

Univerzita Hradec Králové
Pedagogická fakulta
Katedra českého jazyka a literatury

**Analýza verbálního a neverbálního projevu moderátora
Jana Krause**
Bakalářská práce

Autor: Jana Lacmanová
Studijní program: B7310 Filologie
Studijní obor: Jazyková a literární kultura
Vedoucí práce: PhDr. Lukáš Zábranský, Ph.D.
Oponent práce: PhDr. Jiří Zeman, Ph.D.



Zadání bakalářské práce

Autor:	Jana Lacmanová
Studium:	P17K0086
Studijní program:	B7310 Filologie
Studijní obor:	Jazyková a literární kultura
Název bakalářské práce:	Analýza verbálního a neverbálního projevu moderátora Jana Krause
Název bakalářské práce AJ:	Analysis verbal and non-verbal communication by moderator Jan Kraus

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Bakalářská práce se zaměřuje na problém komunikace v televizním pořadu Show Jana Krause. Práce je rozdělena na dvě části, a to část teoretickou a část praktickou. Teoretická část práce se zabývá verbálním projevem moderátora z hlediska slovní zásoby, užívání jazykových prostředků, zvukových prostředků mluveného projevu a kultivovaností projevu moderátora. Cílem analýzy je postihnout nejvýraznější jazykové prostředky v oblasti lexikologie a rétoriky. Zároveň tato část práce definuje samotný pojem neverbální komunikace a její základní klasifikaci. Praktická část je zaměřena na problematiku komunikace, a to především na mluvený projev moderátora Jana Krause a jeho způsob vedení dialogu s pozvanými hosty. Dále je výzkum zaměřen na neverbální projev moderátora i účastníků. Cílem práce je snaha poukázat na propojenost verbální a neverbální složky projevu moderátora v talkshow. V rámci práce bude vypracován praktický projekt.

ČECHOVÁ, Marie a kol. Čeština, řeč a jazyk. 3. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 2011. ISBN 978-80-7235-413-9. HÁJKOVÁ, Eva. Český jazyk a kultura mluveného projevu. Praha: Univerzita Karlova v Praze, 2003. ISBN 80-7290-117-6. KŘIVOHLAVÝ, Jaro. Neverbální komunikace: řeč pohledů, úsměvů a gest. Praha : Státní pedagogické nakladatelství, 1988
NEBESKÁ, Iva. Jazyk, norma, spisovnost. Praha: Karolinum, 1996. ISBN 80-7184-144-7
TEGZE, Oldřich. Neverbální komunikace. Brno : Computer Press, 2003. ISBN 80-75-226-429-X
LAKOFF, G. - JOHNSON, M. (1980) Metaphors we live by. Chicago
LAKOFF, G. (1987) Women, fire, and dangerous Things: what categories reveal about the mind. Chicago
KRAUS, Jiří. Rétorika a řečová kultura. Praha: Karolinum, 2004. ISBN 80-246-0898-7
QUINTILIANUS, Marcus Fabius. Základy rétoriky. Praha: Odeon, 1985

Garantující pracoviště: Katedra českého jazyka a literatury,
Pedagogická fakulta

Vedoucí práce: PhDr. Lukáš Zábranský, Ph.D.

Oponent: PhDr. Jiří Zeman, Ph.D.

Datum zadání závěrečné práce: 14.12.2018

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a uvedla jsem všechny použité prameny a literaturu.

V Hradci Králové dne 25. května 2021

Jana Lacmanová

PODĚKOVÁNÍ

Na tomto místě bych ráda poděkovala panu PhDr. Lukáši Zábranskému, Ph.D., za odbornou pomoc, kterou mi poskytoval při zpracování mé bakalářské práce, za jeho čas, ochotu, trpělivost a cenné poznámky. Poděkování patří zároveň i mé rodině, bez které bych tuto práci nemohla dokončit.

ANOTACE

LACMANOVÁ, Jana. *Analýza verbálního a neverbálního projevu moderátora Jana Krause*. Hradec Králové, 2021, 44 s. Bakalářská práce. Univerzita Hradec Králové, Pedagogická fakulta. Vedoucí práce Lukáš Zábranský.

