vážný vztah. Ty, co te muj inzerat osloví, napiš
a řekneme si víc.*

*Nahodil jsem sítě, abych našel si tě. Pokud Ti je 30-45 let, jsi z Prahy anebo blízkého
okolí a máš smysl pro humor, tak se mi ozvi.*

*Stmívá se a já jsem stále sám. Nezbyvá mi než jen hledat dál, ale kdo mi věnuje tolik sil,
abych svoji lásku obnovil. Zapomínám, jaké je být políben a držet se za ruku, třeba cestou
po parku. Vzpomínám na doby staré, kdy napsal jsem svůj inzerát, bez fotografie a nároků,
shledal jsem vždy krásný úsměv nebo pohled Váš, dnes jako by zákaz to byl. Chtít se
seznámit nebo si jen povídat. Je snad zločin hledat lásku mezi náročnými, mám jen srdce
a nejsem lhář, jestli to nestačí, tak hledat se nevyplatí*

Po přečtení těch inzerátů místních dám bych zde jednu ženu oslovil sám,nebudu psát co a koho hledám,snad jen hodnou sympatickou paní, která hledá vážné seznámení,tu která tu bude pro mě a já pro tu paní.

11.1.6 Nespisovnost

Autoři inzerátů se snažili psát převážně spisovnou češtinou, ale přesto lze najít v několika inzerátech mnohé prvky nespisovnosti. Jako znak nespisovnosti ale není v této analýze bráno v potaz krácení dlouhých samohlásek (např. *bydlim*), neboť jak již bylo řečeno v úvodu jedenácté kapitoly, mnozí psali inzerát buď jen částečně s diakritikou, nebo zcela bez ní. Obsaženy byly tyto jevy:

- diftongizace hlásky -ý > -ej

*Hledam zenu pro novou budoucnost.jsem obycejny chlap ne **zadnej** mistr sveta pracovity instalater s dusi kluka. (...)*

Co napsat, rád bych se potkal, seznámil a zamiloval :-) Jsem **hodnej, milej, upřímněj.** (...)

*(...) Jinak jsem **hodnej** kluk, takže očekávám odpovědi od hodných holek. (...)*

*Samotář hledá ženu 25-35let na **vážnej** vztah, max střední postava. (...)*

*(...) Nezáleží odkud jsi ale nejsem **slepej** – foto*

*(...) Jsem člověk **jinej** jako **každej**, normální pohodář, (...)*

*(...) Jsem **jednašedesátiletej**, trochu **fousatej** nekuřák. (...)*

*Ahoj, pokud tady je slečna co hledá hodnýho, pracovitýho kluka, **ktorej** nemá potřebu vymetat po nocích bary, tak ať se prosím ozve. (...)*

*Rad bych toudle cestou poznal hodnou a fajn holku, která ma rada psy a nechce chodit **kazdej tejdén** na diskoteky. **Kazdej** si nekdy rad zapari, ale nic se nema prehanet :). (...)*

*(...) Jsem svobodný, bezdětný, **nezadanej**, spolehlivý, upřímný, tolerantní atd. (...)*

*(...) **Chytřej, citlivej**, technická VŠ. (...)*

*Nejsem ani **ošklivej** ani **hezkej**. Nejsem ani **hloupej** ani **chytřej.** (...)*

*(...) Já jsem prý fajn sympaťák, věčně optimisticky naladěný, pracující, slušně vydělávající, nekonfliktní, sportující, i **pěknej** lenoch (...)*

*(...) Troufám si říct, že jsem **sympatickej** pohodář co dokáže brát věci s nadhledem a dokáže si přítelkyně vážít. (...)*

*Jeste nejsem **starej** pes, seznamim se treba dnes. (...)*

- úženi -é > -í/-ý

*Ahoj, pokud tady je slečna co hledá **hodnýho, pracovitýho** kluka, (...)*

*Hledám přítelkyni 30 - 40 let, která bude chtít žít klidný vesnický život se vším, co k tomu patří a nebude mít **přemrštěný** požadavky na partnera a bude mít jasno, co chce. (...)*

*(...) Přátelé mi nikoho nedohodili a na **placený** weby js hamoun (...)*

*Muž, 64l.180cm,štíhly, SS,rozv. pracující, hledá ženu, přítelkyni, kamarádku na sdílení společných zájmů a chviliek ve dvou, **pohodový** přátelství, (...)*

*(...) Nechci uz flirty nebo setkani na jednu noc, to je asi **zbytecny**, rad bych neco **trvalyho**.*

- vynechání koncového -e v 1. osobě množného čísla

*(...) klidně napiš více si **napišem** děkuji budu se těšit na tvoji odpověď*

*(...) Žiješ li v Ústí je ti maximálně do 40 let třeba se zrovna míváme a **padmem** si do oka ;-)*

*Ahoj hledám partnerku z Prahy která taky už nechce být sama pod' **zajdem** na kafčo třeba **půjdem** spolu dál zdraví Fanda.*

*(...) Život je krátký, pojď si ho zařídit přesně tak jak **chcem**. Spolu **zvládnem** hodně, věř mi (...)*

- tvary slovesa být bez počátečního j-

*(...) Je mi 39 let **sem** z vesnice zájmi hudba kolo příroda.*

*Ahojky. Zamiloval **sem** se a věřil jsem a přišlo zklamání. (...)*

*Ahoj, **sem** sympaták, nejsem zlý, nemám se špatně a nebydlím pod mostem. (...)*

*(...) **sem** workoholik, který se věnuje práci a firmě dvacet hodin denně a jen ty se smyslem pro humor si ta, která mi k úplnému štěstí chybí.*

- zjednodušování souhláskových skupin

*Ahoj hledám partnerku ale nějak chodíme každý po jiném chodníku seš natom stejně **pod'** si napsat (...)*

*Ahoj hledám partnerku z Prahy která taky už nechce být sama **pod'** zajdem na kafčo třeba půjdem spolu dál zdraví Fanda.*

*Najde se tu **ňáká** pohodová ženská pro život?*

- unifikace koncovek v množném čísle adjektiv

*(...) hledám vážný krásný vztah abysme oba byli **šťastný** měli se rádi a jednou spolu žily šťastně atd (...)*

- koncovka *-ma* u substantiv v instrumentálu množného čísla

*(...) A ne, obvykle se nevyjadřuju **básničkama**, ale na normálně napsaný inzerát nikdo nereagoval. :-)*

- měkčení souhlásky

*(...) Nezáleží **odkud'** jsi ale nejsem slepej – foto*

- nespisovná slova

*Až budeš plakat, vymyslím nějakou **bejkárnu**⁶⁰, abych Tě rozesmál. (...)*

*Jsem 39 léty introvertní kluk najde se zde pro mě dívčina 18-32 let která by chtěla vážný vztah s výhledem na založení rodiny můžeš být i **těhule**⁶¹ nebo mamina s malím závazkem (...)*

⁶⁰ SNČ (s. 60)

⁶¹ SNČ (s. 425), těhulka – SSČ (hovor.)

11.1.7 Frekvence výrazů užitých k sebecharakteristice

Již při sběru materiálu bylo jasné, že se mnohé výrazy v inzerátech opakují. Jednalo se zejména o prostředky užití k popisu vlastní osoby, jimiž byla zpravidla hodnoticí adjektiva ve spojení se substantivy. Níže je proto ve formě tabulky představen korpus výrazů, které autoři inzerátů zvolili ke své sebecharakteristice. U každého adjektiva a substantiva je uvedena i frekvence výskytu jednotlivých prostředků (tedy kolik inzerátů daný výraz obsahovalo). K tvorbě frekvenčního korpusu pomohl software *Sketch Engine*⁶², který dokáže z daného materiálu vyhledat všechna substantiva, adjektiva atd. a jejich frekvenci v textu. Pak už jen byla manuálně vybrána ta adjektiva a substantiva, která se týkala popisu autora inzerátu.

11.1.7.1 Adjektiva

Adjektivum	Frekvence
Normální	7
Bezdětný	6
Spolehlivý	6
Svobodný	6
Sympatický	6
Upřímný	6
Věrný	6
Hodný	5
Obyčejný	5
Štíhlý	5
Zajištěný	5
Samostatný	4
Vysoký	4
Aktivní	3
Pohledný	3
Pohodový	3
Pracující	3
Rozvedený	3
Slušný	3
Sportující	3
Veselý	3
Zodpovědný	3
Akční	2
Férový	2
Intelektuální	2
Nezadaný	2

⁶² *Sketch Engine* je software, jenž vyhledává slovní profily, sdružuje je na základě gramatických relací a vytváří z korpusu tezaury (Sketch Engine, ©2001–2020).

Nezávislý	2
Pracovitý	2
Romantický	2
Soběstačný	2
Společenský	2
Tolerantní	2
Vtipný	2
Vzdělaný	2
Zachovalý	2
Atraktivní	1
Fajn	1
Galantní	1
Chytrý	1
Inteligentní	1
Introvertní	1
Komunikativní	1
Kultivovaný	1
Menší	1
Milý	1
Naslouchavý	1
Nekonfliktní	1
Nesobecký	1
Nešťastný	1
Noblesní	1
Osamělý	1
Plešatící	1
Plešatý	1
Starší	1
Šedivějící	1
Upřímný	1
Urostlý	1
Zábavný	1
Zabezpečený	1

11.1.7.2 Substantiva

Substantivum	Frekvence
Muž	17
Nekuřák	11
Kluk	10
Chlap	9
Sympaťák	5
Romantik	3
Abstinent	2
Inženýr	2
Mladík	2
Blábolil	1

Geront	1
Hypochondr	1
Instalatér	1
Klučina	1
Kuchař	1
Kuřák	1
Kutil	1
Lenoch	1
Motorkář	1
Muzikant	1
Myslitel	1
Pětatřicátník	1
Pohodář	1
Prodavač	1
Programátor	1
Řidič	1
Samotář	1
Sedlák	1
Sportovec	1
Šedesátník	1
Vdovec	1
Vegetarián	1
Veterán	1
Workoholik	1

11.2 Inzeráty „Ona hledá jeho“

Z kategorie „Ona hledá jeho“ bylo ze serveru *Rande.cz* nashromážděno celkem 224 inzerátů.

11.2.1 Ortografická rovina

11.2.1.1 Překlepy a redundance slov

V pěti inzerátech byly zaznamenány překlepy a v dalších třech redundance slov.

*Co očekávám??? nic víc nic mén...prostě hledám "JEN" jehlu v kupce sena....klid, pohodu, důvěru, **toleraci**, oporu, (...)*

*Hledám tady chlapa, klidně ať si dřevorubec, ale ať si prostě chlap. Nad 180cm, žádný **hipsterstký** tintítka nebo podobná parafráze na muže. (...)*

Důchodkyně už přestala věřit, že by si tady dal sehnat kvalitní muž. (...)

*Aktivní, hodný, se zájmem o cestování, chataření, campování? A navíc **nehldá** modelku?:)*
*(...) Zda-li ještě v dnešní době najít, jest-li někde **existuje** s..Tak se mi ozvi. (...)*
*Hledám charismatického Belmonda, který zapomněl zestárnout (ve věku od **od** 60 až do ..). (...)*
*(...) Rada se seznamim zajdu na kavu a pak by se videlo co dal. Ps. Kdyby to nevyslo tak preci kamaradu neni **preci** nikdo dost.*
*Najde 51letá rozvedená žena k vážnému seznámení sympatického pohodového muže z Tábora se smyslem pro humor s vyřešenou minulostí na procházky, výlety a nechce být již sám **pouze jen** vážně čas ukáže co bude dál.*

11.2.1.2 Interpunkce

Z celkového počtu 224 inzerátů jich 123 obsahovalo interpunkční chybu týkající se čárky. Stejně jako u inzerátů mužů i zde nebyla výjimkou naprostá absence interpunkce, chybně umístěná čárka či chybějící nebo chybně umístěná mezera (před čárkou).

Ahojik je mi 27 let jsem baculka hledam hodneho pritele na vazny vztah mam rada deti prochazky kino vylety najdu tady hodneho tatku co hleda priority jako ja
Hezký den. Každý je zde akční, krásný, úspěšný, sportující, vtipný...tak proč je po tom zde že...Já bych ráda ve svém životě nejdříve formou přátelství a trávení volného času uvítala hodného, klidného, obyčejného, slušného muže do 50.let, který ještě umí mít rád. Mám ráda výlety do přírody, hrady, zámky, procházky, občas kulturu, či posezení v hospůdce. Jsem obyčejná žena z Prahy pracující, bydlící, bez dluhů. Třeba se zde potkáme, Ty napišeš já odepiši a uvidíme zda bychom našli společnou řeč.
Znovu se ptám, normální muži, už vymřeli? Hledám jednoho, slušného, příjemného. Foto prosím.

11.2.1.2.1 Spojovník/pomlčka

Namísto pomlčky užily pisatelky chybně 27krát spojovník. V jednom inzerátu pak spojovník chyběl a v dalším byl naopak užít tam, kde být nemá.

*Vysoký **nekuřák** - byl by? Ideálně s vlastním zázemím. Bylo by hezké zažít zase to vzrušení ze seznamování....*

*Ahojky chlapi.Nebudu psát otřepanou **frázi-chci** se seznámit,jinak bych tu nebyla.*

(...) *Hledám kamaráda, partáka, přítele v jedné osobě 40 - 50 let , (...)*
(...) *chceš-li se o mě dozvědět víc napiš. (...)*
(...) *Zda-li ještě v dnešní době najít,jest-li někde existuje s..Tak se mi ozvi. (...)*

11.2.1.3 Velká písmena

V sedmi inzerátech byly zaznamenány chyby v psaní velkých písmen, přičemž ve dvou případech se jednalo o vlastní jméno pisatelky.

(...) *Najde se normálně nenormální chlap pro společný život ? Chlap, který se umí smát, pohladit a nezklamat .Chlap na výlety po nádherném **Českém** kraji... (...)*

*Zdravím, jsem 35 leta Kata z jiznich **cech** a rada bych se seznamila. (...)*

(...) *pokud s kamarády raději sportuješ, místo abys šel na "deset kousků":D, nekouříš, není Ti 30 ani 60, a jsi z **ústeckého** kraje, tak se ozvi :)*

(...) *Hledám kamaráda, partáka, přítele v jedné osobě 40 - 50 let , **plzensko**. (...)*

*rada se seznámím s nezadaným ,symp.mužem ,který je optimista a ví co chce pro vážný i když veselý vztah))nekuřák ,**zlínsko***

*hledam kamarada pritele casem i vazny vztah jmenuji se **kveta** je me 42 let mam syna je mu 10 let jsem rozvedena*

(...) *Hledám pouze z Brna p.s. budu se těšit na tvoji odpověď s pozdravem **anny***

11.2.1.4 Zdvojené souhlásky

Pouze v jednom inzerátu se vyskytla chyba v psaní zdvojených souhlásek.

(...) *Jsem nekuřačka **všestraných** zájmů. (...)*

11.2.1.5 Důraz

K vyjádření důrazu užívaly pisatelky rovněž velkých písmen.

*Jsem **NE**štihlá, **NE**sportovní, ukecaná, chytrá, samostatná, upřímná, milující a vcelku normální ženská, tedy taková, kterou zde 95% mužů **NE**hledá a **NE**chce. Kdyby zde v těch zbylých pěti procentech byl SŠ/VŠ muž, který se nebojí velkých psů a odváží se mi napsat, budu moc ráda.*

Hledám **MUŽE**, který se nebojí přiznat, že mu chybím. Který ví, že nejsem perfektní, ale chová se ke mě tak, jako bych byla. Který se nejvíc bojí, že by mě ztratil. Který řekne **MILUJI TĚ** a myslí to vážně. (...)

11.2.2 Morfologická rovina

11.2.2.1 Substantiva

V jednom inzerátu byla chybný tvar 4. pádu podstatného jména

(...) *Léto u moře už nezvládnem, ale možná podzimní kolo, **termali** nebo lyže a hory.* (...)

Ve dvou inzerátech užily autorky v nesprávném kontextu substantivum *tip*.

(...) *Jsem romantický **tip**.* (...)

(...) *Ráda pečů a vařím, jsem spíše romantičtější **tip**, ale "prý se někdy nezdám".*

Také ženy psaly chybně substantivum *e-mail* bez spojovníku, ale oproti mužům pouze ve dvou inzerátech. Jedenkrát bylo toto podstatné jméno zapsáno i podle své výslovnosti.

(...) *Více případně přes **email***

(...) *Fotku vyměníme **emailem**.*

(...) *Foto pošlu **meilem** aby při případném osobním setkání nedošlo k újmě na zdraví z vyděšení.* (...)

11.2.2.2 Adjektiva

Chybu obsahovala dvě adjektiva, a sice v předponě *vý-* a v koncovce přídavného jména přivlastňovacího.

*Nejsem obyčejná, spíš **vyjíměčná**, ale nejsem si jistá, jestli v dobrém slova smyslu...* (...)

(...) *Jsem svobodná, zatím bezdětná, ale děti plánuji. Z **partnerovi** strany děti nejsou překážkou.* (...)

11.2.2.3 Pronomina

Ve dvou inzerátech byl užit chybný tvar 4. pádu přivlastňovacích zájmen a v dalších dvou tvar 2. a 4. pádu osobního zájmena *ona*. V deseti dalších inzerátech bylo problematickým rovněž skloňování osobního zájmena *já*.

(...) *Těším se na **Tvoji** odpověď :-)*

(...) *A pravých chlapů je dneska málo, pravých citů, ještě miň Válečnicka co umí zbožňovat, pro víru riskovat, vládnout chránit a ostatní cítit Bude milovat svoji zem bude znát svoji cenu bude slavných hrdinů odrazem taky šperkem pro **svoji** ženu... (...)*

*Ahoj neznámý a odvážný, ráda poznám vnímavého, hodného a aktivního muže, který je již zralý pro vážný vztah. Je klidnější povahy, rodinný typ spíše. Umí se k ženě chovat a vážit si **ji**. (...)*

*Jsem mladá maminka 6 leté holčičky a ráda bych touto cestou našla k nám hodného strejdu, který by nás měl obě dvě rád. Tatínka pro **ní** nehledám, má svého, před několika lety nám to nevyšlo... :)*

(...) *chceš se o **mě** dozvědět víc napiš. (...)*

(...) *jmenuji se kveta je **me** 42 let mam syna je mu 10 let jsem rozvedena*

*Hledám muže který už ví co od života chce **me** je 38 let (...)*

*Hledám MUŽE, který se nebojí přiznat, že mu chybím. Který ví, že nejsem perfektní, ale chová se ke **mě** tak, jako bych byla. (...)*

(...) ***Mě** je 23 a už mě samota nebaví. (...)*

(...) *Něco o **mě**, co se nezmění: (...)*

(...) *Je **mě** smutno po muži, co by mě měl rád.*

(...) *Já sama bydlím v Ostravě a život ve městě **mě** vyhovuje, (...)*

*Hledám normálního chlapa, ale nemusíte **mě** psát všichni:-).*

*Hledám muže z okolí Zlína, co mě láskou naplní jinak **me** je 33. (...)*

11.2.2.4 Numeralia

Také u žen a jejich inzerátů byl problematickým jevem zápis číslovek. Tento nedostatek obsahovalo 25 inzerátů z daného vzorku. Nejčastěji se jednalo o psaní složených číselných výrazů, ale objevily se i chyby ve skloňování číslovky *dva* a v zápisu procent a spojení *čtvrt století*.

Ahoj, jsem **22 letá** slečna, která zde hledá vztah. (...)
 (...) Mam **14ti letého** fotbalistu. Napises?
 (...) život nekončí po **50ti**, řekla bych, že naopak. (...)
 (...) Jsem **46 letá** plnoštíhlá vdova se **dvěmi** dospělými dětmi bydlící kousek od Ostravy. (...)
 Hledám osamocenému muže, vyšší postavy, nekuřáka, motoristu na vše hezké a příjemný život ve **dvouch**. (...)
 Jsem NEštíhlá, NESportovní, ukecaná, chytrá, samostatná, upřímná, milující a vcelku normální ženská, tedy taková, kterou zde **95%** mužů NEhledá a NEchce. (...)
 (...) Vysoká (178 cm-věkem se pomalu scvrkávající), 46 let, snad štíhlá (já si tak nepřipadám-ženský evergreen), prý velmi atraktivní (ok, to neposoudím), energická, s **9-ti letou** d'áblíci. Mám za sebou **čtvrtstoletí** cesty na jih, teď to zkusím na sever.

11.2.2.5 Verba

U sloves převažovala chybovost v podmiňovacím způsobu, kdy pisatelky (stejně jako pisatelé) nejčastěji užily hyperkorektní tvary (*by jsem, bych jsem a by jsi*). I v tomto vzorku byla nalezena chyba v rozkazovacím způsobu slovesa *ozvat se*. V jednom inzerátu šlo rovněž o shodu podmětu s přísudkem.

(...) Jsem plnoštíhlé postavy (diety jsem přestala řešit), komunikativní, inteligentní, vtipná s notnou dávkou ironie, pečující o sebe (žádný asociální kus) a ráda **by jsem** potkala muže, který se s tím vším dokáže **být** a žít ...

Ahoj hledám kluka který by mě měl rád takovou jaká jsem a do koho **bych jsem** se ráda zamilovala (...)

(...) Pokud **by jsi** měl zájem se poznat, tak napiš, budu se těšit.

54l ráda pozná pohodového muže, se kterým **by jsem** si rozuměla a trávila příjemné chvíle i ty náročnější. (...)

(...) Ráda bych poznala muže, se kterým bych mohla sdílet zážitky všedních i nevsedních dnů, se kterým **bysme se** vzajemně podporovali, (...)