Bakalářská práce se zaměřuje na problém komunikace v televizním pořadu Show Jana Krause. Práce je rozdělena na dvě části, a to část teoretickou a část praktickou. Teoretická část práce se zabývá verbálním projevem moderátora z hlediska slovní zásoby, užívání jazykových prostředků, zvukových prostředků mluveného projevu a kultivovaností projevu moderátora. Cílem analýzy je postihnout nejvýraznější jazykové prostředky v oblasti lexikologie a rétoriky. Zároveň tato část práce definuje samotný pojem neverbální komunikace a její základní klasifikaci. Praktická část je zaměřena na problematiku komunikace, a to především na mluvený projev moderátora Jana Krause a jeho způsob vedení dialogu s pozvanými hosty. Dále je výzkum zaměřen na neverbální projev moderátora i účastníků. Cílem práce je snaha poukázat na propojenost verbální a neverbální složky projevu moderátora v talkshow. V rámci práce bude vypracován praktický projekt.

KLÍČOVÁ SLOVA:

komunikace, verbální komunikace, neverbální komunikace, dialog, talkshow

ANNOTATION

LACMANOVÁ, Jana. *Analysis verbal and non-verbal communication by moderator Jan Kraus*. Hradec Králové, 2021, 44 pp. Bachelor Thesis. University of Hradec Králové, Faculty of Education. Thesis supervisor Lukáš Záborský.

The bachelor's thesis focuses on the problem of communication in the TV show Jan Kraus. The work is divided into two parts, the theoretical part and the practical part. The theoretical part of the thesis deals with the verbal expression of the moderator in terms of vocabulary, the use of language resources, sound means of spoken speech and the sophistication of the moderator's speech. The aim of the analysis is to cover the most significant linguistic means in the field of lexicology and rhetoric. At the same time, this part of the thesis defines the very concept of nonverbal communication and its basic classification. The practical part is focused on the issue of communication, especially on the spoken speech of moderator Jan Kraus and his way of conducting dialogue with invited guests. Moreover, the research is focused on the non-verbal speech of the moderator and participants. The aim of the work is to point out the connection between the verbal and nonverbal components of the moderator's speech in a talk show. Within the work will be developed a practical project.

KEYWORDS:

communication, verbal communication, nonverbal communication, dialogue, talk show

OBSAH

ÚVOD	9
TEORETICKÁ ČÁST	10
1 KOMUNIKACE	10
1.1 Vymezení pojmu komunikace.....	10
2 FUNKCE MEZILIDSKÉ KOMUNIKACE	11
2.1 Primární a sekundární funkce komunikace.....	12
2.2 Druhy komunikace	12
3 VERBÁLNÍ KOMUNIKACE	13
3.1 Komunikační proces	13
4 NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE	16
4.1 Funkce neverbální komunikace	16
4.2 Klasifikace neverbální komunikace	17
4.2.1 Mimika.....	17
4.2.2 Pohledy.....	18
4.2.3 Haptika	18
4.2.4 Gestika	19
4.2.5 Kinezika.....	20
4.2.6 Posturika.....	20
4.2.7 Proxemika	21
4.2.8 Paralingvistika.....	22
PRAKTICKÁ ČÁST	23
5 MODERÁTOR JAN KRAUS	23
6 SHOW JANA KRAUSE	23
6.1 Průběh pořadu	24
6.2 Hosté	25
6.3 Prostředí pořadu	25
7 ROZHOVOR	26
7.1 Dialog jako specifická forma rozhovoru	27
7.2 Mediální dialog.....	28
8 VERBÁLNÍ PROJEV MODERÁTORA JANA KRAUSE	29
9 NEVERBÁLNÍ PROJEV MODERÁTORA I ÚČASTNÍKŮ	31

9.1	Gesta.....	31
9.2	Dotyky obličeje.....	33
9.3	Mimika.....	34
9.4	Zrakový kontakt	34
9.5	Haptika.....	35
9.6	Posturika	35
9.7	Proxemika.....	36
9.8	Paralingvistika	37
PROJEKTOVÁ ČÁST.....		38
10	PROJEKT	38
10.1	Cíl projektu	38
10.2	Metoda zpracování	38
10.3	Realizace projektu	38
10.4	Tisk letáku.....	39
10.5	Rozpočet.....	39
ZÁVĚR		40
<i>Seznam příloh.....</i>		<i>42</i>
<i>Seznam použité literatury.....</i>		<i>43</i>

ÚVOD

Předkládaná práce se zaměřuje na verbální a neverbální komunikaci v mediálním prostředí, jakým je pořad typu talkshow. Typickým znakem těchto pořadů je neotřelý způsob vedení rozhovorů, který přispívá k jejich inovaci a celkově tak udává nový pohled na komunikaci. Tyto typy pořadů si získávají diváckou oblibu a stávají se mezi diváky velmi populární. Zkoumaným pořadem je pořad *Show Jana Krause*.