(...) Pokud jsi to ty tak se **ozvy** a můžeme víc pokecat a seznámit se.

(...) Byla bych ráda aby byl muž pojízdný jako já a **mohly** jsme spolu jezdit na výlety. (...)

11.2.2.6 Adverbia

Pouze ve dvou inzerátech napsaly pisatelky chybně tvar příslovčí.

(...) *Každý je zde akční, krásný, úspěšný, sportující, vtipný...tak proč je **po tom** zde že... (...)*

(...) *Pokud jsi dočetl až sem a neodepsal jsi mne, máš rád výzvy a **semtam** rád vybočíš ze stereotypu, ozvi se a řekněme si víc.*

11.2.2.7 Prepozice

Ve třech inzerátech se vyskytly chyby v zápisu předložek.

(...) *Najde se tu někdo, kde **semnou** bude trávit volný čas? (...)*

*Ahoj jsem vdova chtěla bych najít muže hodného milujícího pohodáře **ze** smyslem pro humor nekuřáka jsem příjemná mazlivá*

(...) *Ne jen dopisování **přez** internet.. (...)*

11.2.2.8 Konjunkce

V jednom inzerátu napsala pisatelka i chybný tvar spojky *anebo*.

(...) *Hledám někoho do pohody i nepohody. S kým můžu na kafe/čaj/pivo **a nebo** klidně na výlet. (...)*

11.2.2.9 Interjekce

Oproti mužským inzerátům se v inzerátech žen vyskytovala i citoslovce.

hmm... 3xP pohledného, pořádného, prachatého... A ted' doopravdy, někoho s kým se dokážeme smát, (...)

*Jako většina žen tady jsem samozřejmě milá, sympatická, upřímná,...**bla, bla, bla.** (...)*

(...) *Jsi-li odvážný ve více ohledech, pak volám „**jupí**“.*

***Kuky, kuk,** je někde správnej chlap na normální život,, jako jsou radosti, starosti... (...)*

11.2.3 Syntaktická rovina

11.2.3.1 Zvláštnosti a nepravidelnosti ve větě stavbě

Z chyb ve větě stavbě byl v inzerátech žen zaznamenán anakolut.

*Hledám Tebe, **kdo nehledá modelku, ale obyčejnou ženu.** (...)*

*Najde 51letá rozvedená žena k vážnému seznámení sympatického pohodového muže z Tábora se smyslem pro humor s vyřešenou minulostí na procházky, výlety **a nechce být již sám** (...)*

*(...) Chci pohodového muže, optimistu 45-54r nekuřák, který si se mnou rád zatančí, **spolu se procházet přírodou, zajet si na pěkná místa,** (...)*

V jednom inzerátu se vyskytlo i zeugma.

*Blondýnka 43 / 171 / 68 upřímná, romantická by ráda poznala **muže a lásku se kterým se zase budu smát.** (...)*

Dva inzeráty obsahovaly elipsu.

*Hledá se fajn kluk (26-35) na zpříjemnění toho života a kdo ví, třeba (**elipsa podmiňovacího způsobu slovesa být**) i ta jiskra přeskočila (...)*

*Ráda poznám někoho, kdo (**elipsa slovesa mít**) místo smalltalku radši intuitivně a filozoficky zaměřenej smarttalk, (...)*

Výjimkou v inzerátech žen nebyla ani parenthese.

*(...) Vysoká (178 cm-**věkem se pomalu scvrkávající**), 46 let, snad štíhlá (**já si tak nepřipadám-ženský evergreen**), prý velmi atraktivní (**ok, to neposoudím**), (...)*

*Lehce (čti "**hodně**") cynická, sarkastická, davů se strání (**ovšem po jednom pivu až překvapivě ochotná se socializovat**) studentka, (...)*

*(...) Sice jsem manažerka, ale ráda (**a dobře**) vařím :-) K tomu cestování, výlety, hory, sport (**aktuálně badminton, občas běh**) a auta, která umím ocenit (**a taky ráda řídím**). (...)*

*(...) Jsem plnoštíhlé postavy (**diety jsem přestala řešit**), komunikativní, inteligentní, vtipná s notnou dávkou ironie, pečující o sebe (**žádný asociální kus**) (...)*

Ve třech inzerátech byla zaznamenána apoziiopeze.

Čas a vše kolem utíká nějak stále rychleji a možná i proto by bylo příjemnější si ho užít s někým, než pořád sám, pokud to vnímáš obdobně, napiš a ...

Nejsem životem zklamaná, ale ve dvou jde vše tak nějak líp ?? Takžeeeee.... ??

(...) Takže pokud jsi pohodář se smyslem pro humor a už nechceš být sám

I v tomto vzorku se nacházel inzerát s postponovaným přívlastkem shodným.

*(...) Mám 2 děti, řekla bych stále dobrou náladu a taky chuť na skvělou společnost - divadlo, kino, **výletík lesní** a jiný (...)*

11.2.3.2 Slovosled

Ve dvou inzerátech zvolily pisatelky nesprávný slovosled jednotlivých komponentů věty.

Hledám muže se zájmem o zvířata, koně do 42 let. (...)

Ráda se seznámím s mužem z Prahy, který je také singl se zájmem o cestování, tenis, nevadil by mu můj pes a s dobrým charakterem.

11.2.3.3 Pozdrav

Také u žen bylo nejčastějším pozdravem *ahoj* (31krát). Vyskytly se rovněž jeho expresivní obměny jako *ahojky* (2krát) a jednou podoba *ahojík*. Ve třech inzerátech zvolily pisatelky pozdrav *zdravím*. Dva inzeráty začínaly také pozdravem *dobrý den* a jeden *hezký den*.

11.2.3.4 Oslovení

Celkem 12 inzerátů začínalo oslovením. Opakovaným bylo oslovení *milý neznámý*.

Ahoj milý neznámý, moc ráda bych potkala muže kolem 45let. (...)

Ahoj milý neznámý, hledám partnera, se kterým se mohu sdílet společné hodnoty, (...)

Ahoj milý neznámý, Ráda bych poznala muže, se kterým bych mohla sdílet zážitky všedních i nevsedních dnů, (...)

Ahoj neznámý a odvážný, ráda poznám vnímavého, hodného a aktivního muže, který je již zralý pro vážný vztah. (...)

Ahoj milý nekuřáku. Možná se potkáváme na toulkách Prahou nebo v MHD a nevíme o sobě. (...)

Ahoj, páni kluci:-) Jeden z Vás by mohl být tím pravým, tak o sobě dávám vědět. (...)

Ahoj chlapi, chcete pokecat se sympatickou uličnicí co by se chtěla opět smát? (...)

Ahojky chlapi. Nebudu psát otřepanou frází- chci se seznámit, jinak bych tu nebyla. (...)

Pánové vdovci, který jste sami ozvěte se 55ti leté ženě z Jičínska, (...)

Zdravím vás pánové, zřejmě se všichni shodneme, že najít spolehlivého a plnohodnotného partnera je trochu větší problém, než si myslíme. (...)

Zdravím všechny pozitivně naladěné protějšky, kteří nejsou zoufalí, ale kvůli nedostatku příležitostí stále zůstávají sami. (...)

Milý potencionální partnere, jak sis jistě všiml, jsem žena. Mám dvě krásné oči, dvě hezká, vyvinutá a pevná prsa a dvě pěkné a hladké nohy. (...)

11.2.3.5 Otázka

Stejně jako u mužských inzerátů také inzeráty žen obsahovaly řečnickou otázku. Mnohdy tyto otázky tvořily celý text daného inzerátu.

Najdeme se?

Najdu pohodového muže?

Ahoj, take hledás a nenacházíš?

Najdu zde, to co hledám ?

existuje chlap co nesedí pořád v hospodě a pomůže i v domácnosti???????

Stále hledám, najdu?

Důchodkyně už přestala věřit, že by si tady dal sehnat kvalitní muž. Chce mě snad některý přesvědčit o opaku?

Na pohádky už nevěřím, proto nehledám prince, ale fajn chlapa co taky nechce být sám a je na něj spolehnoutí. Najde se někdo takový?

11.2.3.6 Téma

Témata ženských inzerátů se rovněž shodovala s těmi mužskými. Ovlivňujícím faktorem jejich témat byla také doba zveřejnění inzerátů.

Nějaký fajn muž na léto, najde se?

Jaro, léto, podzim, zima s mužem.

Půlka léta je za námi a já stále jezdím na výlety s dětmi sama. Změní to někdo?

Hledám kamaráda a později i třeba víc. Léto u moře už nezvládnem, ale možná podzimní kolo, termali nebo lyže a hory. Mám ráda pohyb i lenošení. Děti velké a tak mě nic nebrzdí v tom si život užít. Já 55/168/62

Podzim je nejkrásnější roční období, nejbarevnější, nejbohatší, nejkreativnější... Zrovna tak i podzim života by měl být tou nejkrásnější jeho etapou. Je tu muž, který má stejný názor a chybí mu partnerka?

Hledám přítele pro společné dlouhé podzimní večery. Setkání napoví více

11.2.3.7 Značka/Postskriptum

Pět inzerátů obsahovalo závěrečnou značku a další čtyři postskriptum, které, jak již bylo zmíněno výše, lze považovat za její obměnu.

(...) Zn.Fotografie a i jiná "odtajnění "zašlu výměnou za Ta tvá na mail.

(...) Zn.nebudem sami

(...) Zn.Podzim života.

(...) zn.:vánoční svátky na sněhu

(...) ZNACKA : VE DVOU SE TO LEPE TAHNE

(...) PS. Fotku vyměníme emailem.

(...) Ps. Kdyby to nevyslo tak preci kamaradu neni preci nikdo dost.

(...) p.s. budu se těšit na tvoji odpověď s pozdravem anny

(...) P.S. Mám od pánbíčka boky jako skříň. ;)

11.2.4 Lexikální rovina

11.2.4.1 Expresiva

Mezi nejčastěji užívaná expresiva v inzerátech žen patřilo slovo *chlap* (obsaženo bylo až 35krát).

(...) *prostě hledám "JEN" jehlu v kupce sena....klid, pohodu, důvěru, toleraci, oporu, upřímnost, kamarádství, vyřešenou minulost, **nebabrání se**⁶³ v kravinách a v neposlední řadě lásku (...)*

*Ahojik je mi 27 let jsem **baculka**⁶⁴ hledam hodneho pritele na vazny vztah (...)*

*hmm... 3xP pohledného, pořádného, **prachatého**⁶⁵... (...)*

*Hledám tě .Prosím o nápovědu z publika - za všechny **prachy**⁶⁶. (...)*

*Volný čas s inteligentním pohodovým právně volným **samcem**⁶⁷ :).*

*Hledám chlapa středního věku /48-55/ střední postavy,co má rád život ve 2 s porozuměním ,vztahem k přírodě,rekreačním sportům v zimě i v létě,tanec pro něj není cizí,ani **sranda**⁶⁸ ani překážky,kterým se nevyhneme (...)*

(...) *prý velmi atraktivní (ok, to neposoudím), energická, s 9-ti letou **d'áblicí**⁶⁹. (...)*

*Hledám tady **chlapa**⁷⁰, klidně ať si dřevorubec, ale ať si prostě **chlap**. Nad 180cm, žádný hipsterstký **tintítko**⁷¹ nebo podobná parafráze na muže. (...)*

11.2.4.1.1 Depreciativa

V šesti inzerátech byla zaznamenána hanlivá či zhrubělá slova.

(...) *Pro začátek jediná podmínka - prosím, nebud' **kre*tén**⁷²! :-)*

(...) *klid, pohodu, důvěru, toleraci, oporu, upřímnost, kamarádství, vyřešenou minulost, nebabrání se v **kravinách**⁷³ (...)*

⁶³ Babrat se – SSJČ, SSČ (hovor. expr.), SNČ (s. 52)

⁶⁴ SSČ (hovor. expr.), SNČ (s. 52)

⁶⁵ SSJČ, PSJČ (vulg.)

⁶⁶ SSČ, SNČ (s. 325)

⁶⁷ SSJČ, PSJČ, SNČ (s. 362)

⁶⁸ SSJČ, SSČ, SNČ (s. 377)

⁶⁹ SSJČ

⁷⁰ SSJČ, PSJČ, SSČ

⁷¹ SSJČ, SSČ, SNČ (s. 427)

⁷² SSJČ, PSJČ, SSČ, SNČ (s. 212)

⁷³ SSJČ (zhrub.), SSČ (expr.), SNČ (s. 212; hanl.)

*Kuky, kuk, je někde správnej chlap na normální život,, jako jsou radosti, starosti... Úsměv, humor a s hlavou plnou **blbosti**⁷⁴? (...)*

*(...) Nejsm **zlatokopka**⁷⁵, byt i auto mám. (...)*

*(...) Ráda se směji a mám pekelný smysl pro humor takže k sobě nechci **suchara**⁷⁶. (...)*

*Nejsm už holka, ale ani **baba**⁷⁷ stará, co jen o telku a drby v okolí se stará. (...)*

*(...) Majitel psa či jiné **havěti**⁷⁸ vítán (...)*

*Ahoj chlapi , chcete **pokecat**⁷⁹ se sympatickou uličnicí co by se chtěla opět smát? (...)*

11.2.4.1.2 Meliorativa

Zaznamenána byla také meliorativa *prostorově výrazná, plnoštíhlá a být při těle.*

*(...) Jsem trochu normální, trochu švihlá, trochu nespěšlá, **prostorově výrazná** a už nechci být sama... (...)*

*(...) 46 letá **plnoštíhlá** vdova se dvěma dospělými dětmi bydlící kousek od Ostravy. (...)*

*(...) Jsem **plnoštíhlé** postavy (diety jsem přestala řešit), (...)*

*(...) **Jsem při těle**, kuřačka se smyslem pro rodinu a humor. (...)*

*(...) **Jsem při těle** a jak mám široké boky, mám i do široka otevřené srdce. (...)*

11.2.4.1.3 Hypokoristika

Tři inzeráty obsahovaly rovněž hypokoristika.

*(...) Budu se těšit na odpovědi. **Lucka***

*(...) p.s. budu se těšit na tvoji odpověď s pozdravem **anny***

*Zdravim, jsem 35 leta **Kata** z jiznich cech a rada bych se seznamila. (...)*

*(...) Jsem sportovní **mamka**..mám dvě děti.*

*(...) najdu tady hodneho **tatku** co hleda priority jako ja*

⁷⁴ SSJČ, PSJČ, SSČ

⁷⁵ SSČ, SSJČ (zlatokop)

⁷⁶ SSJČ, SSČ, SNČ (s. 382)

⁷⁷ SSČ, SNČ (s. 51), SSJČ (bába)

⁷⁸ SSJČ

⁷⁹ SSJČ, SSČ (expr.)

11.2.4.1.4 Deminutiva

V inzerátech žen bylo obsaženo celkem 36 zdobnělin. Opakovala se deminutiva *maminka*, *blondýnka*, *srdíčko* a *človíček*.

(...) *Zájmy: pasivně sport, cestování, kino, příroda, přátelé, zábava , chaloupka, nelyžuju. (...)*

Jsem mladá maminka 6 leté holčičky a ráda bych touto cestou našla k nám hodného strejdu, který by nás měl obě dvě rád. Tatínka pro ní nehledám, má svého, (...)

Mám skoro 8 letého syna ve střídavé péči. A v plné péči dvě želvičky. (...)

(...) *Máme alergii na pejska, takže jediné venku na zahradě. (...)*

Ahoj, jsem 27 letá usměvavá, romantická blondýnka z Brna. (...)

Hledat tebe , chlapaka s misteckem ve svem srdicku . (...)

(...) *divadlo, kino, výletík lesní a jiný (...)*

Ahoj najde se človíček který ví co od života chce? (...)

(...) *Opravdu tady není jeden jediný slušný chlapík pro hezký vztah?*

Hledám přítele na procházky tanečky kino kafičko (...)

Hledám muže do nepohody, který má rád rodinné zázemí, práci kolem malého domečku, (...)

(...) *Uživím se sama, tudíž nehledám kasičku (...)*

(...) *Brunetka 42/171/55*

(...) *Nabízím pohodu, klídek (...)*

(...) *Máme rádi kyticčky, zvířata (hlavně koně a psy) ovoce a zeleninu na zahrádce, kterou rádi opečováváme (...)*

11.2.4.1.5 Augmentativa

Ve třech inzerátech užily autorky augmentativum *chlapák*.

(...) *hledám vysokého chlapaka do 44 let co sem chodí za účelem to tady smazat. (...)*

11.2.4.2 Zkratky a univerbizace

Nejčastějšími byly i v tomto vzorku zkratky *SS* a *VŠ*. Jeden inzerát obsahoval slovo vzniklé mechanickým krácením substantiva (*fest'ák*) a slovo vzniklé univerbizací, které se nacházelo ještě v dalších dvou inzerátech.

(...) *samotné se mi nechce do letňáku*⁸⁰, *na koncert či fest'ák*⁸¹. (...)

(...) *Bydlím v paneláku*⁸² sama. (...)

(...) *Léto u moře už nezvládnem, ale možná podzimní kolo, termali*⁸³ *nebo lyže a hory.* (...)

11.2.4.3 Anglicismy

V inzerátech žen byly 24krát zaznamenány anglicismy, přičemž se opakovaly výrazy *wellness*, *flirt* a *gentleman*.

33 leta dama hleda nezadaneho gentlemana od 56 do 80 let

(...) *snad štíhlá (já si tak nepřipadám-ženský evergreen), prý velmi atraktivní (ok, to neposoudím), (...)*

Miluju hudbu party wellness hory kino atd (...)

(...) *studentka, jež si kouřením před fakultou třídí myšlenky a pochybně se chichotá při vzpomínce na political memes, (...)*

(...) *yoga*houbaření*paddleboard-alespoň vyzkoušet (...)*

(...) *K tomu cestování, výlety, hory, sport (aktuálně badminton, občas běh) (...)*

70 let, nekuřačka, VŠ hledá nedostatkové "zboží" : inteligentního nekuřáka pro vážný vztah z Prahy. I s menším handicapem.

(...) *Myšlenkově jdoucí mimo mainstream. Potkám tě?*

(...) *Nad 180cm, žádný hipsterstký tintítka (...)*

(...) *Dáme v Praze drink?:-)*

Ráda se seznámím s mužem z Prahy, který je také singl (...)

Aktivní, hodný, se zájmem o cestování, chataření, campování? (...)

⁸⁰ Letní kino – SSČ, IJP (slang)

⁸¹ SSČ, SNČ (s. 128)

⁸² Panelový dům – SSJČ, SSČ

⁸³ Termální lázně – SSČ

Ráda poznám někoho, kdo místo *smalltalku* radši intuitivně a filozoficky zaměřenej *smarttalk*, (...)

(...) A pánové, spíš vážně, z *flirtu* jsem vyrostla. (...)

11.2.4.4 Hovorová slova

Inzeráty obsahovaly také mnoho hovorových slov. Mezi nejčastěji a opakovaně užívaná patřila slova *holka*, *kluk*, *kafe*, *sympat'ák*, *foto/fotka*, *ženská* a *prima*.

(...) Nebojte, *foto*⁸⁴ zašlu a celkem to jde.

(...) A pak i ta nejkrásnější *vizáž*⁸⁵ je na nic, když uvnitř je prázdnost.....

(...) Dáme v Praze *drink*⁸⁶?:-)

Někdo *prima*⁸⁷ na kolo, hory, vodu? Komu nevadí stan, ale také rád uvítá služby *super*⁸⁸ hotelu? (...)

(...) Máš tu *fotku*⁸⁹? je to jedno malé plus pro Tebe (...)

Tady jedna hezká *holka*⁹⁰ hledá hezkého přítele od 28 do 45 let (...)

Ahoj hledám *kluka*⁹¹ který by mě měl rád takovou jaká jsem (...)

.. chtěla bych muže, který je hodně *sexy*;) .. vážně:).. jinak to prostě "neumím".. (...)

Vzdělaná dlouhonohá *sympat'anda* ráda pozná *sympat'áka*⁹² na společnou plavbu životem. (...)

(...) když by nám spolu bylo dobře, tak třeba strávit zbytek života, bez zbytečného lhaní na to už jsem *fakt*⁹³ stará. (...)

Jsem mladá maminka 6 leté holčičky a ráda bych touto cestou našla k nám hodného *strejdu*⁹⁴, který by nás měl obě dvě rád. (...)

(...) I tak si pořád myslím, že chlap má být hlavou rodiny a ne aby ho *ženská*⁹⁵ živila. (...)

⁸⁴ SSJČ, PSJČ, SSČ

⁸⁵ SSJČ, SSČ

⁸⁶ SSČ

⁸⁷ SSJČ, SSČ

⁸⁸ SSČ

⁸⁹ SSJČ, SSČ

⁹⁰ SSJČ, PSJČ, SSČ

⁹¹ SSJČ, PSJČ, SSČ

⁹² SSČ

⁹³ SSJČ, SSČ

⁹⁴ Hovor. expr. – SSJČ, SSČ

⁹⁵ SSJČ, SSČ

(...) *Nezadaná svobodná bezdětná nehledá prince na bílém koni, ale úplně obyčejného mužského*⁹⁶, se kterým jí bude fajn a jemu s ní. (...)

11.2.4.5 Neologismy

V inzerátech žen se vyskytovaly i dva neologismy, a sice *pražská kavárna*⁹⁷ a *gaučink*⁹⁸.

Ráda poznám někoho, kdo místo smalltalku radši intuitivně a filozoficky zaměřenej smarttalk, má kreativní a spirituální zájmy, neplánuje rodinu, není pražská kavárna, (...)