V tomto zábavném typu pořadu se budeme snažit analyzovat řečové aspekty, z hlediska verbálního i neverbálního, jednak samotného moderátora, ale i pozvaných hostů, které jsou cílem této bakalářské práce.

Dosavadní poznatky z oblasti verbální a neverbální komunikace jsou podkladem pro teoretickou část této práce. Úvodní část definuje samotný pojem komunikace, její funkce a druhy. Následovně se práce věnuje podrobnějšímu rozboru složek komunikace, a to především se zaměřením na složky komunikace verbální a neverbální.

Druhá, empirická, část práce je pokusem ověřit teorii v praxi. Tento pokus bude realizován analýzou verbálních a neverbálních prostředků mezi účastníky v průběhu rozhovoru. Práce si klade za cíl postihnout a zhodnotit nejvýraznější nonverbální a verbální projevy účastníků rozhovoru v pořadu *Show Jana Krause*.

TEORETICKÁ ČÁST

1 KOMUNIKACE

Lidé jsou bytosti společenské a komunikace je základním nástrojem, který používají při své interakci. Nejdůležitější potřebou v životě člověka je potřeba komunikace: „*Žít znamená komunikovat. Nekomunikovat znamená umřít.*“ (Mikuláščík, 2003). Komunikací se rozumí přijímání signálů, jejich interpretování, a zároveň jejich vysílání. Komunikace má obsahový a vztahový aspekt. Obsahovou úroveň komunikace zprostředkovávají artikulované informace, tj. sémantický obsah sdělení. Vztahovou úroveň komunikace vyjadřují pociťované vztahy mezi komunikujícími i vztahy k tematickému obsahu komunikace, a to zejména neverbálními výrazovými prostředky, tj. mimikou, gestikou, paralingvistickými aspekty řeči.

1.1 VYMEZENÍ POJMU KOMUNIKACE

Komunikace je pojem, který má velmi široké použití. Samotné slovo „*komunikace*“ má latinský původ a znamená něco spojovat. Naučný slovník vysvětluje komunikaci jako jevy, které jsou prostředkem spojení mezi lidmi, jejich vzájemného styku a sdělování myšlenek.

Komunikací může být označována dopravní síť, přemísťování lidí, materiálu, ale také myšlenek, informací, postojů a pocitů od jednoho člověka k druhému. K takové komunikaci je zároveň potřeba využít komunikačních prostředků, mezi které můžeme zařadit například jazyk, poštu, telegraf, telefon, televizi, počítač, ale také autobusy, vlaky nebo letadla.

Z hlediska psychologie není komunikace považována jen za pouhý přenos informací mezi sdělujícím a příjemcem. Psychologie nahlíží na komunikaci jako na proces sebe prezentace a sebepotvrzování. Jedná se o vyjádření postojů k předmětu, ale i k příjemci informace.

Definicí pojmu komunikace by bylo možné uvádět celou řadu. Některé zdůrazňují více aspekty obsahové, jiné formální, některé zdůrazňují stránku prožitkovou, jiné logickou.

Nejdůležitější charakteristiky je možno shrnout do těchto základních bodů:

- a. komunikace je nezbytná k efektivnímu sebevyjádřování;
- b. komunikace je přenosem a výměnou informací v mluvené, psané, obrazové nebo činnostní formě, která se realizuje mezi lidmi, což se projevuje nějakým účinkem;
- c. komunikace je výměnou významů mezi lidmi použitím běžného systému symbolů (Mikuláščík, 2003).

2 FUNKCE MEZILIDSKÉ KOMUNIKACE

Komunikace je velmi široký pojem, ale přesto lze říct několik obecných charakteristik, které jsou společné pro všechny možné formy a způsoby komunikace. Jednotlivé hranice komunikace nejsou jednoznačné, dost často se překrývají a jejich rozdělení umožní pochopit význam komunikace v základních dimenzích. Podrobněji o těchto funkcích hovoří Mikuláščík (2003).