(...) *Miluji jak přírodu, tak zrovna gaučink u televize. (...)*

11.2.4.6 Kontaminovaná slova

V jednom inzerátu vznikl nový tvar *vydulý* zkřížením slov *vydutý* a *odulý*.

Já, velmi svižná fyzicky, hodně bystrá psychicky, hledám obdobného partnera přiměřeného věku bez vousů a vydulého břichu, jen z Prahy a okolí

11.2.4.7 Frazologie a idiomatika

11.2.4.7.1 Frazémy slovesné a neslovesné

Frazémy byly hojně zaznamenány též v inzerátech žen. Opakovaly se nejen frazémy *být (někomu) oporou* a *ta pravá/ten pravý* (jako v mužských inzerátech), ale i frazémy *padnout si do oka*, *podzim života* a *spřízněná duše*. V jednom inzerátu uvedla pisatelka frazém *dělat z komára velblouda* i s jeho protikladem *dělat z velblouda komára*.

*Ahoj hledám kluka který by mě měl rád takovou jaká jsem a do koho bych jsem se ráda zamilovala který by mi byl oporou*⁹⁹ (...)

(...) *Vzájemně se těšit jeden na druhého a být si navzájem oporou. (...)*

Ahoj, potkala jsem tu spoustu zajímavých lidí, nicméně nikoho, u koho bych cítila, že by byl mou oporou a dalo by se budovat něco víc. (...)

⁹⁶ SSJČ, SSČ (expr.)

⁹⁷ Soutloví *pražská kavárna* označuje intelektuály z velkých měst, kteří se aktivně zajímají o politiku (Kavka, Škrabal, 2018, s. 187).

⁹⁸ Termín *gaučink* je označením pro lenošivé polehávání na gauči (Kavka, Škrabal, 2018, s. 82).

⁹⁹ SČFI 3 (s. 517)

*Miluju hudbu party wellness hory kino atd ráda bych může který je na tom stejně jak ja a taky je jeho krédo bez hudby ani den který by se mnou chodil na tyhle taneční party a **byl mi** v životě **oporou** (...)*

*Hledám muže do nepohody, který má rád rodinné zázemí, práci kolem malého domečku, umi **být oporou** ženě a těšit se z každodenních malickosti. Zn.**Podzim života**¹⁰⁰.*

*(...) Zrovna tak i **podzim života** by měl být tou nejkrásnější jeho etapou. (...)*

*(...) Pokud jsem te zaujala a **padla ti do oka**¹⁰¹, tak napis a vic uz si povime pak (...)*

*(...) Pokud Ti nevadí můj syn napiš, třeba si **padneme do oka**.*

*(...) Jeden z Vás by mohl **být tím pravým**¹⁰², tak o sobě dávám vědět. (...)*

*..jsi někde?Ty? Který hledáš znova,**tu pravou** (...)*

*(...) Jsem při těle a jak mám široké boky, mám i **do široka otevřené srdce**¹⁰³. Snad najdu **spřízněnou duši**¹⁰⁴.*

*(...) Chtěla bych zatím kamaráda, **spřízněnou duši** se kterou se budeme poznávat a uvidíme co z toho bude. (...)*

*(...) vždycky se těším na to, co mě čeká....a vždycky je všechno tak, jak má být....nic nejde **lámat přes koleno**¹⁰⁵...*

*Kráčím naproti muži s veselou povahou a **se srdcem na pravém místě**¹⁰⁶.*

*(...) Snílek s **nohama na zemi**¹⁰⁷ se na Tebe těší a věří, že tu jsi právě Ty (...)*

*(...) Tolik k mým fyzickým přednostem. Kromě nich mám i mozek a **ostrý jazyk**¹⁰⁸. (...)*

*(...) Přesto jsem ještě pořád "**ženská k světu**¹⁰⁹" (...)*

*Hledá se vyrovnaný muž s láskou ke zvířatům, schopnosti **udělat z velblouda komára** a sofistikovaným smyslem pro humor. A hledá jej žena se psem, schopnosti **udělat z komára velblouda**¹¹⁰ (...)*

¹⁰⁰ SČFI 2 (s. 254)

¹⁰¹ SČFI 3 (s. 496)

¹⁰² SČFI 2 (s. 274)

¹⁰³ Otevřít někomu své srdce/svou duši/své ledví SČFI 3 (s. 757)

¹⁰⁴ SČFI 2 (s. 81)

¹⁰⁵ SČFI 3 (s. 289)

¹⁰⁶ SČFI 3 (s. 755)

¹⁰⁷ Stát oběma nohama (pevně) na zemi – SČFI 3 (s. 463)

¹⁰⁸ SČFI 2 (s. 125)

¹⁰⁹ SČFI 3 (s. 788)

¹¹⁰ SČFI 3 (s. 291)

11.2.4.7.2 Frazémy větné

Ženy ve svých inzerátech či jako samotný inzerát užívaly přísloví a rčení častěji než muži. Frekventovanými byla přísloví *ve dvou se to lépe táhne* (a obměny *ve dvou se bojuje líp*, *ve dvou je vše veselejší* a *ve dvou jde všechno lépe*), *kdo hledá, najde* a rčení *hledat jehlu v kupce sena* (s obměnou *hledat střípek zlata v hromadě písku*). V jednom inzerátu užila pisatelka při své sebecharakteristice i přirovnání *být chudý jako kostelní myš*.

(...) *Přeci jen ve dvou se to lépe táhne.*

(...) *ve dvou se to lépe táhne a je veseleji na tom světě. (...)*

(...) *Sympatie napoví a ve dvou se to lépe táhne.*

(...) *Ve dvou se to lépe táhne. Těším se na odpověď, foto zašlu mailem.*

(...) **ZNACKA : VE DVOU SE TO LEPE TAHNE**

Ve dvou je vše veselejší :-), a proto hledám někoho, kdo by mi uměl vykouzlit úsměv na mých rtech.

Nejsem životem zklamaná, ale ve dvou jde vše tak nějak líp ?? (...)

(...) *Ve dvou jde vše lépe. Tak jestli tu jsi, ozvi se.*

(...) *Ve dvou je život veselejší, tak proč být sám*

Život je boj¹¹¹, ale ve dvou se bojuje líp. Najdu tu někoho, kdo bude bojovat po mém boku? (...)

Kdo hledá najde¹¹²

Kdo hledá najde.....?

kdo hledá najde. Jsem 58 let z Krnova najdu protějšek? (...)

Kdo prý nehledá, nenajde..takže nebudeme sedět a zahálet (...)

Hledat jehlu v kupce sena¹¹³ a najít je umění. Zda k sobě patříme se uvidí....

Co očekávám??? nic víc nic mén....prostě hledám "JEN" jehlu v kupce sena (...)

(...) *V dnešní době najít takového muže je jako najít jehlu v kupce sena. (...)*

Objevit toho správného člověka do pohody i nepohody je jako hledat střípek zlata v hromadě písku. (...)

(...) ***S humorem a láskou jde všechno líp¹¹⁴, nemyslíš? Jestli ano, ozvi se.***

Kdo se bojí nesmí do lesa¹¹⁵. Tak pojd' se mnou.

¹¹¹ SČFI 4 (s. 1050)

¹¹² SČFI 4 (s. 283)

¹¹³ SČFI 4 (s. 346)

¹¹⁴ S úsměvem jde všechno líp – SČFI 4 (s. 929)

¹¹⁵ SČFI 4 (s. 432)

178 cm, 60 let, temperamentní, pohledná si už opravdu není jistá, že existuje normální, aspoň trochu živý chlap, ale znáte to, **naděje umírá naposledy**¹¹⁶

Láska prochází žaludkem¹¹⁷ se říká.....copak o to, v tom by problém nebyl, jen kde tu lásku potkat????

(...) Jelikož jsem názoru, že **oči jsou branou do duše**¹¹⁸ a vypoví více než tisíc slov, prosím v případě zájmu o zaslání fotografie, za což předem děkuji.

Už mě unavují rady, co jíst a co nejíst, jaké mohu mít nemoci, protože vím, že **ve zdravém těle je zdravý duch**¹¹⁹, a proto činím, co mi radí moje zdravá mysl. (...)

Kdosi řekl, že **protiklady se přitahují**¹²⁰. Za sebe-základní podobnost dvou lidí je nezbytná. (...)

Jsem malá, otlá, **chudá jak kostelní myš**¹²¹, s jedním závazkem... (...)

11.2.4.8 Citáty

Jako samotný text inzerátu užívaly ženy také citáty významných osobností. Citován byl irský dramatik George Bernard Shaw, francouzský spisovatel a publicista Albert Camus a římský filozof Lucius Annaeus Seneca (poslední dva níže uvedené inzeráty).

Je lepší ženu rozčilovat, než nudit (G.B.Shaw)

„Nekráčej přede mnou, možná za tebou nepůjdu. Nekráčej za mnou, možná tě nedokážu vést. Kráčej vedle mě a buď můj přítel.“ Albert Camus

Ztrácíme svůj čas vahaním a odkladáním, život utíká

Život je jako divadelní kus. Nezáleží, jak dlouhý byl, ale jak byl zahrán... Tak se ozvi, ať stihneme ještě jedno dějství.

Stejně jako u inzerátů mužů i v inzerátech žen se objevily citace ze známých českých písní. Byly jimi písně *Mám boky jako skříň* od Ewy Farne a *Báječná ženská* Michala Tučného.

¹¹⁶ SČFI 4 (s. 514)

¹¹⁷ SČFI 4 (s. 425)

¹¹⁸ Oko do srdce/duše okno. – SČFI 4 (s. 630)

¹¹⁹ SČFI 4 (s. 901)

¹²⁰ Protivy se přitahují. – SČFI 4 (s. 729)

¹²¹ SČFI 1 (s. 220)

To víš.... Kluci chtěj,na noc Barbíny co nemyslej. A když jim není hej, přicupitaj na tvůj práh,chtěj zahřát a maj hlad. Mám prostě od Pánbička,boky jako skříň, jako skříň :-D (...) Hledám někoho do pohody i nepohody. S kým můžu na kafe/čaj/pivo a nebo klidně na výlet. Mám ráda kočky, dlouhé klidné procházky a hodně čtu. Ráda se směji a mám pekelný smysl pro humor takže k sobě nechci suchara. P.S. **Mám od pánbička boky jako skříň.** ;)

korpulentní, milá a většinou veselá žena 45 let ráda pozná báječnýho chlapa. Těším se na báječný život plný báječných dní bez útrap .)

11.2.5 Stylistická rovina

11.2.5.1 Jazyková kreativita

O originální text inzerátu a jeho ozvláštnění se snažily i ženy. Ve čtyřech inzerátech tak lze zaznamenat antitezi.