- **Funkce informativní** – jejím obsahem je předávání informací, faktů a dat mezi lidmi.
- **Funkce instruktivní** – má podobný význam jako funkce informativní, ale je rozšířena o vysvětlení významů, popisů, postupů, návodů jak něco udělat nebo jak něčeho dosáhnout.
- **Funkce přesvědčovací** – má za cíl působit na jiného člověka se záměrem změnit jeho názor, postoj, hodnocení nebo způsob konání (racionální přesvědčování pomocí argumentů, pomocí logiky; emocionální přesvědčování formou působení na city, dost často manipulativní; motivační přesvědčování; paradoxní přesvědčování).
- **Funkce posilující a motivující** – patří svým způsobem do funkce přesvědčovací. Jde o posilování určitých pocitů sebevědomí, vlastní potřebnosti, o posilování vztahu k něčemu.
- **Funkce zábavná** – jde o to pobavit, rozesmát, vyplnit čas komunikováním, které vytváří pocit pohody a spokojenosti.
- **Funkce vzdělávací a výchovná** – specificky uplatňovaná zejména prostřednictvím institucí, sycena je funkcí informativní, instruktivní, ale i funkcemi dalšími, jako jsou dohled, dozor, kontrola.
- **Funkce socializační a společensky integrující** – vytváření vztahů mezi lidmi, sbližování, navazování kontaktů, posilování pocitu sounáležitosti a vzájemné závislosti. Komunikace také závisí na naší společenské úrovni, v jakých společenských segmentech se nacházíme a do jakých chceme patřit. Každá společenská vrstva má poněkud odlišný způsob komunikace.
- **Funkce osobní identity** – na úrovni osobnosti, pro JÁ je komunikace velmi důležitou aktivitou. Už od dětství komunikace napomáhá k tomu, abychom si zodpověděli některé základní otázky typu – kdo jsme, kam směřujeme, v co věříme. Pomáhá nám ujasnit si spoustu věcí o sobě samém, uspořádat si svoje postoje, názory, sebevědomí a osobní aspirace. Jde o ratifikaci sebepojetí.

- **Funkce poznávací** – souvisí úzce s funkcí informativní. To je pojetí spíše z pohledu komunikanta. Umožňuje sdělovat si každodenní zážitky, vzpomínky a plány. Prostřednictvím zkušeností jiných lidí konzervujeme v zkrácené podobě informace, které bychom vlastními zkušenostmi nebyli schopni v takové šíři prožít.
- **Funkce svěřovací** – slouží ke zbavování se vnitřního napětí, k překonávání těžkostí, sdělování důvěrných informací, většinou s očekáváním podpory a pomoci. Sdílení pocitů je pro každého jedince silnou podporou, když probírá věci, které ho trápí. Může mít různou hloubku. Může jít o přímou, empatickou snahu pomoci s maximální identifikací, nebo může jít o pouhé akceptování pocitové úrovně.
- **Funkce úniková** – slouží jako důležitá v okamžicích, když máme všeho „až nad hlavu“, chceme si s někým pohovořit, odreagovat se. Když je člověk sklíčený, otrávený, znechucený, může mít chuť si s někým nezávazně popovídat o věcech neutrálních.

2.1 PRIMÁRNÍ A SEKUNDÁRNÍ FUNKCE KOMUNIKACE

Primární funkce komunikace, z hlediska vývoje lidského rodu a lidské řeči, je forma mluvená. Pisanou podobu řeči můžeme označit za sekundární formu komunikace. Mezi oběma formami existují rozdíly. Jak uvádí Čmejková (1996) rozdíly mezi mluvenou a psanou podobou jazyka jsou způsobeny rozdíly v situaci, v níž mluvená a psaná komunikace probíhá. Když mluvíme, předáváme svoje sdělení nejen slovy. Na sdělení se podílejí i neverbální prostředky, kterými si během mluvení pomáháme. Mluvený projev je multidimenzionální (vidíme gesta, mimiku, slyšíme hlas, intonaci), psaný projev se opírá o jeden kanál, jen o ten grafický.

Psaný projev má charakteristické rysy, díky kterým je umožněno psaný text předem promyslet, rozvrhnout, opravit, znovu formulovat, vylepšit nebo přepsat.

Na rozdíl od psaného projevu, bývá mluvený projev zpravidla nepřipravený, spontánní a je reakcí na aktuální situaci, kterou sdílí se svým komunikačním partnerem.

2.2 DRUHY KOMUNIKACE

Komunikace je velmi proměnlivá svou podobou a nabízí širokou škálu možností, které může komunikátor v různých kombinacích užívat a měnit. Uživatel komunikace musí být schopen respektovat situaci, úmysl, individuální odlišnosti partnera, se kterým je komunikace uskutečňována. Komunikace může být například interpersonální, masová, skupinová, tváří v tvář apod. V práci se zaměříme pouze na verbální a neverbální komunikaci, kterou rozebereme podrobněji v následujících kapitolách.