***Převážně vážně, i když s humorem:** Když tady ONA HLEDÁ JEHO, měl by taky ON HLEDAT JI . Jinak se ti dva - tedy JÁ a TY, nemají šanci najít. Takže před pikolou, za pikolou nesmí nikdo stát..... Já: 1630 mm, 57 000 g netto, neposeda, prý pohledná. Praha. A ty?*

*(...) Aktivnější, přesto životem zklidněná hledá muže podobného naladění se zájmem o partnerský vztah a vše co k němu patří. Jinými slovy, docela **obyčejný unikát.***

Nejveselejší melancholička hledá parťáka na stejné vlně.

*Ahoj, ráda bych našla **normálně nenormálního** chlapa, který ví, co od života chce. (...)*

Výjimkou nebyly ani inzeráty obsahující určitou dávku (sebe)ironie.

Neatraktivní a nudná hledá pravý opak sebe samé, aby život dostal smysl...

(...) Foto pošlu meilem aby při případném osobním setkání nedošlo k újmě na zdraví z vyděšení. (...)

11.2.5.2 Poetizace

V devíti inzerátech či alespoň v jejich části užily pisatelky k ozvláštnění rým.

Žena hledá muže, který všechno zmůže a stále může.

Muže s přehledem, nadhledem a přímým pohledem... Najdu? Trochu splašená, pihatá padesátka...

Kuky, kuk, je někde správněj chlap na normální život,, jako jsou radosti, starosti... Úsměv, humor a s hlavou plnou blbosti? Jestli jo, budu se těšit....

Ráda poznám upřímného sympatického optimistu - nekuřáka, kterého baví žít pro rodinu, cestování i zahrádka. Někdy běžky, někdy pěšky :-)

Láska je krásný cit bez ní nelze žít, hledám chlapa jak má být, na vše hezké. Já štíhlejší, pohledna, temperamentní ráda cestují, příroda, voda ,kolo. Napiš prosím něco o sobě a kontakt.

Pro klidné žití a navždy pohlazení, procházky , relax i odpočinek za účelem pro naše zpríjemnění, hledám Tebe nekuř. průměr. věku , chci Tě navždy držet po svém boku. Spolu se smát a pro vše radost prožívat. Brno.

Jako správná žena válečníka doma chci mít Co se umí chovat, o svou čest bojovat Pracovat a taky trochu snít Co bude milovat svoji zem bude dbát o její krásu A postaví se v dobrém i zlém jak za starých časů. A pravých chlapů je dneska málo, pravých citů, ještě miň Válečníka co umí zbožňovat, pro víru riskovat, vládnout chránit a ostatní ctít Bude milovat svoji zem bude znát svoji cenu bude slavných hrdinů odrazem taky šperkem pro svoji ženu... jen vážně, nejlépe voják. já 28/156cm/82kg

Hledam muže z okolí Zlína, co mě láskou naplní. A co mu nevadí ze mam 3 děti uvidim jestli najdu stesti nebo nenajdu protoze deti jsou vecne prekazkou. Tak aspon zkusim to stesti. Hledám muže s krásnou duší, tohle každému muži sluší. Muže kterého bych si mohla vážit. Muže který ví co je to milovat, kterému můžu srdce darovat. Snad tě najdu, láska má. Má duše to nezvládá. Jsem obycejna holka co ji potkalo zklamani v zivote hledam hodneho pritele nebo kamarada co to myslí vazne na nic si nehraj

Nejsem už holka, ale ani baba stará, co jen o telku a drby v okolí se stará. Chci se smát, radovat a žít a s tebou, milý příteli, dobrou vůli mít. VŠ 60/172, rozvedená, štíhlá,

mladistvá, aktivní, s všestrannými zájmy, hledá podobně založeného inteligentního přítele-partnera, vyšší postavy, nekuřáka, pouze bez závazků, pro trvalý vztah. Praha a okolí.

11.2.6 Nespisovnost

Ženy se snažily psát své inzeráty spisovnou češtinou, která převažovala, ale v některých inzerátech se přeci jen vyskytovaly i prvky nespisovnosti:

- úženi -é > -í/ý

*(...) hledám už docela dlouho a pořád se mi nedaří, to je vážně dneska tak **těžký** najít někoho normálního?? (...)*

*Hledám parťáka pro život. :-)Tzn.: vyřešená minulost, **dospělý** děti, občas si vyrazit na kole.popř.motorka (...)*

*Brno, Blansko neobyčejně obyčejná studující holka (19) hledá stejně neobyčejně **obyčejného** kluka na seznámení, a společné trávení času. (...)*

*(...) Ráda si zajdu na procházku někam ven, do kina, někam jen tak posedět, na **různý** akce (...)*

*(...) Jsem usměvavá, vtipná, upovídaná boubelka. To ostatně vidíte na **mý** fotce (...)*

*(...) klid, pohodu, důvěru, toleraci, oporu, upřímnost, kamarádství, vyřešenou minulost, nebrání se v kravinách a v neposlední řadě lásku.....což je v dnešní době hodně **těžký** (...)*

*(...) Hledám **svetlookyho vernyho** gentlemana pro hezkou společnou budoucnost. (...)*

- diftongizace hlásky -ý > -ej

*Hledám..... Normálního chlapa , **ktorej** se k ženě umí chovat jako k ženě. (...)*

***Nějakej** fajn chlap 20-36let na seznámení?? (...)*

*Hledam přítele ja nejsem stihla a mam dve deti nehledam krasu ani bohatstvi ale obyc. chlapa **ktorej** nas bude mit rad (...)*

*Kuky, kuk, je někde **správnej** chlap na normální život (...)*

- vynechání koncového -e v 1. osobě množného čísla

(...) **Pujdem** spolu životem v dobrem i zlem .

(...) *Jen porad' mi kde hledat tě mám :)*... **Najdem** se?... :)

*Žena 66/167 hledá pěkný vztah s osamělým mužem. Zn. **nebudem** sami*

(...) *Léto u moře už **nezvládnem**, ale možná podzimní kolo, termali nebo lyže a hory. (...)*

- tvary slovesa *být* bez počátečního *j-*

(...) **sem** svobodná štíhlá ráda cestuji sportuji si tu

*Hledám tady chlapa, klidně ať **si** dřevorubec, ale ať **si** prostě chlap. (...)*

- koncovka *-ma* u substantiv a adjektiv v instrumentálu množného čísla

(...) *já SŠ 58/174 optimistka s mladistvou duší, **toulavýma botama**, která by ráda žila v harmonickém vztahu.*

- unifikace koncovek v množném čísle pronomin

*Pánové vdovci, **který** jste sami ozvěte se 55ti leté ženě z Jičínska, (...)*

- nespisovná slova

(...) *Jsem trochu normální, trochu **švihlá**¹²², trochu nesmělá, prostorově výrazná a už nechci být sama... (...)*

11.2.7 Frekvence výrazů užitých k sebecharakteristice

K popisu své osoby užívaly ženy (stejně jako muži) nejčastěji spojení hodnotícího adjektiva se substantivem. V tabulkách níže je proto rovněž představen frekvenční korpus těchto výrazů (informace o tvorbě korpusu viz podkapitola 11.1.7).

¹²² SNČ (s. 421)

11.2.7.1 Adjektiva

Adjektivum	Frekvence
Štíhlá	7
Svobodná	5
Upřímná	5
Inteligentní	4
Normální	4
Obyčejná	4
Romantická	4
Sympatická	4
Bezdětná	3
Hezká	3
Milá	3
Rozvedená	3
Temperamentní	3
Veselá	3
Aktivní	2
Dlouhonohá	2
Milující	2
Mladá	2
Plnoštíhlá	2
Pohledná	2
Samostatná	2
Usměvavá	2
Vtipná	2
Akční	1
Aktivnější	1
Atraktivní	1
Blondatá	1
Bystrá	1
Cynická	1
Energická	1
Férová	1
Chudá	1
Chytrá	1
Komunikativní	1
Korpulentní	1
Malá	1
Mazlivá	1
Neatraktivní	1
Necestující	1
Nesmělá	1
Nesportující	1
Neštíhlá	1
Nezadaná	1
Nudná	1
Optimistická	1

Ošklivá	1
Otlá	1
Pěkná	1
Pihatá	1
Pracovitá	1
Pracující	1
Příjemná	1
Sarkastická	1
Splašená	1
Sportovní	1
Střelená	1
Studující	1
Štíhlejší	1
Tichá	1
Ukecaná	1
Upovídaná	1
Věrná	1
Vlasatá	1
Vzdělaná	1
Ztřeštěná	1

11.2.7.2 Substantiva

Substantivum	Frekvence
Žena	26
Holka	8
Maminka	6
Nekuřačka	4
Blondýnka	3
Kuřačka	3
Baculka	2
Slečna	2
Ženská	2
Boubelka	1
Brunetka	1
Cyklistka	1
Důchodkyně	1
Holčina	1
Koňačka	1
Mamka	1
Manažerka	1
Melancholička	1
Neposeda	1
Optimistka	1
Padesátka	1
Realistka	1
Romantička	1

Studentka	1
Sympat'anda	1
Uličnice	1

12 Závěr

Diplomová práce na téma *Jazykové prostředky v seznamovacích inzerátech* se skládá z teoretické a praktické části. Teoretickou část tvoří poznatky získané prostudováním odborné literatury. Praktická část práce je zaměřena na jazykovou analýzu seznamovacích inzerátů z hlediska jednotlivých jazykových rovin.

Ačkoliv si pisatelé mohou znění inzerátu před jeho zveřejněním promyslet, zaznamenali jsme překlepy jak u mužů, tak i u žen. Největším problémem však byla u obou pohlaví interpunkce (zejména čárky). Mnoho inzerátů se vyznačovalo též naprostou absencí interpunkce. Vyskytly se i inzeráty, v nichž seznamující užili čárky na správném místě, avšak chybělo oddělení mezerami. Tento jev lze ale chápat jako snahu o úsporu místa, jelikož jsou texty inzerátů na portálu *Rande.cz* limitovány pěti sty znaky. Z interpunkce dělaly seznamujícím problémy i spojovník a pomlčka. Nejčastěji se jednalo o zápis věkového rozmezí u hledaného partnera a substantiva *e-mail*, které pisatelé často psali bez spojovníku, aniž by si uvědomovali, že tím zcela změní význam slova. Tyto chyby mohou být způsobeny neznalostí, kdy mnoho lidí ani nemusí tušit, že se rozlišuje mezi spojovníkem a pomlčkou a užívají univerzálně pouze jeden z nich (zpravidla spojovník). Chyby v psaní velkých písmen se vyskytovaly také u mužů a žen, dokonce i při psaní svého vlastního jména. V inzerátech mužů a žen byly rovněž chyby v psaní zdvojených souhlásek. Důraz na určité slovo či sdělení vyjadřovali seznamující pomocí velkých písmen. Vypozorovat lze i iteraci grafémů a používání emotikonů, jež jsou pro elektronickou komunikaci příznačné. Rozdílem v ortografické rovině jsou pouze chyby v předponách *s-*, *z-* a *vz-*, které jsme zaznamenali jen v inzerátech mužů.

V psaní podstatných jmen byl pro muže problematický zejména 1. a 4. pád množného čísla a již zmíněné substantivum *e-mail*. Ženy chybovaly ve slově *e-mail* podstatně méně, zato však nerozlišovaly rozdíl ve slovech *tip/typ*. U přídavných jmen jsme zaznamenali v mužských inzerátech nesprávné koncovky u tvrdého typu složené deklinace a u žen chybu v koncovce přivlastňovacího adjektiva a v předponě *vý-* ve slově *výjimečná*. Skloňování osobního zájmena *já* činilo potíže oběma pohlavím a stejně tak i zápis složených číselných výrazů. Neočekávanou však byla chyba v rozkazovacím způsobu slovesa *ozvat se*, která se rovněž vyskytla v inzerátech obou pohlaví (u mužů třikrát a u žen jednou). Dále jsme v obou analyzovaných skupinách zaznamenali pochybení v zápisu příslovcí a předložek a u žen ještě navíc ve spojce *anebo*. Co jsme ale vypozorovali pouze u žen, bylo uplatnění citoslovcí (celkem ve čtyřech inzerátech).

Z hlediska syntaktické roviny jsme našli zvláštnosti a nepravidelnosti ve větné stavbě v inzerátech mužů i žen. Nejfrekventovanější byla parenthese a naopak nejmenší zastoupení měl postponovaný přívlástek shodný, který se vyskytoval v obou skupinách pouze po jednom. Úvod inzerátů tvořil nejčastěji pozdrav *ahoj* a oslovení *milá neznámá/milý neznámý*. Poměrně často doplňovala inzeráty řečnická otázka, ale mnohdy představovala jejich celé znění (např. *Najdu tě?*). Témata se rovněž shodovala u mužů i u žen, přičemž klíčovou roli hrála doba zveřejnění inzerátů. Oproti seznamovacím inzerátům v tištěných novinách, pro které bývala závěrečná značka obzvláště typická, se v inzerátech z internetové seznamky vyskytovala spíše výjimečně. Jediné, čím se inzeráty mužů a žen odlišovaly v syntaktické rovině, byl nesprávně zvolený slovosled u dvou inzerátů psaných ženami.

Co se týká lexikální roviny, lišily se inzeráty žen meliorativy a augmentativy. V mužských inzerátech bylo zase zaznamenáno jedno dětské slovo (*papání*), které bychom spíše očekávali u žen. Překvapivý byl i podíl deminutiv. Předpokládali jsme, že větší výskyt slov zdrobnělých bude ve vyjadřování žen, avšak naše analýza ukázala pravý opak. Vzorek mužských inzerátů obsahoval 41 zdrobnělin, zatímco vzorek těch ženských jich obsahoval 36. Možným vysvětlením může být snaha pisatelů zapůsobit na potenciální partnerku, díky níž inzeráty záměrně takto stylizují, aby se jí svým projevem přiblížili. Inzeráty mužů se dále odlišovaly i obsazením nářečního jevu a argotismu a inzeráty žen výskytem neologismů a utvořením nového výrazu zkřížením dvou slov. Společné bylo naopak pro obě skupiny seznamujících ozvláštňení inzerčních textů pomocí nejrůznějších frazémů (slovesných, neslovesných i větných) a pomocí citátů (ať už významných osobností či citace z písní a televizní a filmové tvorby).

V mnohých inzerátech jsme zaznamenali jistou jazykovou kreativitu, jež se u mužů vyznačovala transformací seznamovacího inzerátu do jiného typu inzerčního textu a u žen (sebe)ironií. Shodným znakem bylo spojování protikladných tvrzení. Zajímavým zjištěním však bylo, že i na internetové seznamce lze nalézt veršované inzeráty nebo alespoň část jejich znění, a to u mužů i u žen.

Inzeráty seznamujících byly psány zpravidla spisovnou češtinou. Přesto lze nalézt v nejednom inzerátu rysy nespisovnosti. Jednalo se zejména o diftongizaci (-ý > -ej) a úžení (-é > -í/-ý).

Záměrem práce bylo charakterizovat specifika textů seznamovacích inzerátů na internetu a poukázat na nejčastější gramatické a pravopisné nedostatky inzerentů, což se nám pomocí jazykové analýzy podařilo nastínit. Při zhodnocení výsledků nelze tvrdit, že

by mezi inzeráty psaných muži a inzeráty psaných ženami byly nějaké markantní rozdíly. Dílčím cílem bylo také vymezení prostředků nejčastěji užívaných seznamujícími ke své sebecharakteristice. Výčet těchto výrazů tvoří korpus zpracovaný ve formě tabulky v závěru analýzy mužských a ženských inzerátů. Pisatelé se nejfrekventovaněji popisovali adjektivem *normální* a substantivem *muž* a pisatelky adjektivem *štíhlá* a substantivem *žena*.

13 Seznam literatury

Odborná literatura

BYSTRZYCKI, Krzysztof, 2005. O jazykových funkcích v elektronické komunikaci. POŘÍZKA, Petr a Vladimír P. POLÁCH, ed. *Jazyky v kontaktu/jazyky v konfliktu a evropský jazykový prostor: Sborník příspěvků ze 4. mezinárodní konference Setkání mladých lingvistů, konané na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci ve dnech 12.–14. května 2003*. Olomouc: Univerzita Palackého. ISBN 80-244-1027-3.

ČECHOVÁ, Marie, 1991. Styl administrativních textů. CHLOUPEK, Jan a kol. *Stylistika češtiny*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství. ISBN 80-04-23302-3.

ČECHOVÁ, Marie, 1997. Direktivní a operativní funkce jako konstituující faktor – funkční styl administrativní. ČECHOVÁ, Marie, Jan CHLOUPEK, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Stylistika současné češtiny*. Praha: ISV. ISBN 80-85866-21-8.

ČECHOVÁ, Marie, 2003a. Regulativní a operativní funkce jako konstituující faktor projevu. ČECHOVÁ, Marie a kol. *Současná česká stylistika*. Praha: ISV. ISBN 80-86642-00-3.

ČECHOVÁ, Marie, 2003b. Průniková pásma funkčních stylů. ČECHOVÁ, Marie a kol. *Současná česká stylistika*. Praha: ISV. ISBN 80-86642-00-3.

ČECHOVÁ, Marie, 2008. Regulativní a operativní funkce jako konstituující faktor projevu. Funkční styl administrativní. ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: Lidové noviny. ISBN 978-80-7106-961-4.

ČECHOVÁ, Marie a kol., 2000. *Čeština – řeč a jazyk*. 2., přeprac. vydání. Praha: ISV. ISBN 80-85866-57-9.

ČMEJRKOVÁ, Světa, 1997. Jazyk pro druhé pohlaví. DANEŠ, František a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia. ISBN 80-200-0617-6.

DECARLI VALDROVÁ, Jana, 2004. Ženská a mužská role v jazyce. DECARLI VALDROVÁ, Jana a kol. *Abc feminismu*. Brno: Nesehnutí. ISBN 80-903228-3-2.

- HLADKÁ, Zdeňka a Ivan ŠMILAUER, 2006. K specifickým rysům elektronické korespondence. HOSKOVEC, Tomáš, Ondřej ŠEFČÍK a Radim SOVA. *Teorie a empirie: Bichla pro Krčmovó*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 80-210-3955-8.
- HOFFMANNOVÁ, Jana, 2015. Korespondence současných mladých lidí: od klasických (nejen milostných) dopisů k elektronické komunikaci. HOFFMANNOVÁ, Jana a Bohuslav HOFFMANN. *Dialogické interpretace*. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-2942-1.
- HOLEČKOVÁ, Lenka, 2012. Úloha a možnosti médií jako prostředku pro přenos informací: Současná úloha elektronické komunikace. In: CHROMÝ, Jan, René DRTINA a Josef ŠEDIVÝ, ed. *Média a vzdělávání 2012: Sborník recenzovaných příspěvků mezinárodní vědecké konference* [online]. Praha: ExtraSYSTEM [cit. 2020-02-13]. ISBN 978-80-87570-07-4. Dostupné z: <http://www.extrasystem.com/>
- JAKOBSON, Roman, 1995. Lingvistika a poetika. *Poetická funkce*. Jinočany: H & H. ISBN 80-85787-83-0.
- JANOUŠEK, Jaromír, 2015. *Psychologické základy verbální komunikace*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4295-3.
- KONEČNÝ, Štěpán, 2011. *Fenomén lhaní v prostředí internetu*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-5488-2.
- KOPECKÝ, Kamil a Veronika KREJČÍ, 2010. *Rizika virtuální komunikace* [online]. Olomouc: Net University [cit. 2020-02-08]. ISBN 978-80-254-7866-0. Dostupné z: <http://www.e-nebezpeci.cz/ke-stazeni/materialy-pro-studium-studie-atd>
- KOŘENSKÝ, Jan, Jana HOFFMANNOVÁ, Olga MÜLLEROVÁ a Alena JAKLOVÁ, 1999. *Komplexní analýza komunikačního procesu a textu*. 3. vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita. ISBN 80-7040-363-2.
- LOTKO, Edvard, 2003. *Slovník lingvistických termínů pro filology*. 3. nezměněné vyd. Olomouc: Univerzita Palackého. ISBN 80-244-0720-5.
- MINÁŘOVÁ, Eva, 1991. Získávací a přesvědčovací funkce jako konstituující faktor projevu – funkční styl publicistický. CHLOUPEK, Jan a kol. *Stylistika češtiny*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství. ISBN 80-04-23302-3.

MINÁŘOVÁ, Eva, 1997. Získávací a přesvědčovací funkce jako konstituující faktor projevu – funkční styl publicistický. ČECHOVÁ, Marie, Jan CHLOUPEK, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Stylistika současné češtiny*. Praha: ISV. ISBN 80-85866-21-8.

MINÁŘOVÁ, Eva, 2003. Informativní a persvazivní funkce jako konstituující faktor projevu: Funkční styl publicistický. ČECHOVÁ, Marie a kol. *Současná česká stylistika*. Praha: ISV. ISBN 80-86642-00-3.

MINÁŘOVÁ, Eva, 2008a. Informativní a persvazivní funkce jako konstituující faktor projevu. Funkční styl publicistický. ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: Lidové noviny. ISBN 978-80-7106-961-4.

MINÁŘOVÁ, Eva, 2008b. Teorie funkčních stylů. ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: Lidové noviny. ISBN 978-80-7106-961-4.

MINÁŘOVÁ, Eva, 2011. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-2979-4.

MISTRÍK, Josef, 1997. *Štylistika*. 3., upravené vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo. ISBN 80-08-02529-8.