3 VERBÁLNÍ KOMUNIKACE

Verbální komunikací je označováno vyjadřování pomocí slov a prostřednictvím jazyka. Tvoří nezbytnou součást sociálního života, je nezbytnou podmínkou myšlení. Je důležité zmínit, že při jakékoliv komunikaci je význam slov vždy dotvářen neverbálními prostředky a svrchním tónem řeči. Verbální komunikace umožňuje okamžitou zpětnou vazbu, fyzickou blízkost a bezprostřednost, okamžitou výměnu názorů, která je efektivní při přesvědčování.

Předpokladem pro kvalitní mluvený projev je nezbytné zvládnutí slovní zásoby a gramatiky.

Součástí komunikace tvoří také *jazykové prostředí*, které je tvořeno čtyřmi základními prvky:

- a. lidmi,
- b. jejich úmysly,
- c. komunikačními pravidly, s jejichž pomocí dosahují svých úmyslů,
- d. skutečně používanou řečí v dané situaci (Mikuláščík, 2003).

a *jazykový styl*, který je výsledkem způsobu naší volby slov a jejich spojování do vět. Tento verbální styl se liší individuálně, od osoby k osobě, v závislosti na jazykovém prostředí.

Verbální komunikace může být přímá nebo zprostředkovaná, mluvená nebo psaná, živá nebo reprodukováná. Mezi nejrozšířenější formy komunikace patří komunikace mluvená, uskutečňovaná prostřednictvím slov, a komunikace psaná, která se uskutečňuje pomocí knih, novin, časopisů, dopisů, výročních zpráv, zápisů z porad apod.

3.1 KOMUNIKAČNÍ PROCES

V současné době je komunikace považována za transakční proces, kde každá osoba funguje současně jako mluvčí i posluchač. V okamžiku, kdy vysíláte svá sdělení, také přijímáte sdělení ze své vlastní komunikace i z reakcí druhé osoby.

Při komunikaci lidé jednájí a reagují na základě současné situace a také na základě své minulosti, dřívějších zkušeností, postojů, kulturních návyků a spousty s tím spojených činitelů. Z toho vyplývá, že akce a reakce při komunikaci jsou určovány nejen tím, co bylo řečeno, ale i způsobem, jak si zúčastněná osoba vykládá to, co bylo řečeno (DeVito, 2001).

Komunikace se odehrává v kontextu, který do značné míry určuje význam všech verbálních i neverbálních sdělení.

Základním schématem komunikačního procesu, jsou určitá pravidla, která se týkají myšlení a jednání, související s komunikací. Díky dodržování těchto pravidel jsou lidé schopni komunikovat a tím dosahují svých cílů.

Jak uvádí Mikuláščík (2003) součástí komunikačního procesu tvoří tyto prvky:

a. Komunikátor

- komunikátor je ten, kdo vysílá nějakou zprávu; předpokládá, že příjemce má společný nebo podobný repertoár poznatků, který umožňuje porozumět tomu, co mu chce sdělit, a že má podobný kódovací systém

b. Komunikant

- je ten, kdo přijímá vyslanou zprávu; jeho vnímání je ovlivněno osobnostní rovnicí, vlastními zkušenostmi, prožitky, a vlastními záměry a cíli; v čase kdy přijímá informaci je naslouchajícím komunikátorovi; komunikant předpokládá, že on i komunikátor mají stejný způsob kódování

c. Komuniké

- vyslaná zpráva jako myšlenka nebo pocit, který jeden člověk sděluje druhému; vyslaná zpráva má podobu verbálních i neverbálních symbolů

d. Komunikační jazyk

- komunikační zpráva se předává prostřednictvím určitého komunikačního jazyka. Rozlišuje se denotativní a konotativní význam jazyka. *Denotát* je objekt, který je označen nějakým symbolem. *Designát* je symbol, který slouží k označení nějakého objektu, denotátu. Svou důležitou roli v komunikačním jazyku hraje kódování a dekodování. Kódování závisí na znalosti jazyka, na slovní zásobě nebo znalosti signálů.

e. Komunikační kanál

- je cesta, kterou je nějaká informace posílána
- DeVito (2001) označuje komunikační kanál, jako prostředek nebo médium, jehož prostřednictvím dochází k přenosu sdělní mezi vysílačem a příjemcem v podobě zakódované informace
- jedná se o prostředky technické, fyzikální, organizační, systémové a další, díky kterým je možné komunikační spojení uskutečnit

Komunikační kanály lze dělit podle použitých smyslů člověka:

- *auditivní* (využití sluchového aparátu – použití verbální řeči)
- *vizuální* (využití zrakového aparátu – používání pohybu těla, mimiky, gest)

- *taktilní* (používání pohybu těla jako u vizuálního komunikačního kanálu s rozdílem těsného kontaktu přímých dotyků, nárazů, postrkování)
- *čichový* (získání informace o prostředí nebo člověku na základě různorodosti pachů nebo naopak vysílání pachových signálů)
- *teplotní* (teplota prostředí, tělesné teplo)
- *chuťový* (rozpoznání chuťových vjemů) (Křivohlavý, 1988).

f. Feed back (zpětná vazba)

- reakce na přijatou zprávu v podobě potvrzení a způsobu interpretace. Zpětná vazba je při komunikování velmi důležitá, neboť udržuje oba účastníky v komunikační situaci, dává informaci o tom, jak je zpráva přijata a chápána.

g. Komunikační prostředí

- je důležitým prvkem komunikace; prostředí má významný vliv na komunikaci. Komunikační prostředí zahrnuje prostor, kde se komunikace odehrává, osvětlení, uspořádání místnosti, přítomnost různého počtu lidí. Dále podněty, které působí a ovlivňují komunikátora a komunikanta, ale také komuniké formou zkreslení, které působí jako komunikační šum (informace, které se nám mísí do vnímaného komuniké od někoho třetího).

h. Kontext

- komunikační kontext je situace, celkový rámec, ve kterém komunikace probíhá. Má svoji složku vnitřní a vnější. Vnitřní je to, co se odehrává v nás, v naslouchajících, jak na nás komuniké působí. Vnější kontextem jsou všechny stimuly, které na nás působily dříve a působí i nyní (prostor, kde se nacházíme, čas, lidé a jejich chování...).

4 NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE

Neverbální komunikace, též komunikace mimoslovní nebo nonverbální, je velice důležitou složkou komunikace. Termín je složen z latinského *verbum* = slovo a *non* = ne, tzn. komunikace nepoužívající slova. Neverbální komunikace tedy zahrnuje všechny komunikační prostředky, které nejsou vyjadřovány pomocí slov (DeVito, 2001). Často se rovněž můžeme setkat s označením „tajná řeč těla“.

Řeč těla a její sdělení pracují v podvědomí a působí mimo naši úroveň vnímání. Použití řeči těla je stejně rozhodující pro společenský úspěch jako schopnost používat plynně rodný jazyk (Lewis, 1995). Označení „tajná“ však není úplně na místě, protože ve většině případů říká mnohonásobně více než samotná slova.

Neverbální komunikace je širší pojem, jenž zahrnuje mnoho oblastí lidských projevů a produktů. Řeč těla tvoří jen jednu podskupinu, i když můžeme říci, že tu nejzajímavější. Přináší nám mnoho důležitých informací o vnitřních obsazích člověka, a tak nám pomáhá k jeho lepšímu poznávání (Tegze, 2003).

Řeč těla se týká všech neverbálních signálů, které vysíláme nebo přijímáme, ať už záměrně nebo nezáměrně. Každý aspekt naší komunikace, tváří v tvář jinému člověku, je řečí těla ovlivněn. Tyto neverbální signály mají schopnost zdůrazňovat a posilovat to, co říkáme, zároveň ale někdy může řeč těla vyřčená slova popírat, aniž bychom si uvědomili, že se tak děje. Čím větší je shoda mezi vnitřním stavem a chováním navenek, tím přesvědčivější jsou signály řeči těla. Toto téma pak dokonale vystihuje výrok Sigmunda Freuda: "*ten, kdo má oči, aby viděl, a uši, aby slyšel, se může přesvědčit, že žádný smrtelník nedokáže nic utajit. Jestliže jeho rty mlčí, hovoří svými konečky prstů, jeho skryté myšlenky z něho prosakují ven každým pórem...*" (Sigmund Freud 1856-1939).

4.1 FUNKCE NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE

Neverbální komunikace má různé formy, mající řadu společných prvků, které můžeme popsat souhrnně. Níže si tedy budeme charakterizovat funkce (úlohu a účel) neverbální komunikace. Je však třeba si uvědomit, že neverbální komunikace většinou není užívána odděleně, ale doplňuje sdělení verbální. Neverbální komunikaci tedy užíváme k:

- **podpoření řeči** (regulace tempa, důraz na vyřčené) – funkce podporovací
- **nahrazení řeči** – funkce nahrazovací
- **vyjádření emocí** – funkce svěřovací

- **interpersonální postoj** (pochybnosti) – funkce vztahová
- **sebevýjádření, sebe prezentace** – funkce osobní identity (Mikuláščík, 2003).