MLČOCH, Miloš, 2005. Anglicismy v chatové komunikaci mládeže aneb Hod'te nějakej link na dobrej house. In: ULIČNÝ, Oldřich, ed. *Eurolitteraria & Eurolingua* [online]. Liberec: Technická univerzita [cit. 2020-02-16]. ISBN 80-7372-040-X. Dostupné z: <https://kcl.fp.tul.cz/vedecka-cinnost/konference>

PLAŇAVA, Ivo, 2005. *Průvodce mezilidskou komunikací: Přístupy – dovednosti – poruchy*. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0858-2.

RYBKA, Michal a Ondřej MALÝ, 2002. *Jak komunikovat elektronicky*. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0208-8.

SKOPOVÁ, Nikola, 2015. *Sebeprezentace lidí na online seznamce*. Plzeň. Bakalářská práce. Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta filozofická.

STANĚK, Josef, 1977. Zn. "Jen upřímně a vážně": Hierarchie hodnot v seznamovacím inzerátu. Praha: Mladá fronta.

ČERMÁK, František a kol., 2009. *Slovník české frazeologie a idiomatiky 3: Výrazy slovesné*. Praha: Leda. ISBN 978-80-7335-218-9.

ČERMÁK, František a kol., 2009. *Slovník české frazeologie a idiomatiky 4: Výrazy větné*. Praha: Leda. ISBN 978-80-7335-219-6.

DAVID, Jaroslav, 2017. Nick. In: KARLÍK, Petr, Marek NEKULA a Jana PLESKALOVÁ, ed. *CzechEncy: Nový encyklopedický slovník češtiny* [online]. Brno: Masarykova univerzita [cit. 2020-02-18]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/NICK>

HRUŠKA, Jan František, 1907. *Dialektický slovník chodský*. Praha: III. třída České akademie císaře Františka Josefa pro vědy, slovesnost a umění. Archiv pro lexikografii a dialektologii.

HUGO, Jan, ed., 2009. *Slovník nespisovné češtiny: argot, slangy a obecná mluva od nejstarších dob po současnost: historie a původ slov*. 3., rozš. vyd. Praha: Maxdorf. ISBN 978-80-7345-198-1.

Internetová jazyková příručka [online], ©2008–2020. Praha: Jazyková poradna ÚJČ AV ČR [cit. 2020-07-29]. Dostupné z: <https://prirucka.ujc.cas.cz/>

JELÍNEK, Milan, 2017. Zkratka. In: KARLÍK, Petr, Marek NEKULA a Jana PLESKALOVÁ, ed. *CzechEncy: Nový encyklopedický slovník češtiny* [online]. Brno: Masarykova univerzita [cit. 2020-02-17]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/ZKRATKA#akronymum>

JÍLKOVÁ, Lucie, 2017. Elektronická komunikace. KARLÍK, Petr, Marek NEKULA a Jana PLESKALOVÁ. *CzechEncy: Nový encyklopedický slovník češtiny* [online]. Brno: Masarykova univerzita [cit. 2020-02-11]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/ELEKTRONICK%C3%81%20KOMUNIKACE>

KARLÍK, Petr, 2017. Vsuvka. In: KARLÍK, Petr, Marek NEKULA a Jana PLESKALOVÁ, ed. *CzechEncy: Nový encyklopedický slovník češtiny* [online]. Brno: Masarykova univerzita [cit. 2020-04-14]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/VSUVKA>

KAVKA, Martin, Michal ŠKRABAL a kol., 2018. *Hacknutá čeština: Neortodoxní slovník dnešní mateřštiny*. Brno: Jan Melvil Publishing. ISBN 978-80-7555-058-3.

MARTINCOVÁ, Olga, 2017. Internacionalismus. In: KARLÍK, Petr, Marek NEKULA a Jana PLESKALOVÁ, ed. *CzechEncy: Nový encyklopedický slovník češtiny* [online]. Brno: Masarykova univerzita [cit. 2020-02-16]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/INTERNACIONALISMUS>

MINÁŘOVÁ, Eva, 2017. Žurnalistický styl. In: KARLÍK, Petr, Marek NEKULA a Jana PLESKALOVÁ, ed. *CzechEncy: Nový encyklopedický slovník češtiny* [online]. Brno: Masarykova univerzita [cit. 2020-02-23]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/%C5%BDURNALISTICK%C3%9D%20STYL>
Příruční slovník jazyka českého [online], 2007. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR [cit. 2020-07-29]. Dostupné z: <https://psjc.ujc.cas.cz/>

RUSÍNOVÁ, Zdenka, 2017. Zkracování. In: KARLÍK, Petr, Marek NEKULA a Jana PLESKALOVÁ, ed. *CzechEncy: Nový encyklopedický slovník češtiny* [online]. Brno: Masarykova univerzita [cit. 2020-02-17]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/ZKRACOV%C3%81N%C3%8D>

Slovník současné češtiny [online], ©2018. Brno: Lingea [cit. 2020-07-29]. Dostupné z: <https://www.nechybujte.cz/slovník-soucasne-cestiny>

Slovník spisovného jazyka českého [online], 2011. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR [cit. 2020-07-29]. Dostupné z: <https://ssjc.ujc.cas.cz>

Časopisy

ČECHOVÁ, Marie, 1989. Charakteristika administrativního stylu. *Naše řeč* [online]. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, **72**(1), 1–10 [cit. 2020-02-21]. ISSN 2571-0893. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=6810>

ČMEJRKOVÁ, Světla, 1995. Žena v jazyce. *Slovo a slovesnost* [online]. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, **56**(1), 43–55 [cit. 2020-03-14]. ISSN 2571-0885. Dostupné z: <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=3614>

DAVID, Jaroslav, 2006. „hele vis ze mas dobrej nick?“. *Čeština doma a ve světě* [online]. Praha: Filozofická fakulta Univerzity Karlovy, **14**(1–4), 26–32 [cit. 2020-02-18]. ISSN 1210-9339. Dostupné z: <https://ucjtk.ff.cuni.cz/veda-a-vyzkum/publikace/cestina-doma-a-ve-svete/>

FÁROVÁ, Nina, 2013. Odlišnosti v komunikaci z genderové perspektivy. „Skutečná“ dívka rovná se „slušná“ dívka. *AntropoWebzin* [online]. Plzeň: AntropoWeb, (1), 17–26 [cit. 2020-03-16]. ISSN 1801-8807. Dostupné z: <http://www.antropoweb.cz/webzin/index.php/webzin/issue/archive>

FINKEL, Eli J. et al., 2012. Online Dating: A Critical Analysis From the Perspective of Psychological Science. *Psychological Science in the Public Interest* [online]. Association for Psychological Science, 7.3.2012, **13**(1), 3–66 [cit. 2020-02-05]. ISSN 1539-6053. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/stoken/rbtfl/cK9EB6/4zQ0AM/full>

HOFFMANNOVÁ, Jana, 1985. Seznamovací inzeráty mladých lidí (Charakteristika typu textu jako jednotky sociální interakce). *Naše řeč* [online]. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, **68**(3), 113–124 [cit. 2020-02-26]. ISSN 2571-0893. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=6542>

CHLOUPEK, Jan, 1994. Funkční styly dnes. *Naše řeč* [online]. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, **77**(2), 57–66 [cit. 2020-02-24]. ISSN 2571-0893. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7174>

JAKLOVÁ, Alena, 1997. K současnému stavu chodského nářečí z hlediska sociolingvistického I. *Naše řeč* [online]. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, **80**(2), 64–72 [cit. 2020-07-27]. ISSN 2571-0893. Dostupné z: http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7362#_ftn17

MAREŠOVÁ, Hana, 2006. (Hyper)text a obraz, psanost a mluvenost. *Čeština doma a ve světě* [online]. Praha: Filozofická fakulta Univerzity Karlovy, **14**(1–4), 42–49 [cit. 2020-02-14]. ISSN 1210-9339. Dostupné z: <https://ucjtk.ff.cuni.cz/veda-a-vyzkum/publikace/cestina-doma-a-ve-svete/>

NOVÁČEK, Tomáš, 2017. Historie internetu aneb první zpráva byla vlastně trolling. In: *Bud' FIT: časopis FIT ČVUT* [online]. Praha: Fakulta informačních technologií ČVUT, 17.1.2017 [cit. 2020-02-07]. Dostupné z:

<https://casopis.fit.cvut.cz/tema/historie-internetu-aneb-prvni-zprava-byla-vlastne-trolling/>

NOVÁK, Tomáš, 2012. Seznamovací inzerce v tisku – ohrožený druh? *Universitas: revue Masarykovy univerzity* [online]. Brno: Masarykova univerzita, **45**(3), 32–34 [cit. 2019-11-30]. ISSN 1212-8139. Dostupné z: <https://journals.muni.cz/universitas/article/view/338/328>

PRAVDOVÁ, Markéta, 2002. K povaze reklamního diskurzu. *Naše řeč* [online]. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, **85**(4), 177–189 [cit. 2020-03-03]. ISSN 2571-0893. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7690>

SVOBODOVÁ, Diana, 2007. Cizojazyčné lexikální přejímky v komunikaci na chatu. *Naše řeč* [online]. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, **90**(2), 67–80 [cit. 2020-02-16]. ISSN 2571-0893. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7933>

Internetové zdroje

HAVLOVÁ, Anna, 2019. 8. března 1794 – vydání prvního seznamovacího inzerátu v češtině. *Mediator 1: O médiích a práci v nich. Obrazovka do světa médií...* [online]. 8.3.2019 [cit. 2019-11-17]. Dostupné z: <http://mediator1.upmedia.cz/2019/03/08/8-brezna-1794-vydani-prvniho-seznamovaciho-inzeratu-v-cestine/>

Online Dating Statistics & Facts, ©2003–2020. *Dating Sites Reviews* [online]. [cit. 2020-02-04]. Dostupné z: <https://www.datingsitesreviews.com/staticpages/index.php?page=Online-Dating-Industry-Facts-Statistics#ref-GODI-2019-11>

Rande.cz: O nás, ©2000–2020. *Rande.cz* [online]. Ostrava: TANGER infosystems [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://www.rande.cz/o-nas.aspx>

Rande.cz: Pravidla pro inzeráty, ©2000–2020. *Rande.cz* [online]. Ostrava: TANGER infosystems [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://www.rande.cz/navod/inzeraty.aspx>

Rande.cz: Seznamka na Rande, ©2000–2020. *Rande.cz* [online]. Ostrava: TANGER infosystems [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://www.rande.cz/inzeraty/seznamka.aspx>

Sketch Engine, ©2001–2020. *Centrum zpracování přirozeného jazyka* [online]. Brno: Fakulta informatiky Masarykovy univerzity [cit. 2020-07-24]. Dostupné z: <https://nlp.fi.muni.cz/cs/SketchEngine>

Zdroj analyzovaného materiálu

Rande.cz [online], ©2000–2020. Ostrava: TANGER infosystems [cit. 2020-07-29]. Dostupné z: <https://www.rande.cz/inzeraty/seznamka.aspx>

Korpusový manažer

Sketch Engine [online]. Lexical Computing CZ [cit. 2020-07-29]. Dostupné z: <https://www.sketchengine.eu/>