4.2 KLASIFIKACE NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE

Neverbální komunikace nabízí mnoho prostředků, kterými můžeme komunikovat. Mezi nejčastější prostředky neverbální komunikace patří gesta, pohyb, pohled, postoj celého těla, apod. Neverbální pohyby se dělí na specifické oblasti, vzájemně se doplňující, zároveň však mohou fungovat zvlášť, tedy jedna bez druhé. Pokud tyto prostředky použijeme jako celek, je to více, než pokud použijeme pouze jeden z prostředků. Lotko (2014) uvádí, že z hlediska rétorické praxe, můžeme rozlišovat těchto šest druhů mimoslovního sdělování: *mimika, pohledy, haptika, gestika, kinezika, posturika, proxemika*.

4.2.1 Mimika

Termín mimika představuje úzké spojení výrazů obličeje se sdělováním emocí. V práci L. M. Knappa (1978), která se věnuje souborně „nonverbální komunikaci“ se dočteme: *„Lidská tvář má velice bohatý komunikační potenciál. Je prvořadě důležitým sdělovačem emocionálních stavů. Odráží vzájemné postoje lidí, kteří spolu jednají, poskytuje zpětnou vazbu v rozhovoru, tj. odpověď na to, co jsme druhému člověku řekli. Někteří badatelé se dokonce domnívají, že z hlediska sociální komunikace je tvář vedle slova druhým nejdůležitějším sdělovacím prostředkem v mezilidském styku“*.

I přesto, že je v našem jazyce poměrně omezený počet slovních výrazů pro popis toho, co se děje v lidské tváři (například úsměv, pláč, zakabonění apod.) je možné konstatovat, že svaly v našem obličejí nám umožňují více než 1000 různých výrazů obličeje.

Funkcí mimických projevů nejsou pouze emoce, mimikou můžeme zároveň sdělovat i kulturně tradovaná gesta (například tzv. zdvořilostní úsměv) i tzv. instrumentální pohyby (například výrazy obličeje při kýchání).

Jednoznačně nejvýraznějšími neverbálními mimickými projevy jsou *pláč* a *smích*. Pláč i smích probíhají do značné míry stereotypně, podle stále stejného vzoru, a to až do nejmenších podrobností. Zároveň je potřeba rozlišovat emoce „pravé“ – skutečně prožívané emocionální stavy a emoce „hrané“ – záměrně vytvářené výrazy obličeje.

Definovat můžeme sedm tzv. primárních emocí ve výrazu obličeje:

1. štěstí – neštěstí,
2. neočekávané překvapení – splněné očekávání,

3. strach a bázeň – pocit jistoty,
4. radost – smutek,
5. klid – rozčilení,
6. spokojenost – nespokojenost, až znechucení,
7. zájem – nezájem.

Vedle tohoto výčtu primárních emocí a jejich výrazů, existují ještě emoce tzv. sekundární, tj. odvozené emocionální výrazy obličejů.

4.2.2 Pohledy

Vlastní jádro mimoslovní sociální komunikace tvoří řeč očí – pohledy druhých lidí na nás a našich pohledů na ně. Oči hrají v komunikačním procesu velmi důležitou roli a společně s mimickým výrazem sdělují nejvíce informací. Jsou nejen sdělovači informací, ale také přijímači. Pohled obsahuje informaci, která nemusí být jednoznačná, ale je to informace mimořádně vzácná. Při styku člověka s člověkem patří řeč očí k nejdůležitějšímu způsobu sdělování.

Oční kontakt a jeho význam ovlivňuje několik faktorů: délka kontaktu, zaměření na jeden objekt či přechod mezi vícero objekty, frekvence mrkání, rozšíření zornic, pozice očních víček, napnutí svalů kolem očí a podobně. Vzájemné střetnutí pohledů je považováno za vrchol nonverbální komunikace. Tím, co dělají naše oči, sdělujeme druhým lidem nejen to, jak nám je, jak se cítíme apod., ale zároveň i jaký vztah máme k nim. Podobně i oni nám, prostřednictvím pohledů sdělují, jak prožívají setkání s námi, jaký mají postoj k tomu, co děláme, o čem hovoříme atp. Nebýt této možnosti – „hovořit“ očima – byl by náš osobní styk ochuzen o něco skutečně podstatného a cenného.

4.2.3 Haptika

Haptika pojednává o mimoslovním sdělování bezprostředním dotykem. Bezprostřední dotyk je z tohoto hlediska extrémním případem přiblížení, kdy dochází ke sdělování. Příkladem tzv. haptického kontaktu může být podání ruky, tj. dotyk „kůži na kůži“.

Lingvista William Austin zavedl termín „haptika“ do sociální psychologie. Tímto termínem se vyjadřuje taktilní kontakt (dotek). Ten představuje dotekové dráždění a stimulaci kožních smyslů a zahrnuje:

- a. příjem zpráv o působení tlaku, který působí deformaci kůže,
- b. příjem zpráv o působení tepla,
- c. příjem zpráv o působení chladu a

- d. příjem zpráv o vlivu podnětů, které působí bolest:
- e. někdy sem bývá zařazován i smysl pro vibrace, který registruje chvění (Křivohlavý, 1988).

Dokladem je naše kůže, která obsahuje milióny smyslových receptorů tlaku, tepla, chladu, bolesti, vibrace atp. Tyto receptory však nejsou rovnoměrně rozloženy a v některých místech na těle jich máme více, jinde méně.

V sociální interakci mezi dvěma lidmi dochází k taktilnímu sdělení různými způsoby (druhy). K charakteristice druhu doteků se používá řada termínů. Mezi ně může patřit podání ruky, stisk, objetí, pohlazení, políbení, poplácání, štípnutí, píchnutí atp. Tento styk dotekem může být přímý – typu „kůži na kůži“ nebo nepřímý, například poplácání partnera po ramenou. Dotek v sociální interakci může být projevován jako přátelský nebo nepřátelský. Mezi nepřátelské druhy doteku řadíme například pohlavek, facku, atp., naopak výrazně přátelský charakter doteku evokuje například pohlazení.

4.2.4 Gestika

Gesta patří do kineziky, do nauky o pohybové činnosti člověka v sociální interakci. Gesty se rozumějí pohyby, které mají výrazný sdělovací účel, které doprovázejí slovní projevy nebo je zastupují. Jde přitom o pohyby kterékoliv části těla – nejen rukou, i když je pravda, že většina gest je záležitostí právě rukou (Křivohlavý, 1988). Gesta názorněji a především srozumitelněji vyjadřují to, co by mohlo být řečeno slovy.

Podle Lotka (2009) můžeme rozlišit čtyři hlavní skupiny neverbálních gest: *symboly, ilustrátory, regulátory a adaptéry*.

- a. **Symboly** – jsou neverbální signály, které můžeme přímo přeložit do verbálního jazyka v rámci konkrétně užívané významové oblasti, např. *Vztyčený palec* = Vše jde skvěle, *Dvěma prsty naznačené V* = Vítězství, apod. Počet používaných symbolů je v různých kulturách a prostředích značně odlišný. Řada symbolů má profesionální charakter a umožňuje komunikaci tam, kde mluvené slovo nelze použít např. v televizním studiu.
- b. **Ilustrátory** – doprovází, respektive ilustrují neverbální signály. Mohou být používány pro zdůraznění významu slov a výpovědí. Většinou jsou vyjadřovány pomocí rukou, např. udávání tempa událostí, rytmu mluvenému slovu apod. Za ilustrátor lze považovat každý pohyb, který hraje roli ve vztahu k verbální komunikaci. Množství

a velikost ilustrátorů jsou přímo úměrné hlasitosti a rychlosti mluvené řeči. Synchronizace řeči a pohybů těla je předpokladem úspěšné komunikace.

- c. **Regulátory** – jsou označením pro neverbální signály (nejčastěji kývání hlavy a pohledy), které usměrňují a řídí. Mají často důležitou roli pro započetí nebo ukončení komunikace (např. podání ruky), mohou být také použity pro urychlení resp. zpomalení řečníka (např. rychlé nebo pomalé kývání hlavou).
- d. **Adaptéry** – označují neverbální signály používané pro zvládnutí našich pocitů a k řízení našich reakcí. Obvykle je používáme (často nevědomě) ve stresových situacích např. tahaní za ušní lalůček = rozrušenost.

DeVito (2001) rozšiřuje neverbální gesta ještě o skupinu afektivních projevů:

e. **Afektivní projevy**

Mimické projevy (například zamračení nebo úsměv), rovněž i gestikulace rukou nebo pohyby celého těla, které vyjadřují emocionální významy. Používají se k doplnění a posílení slovních projevů a také mohou nahrazovat slova samotná.

4.2.5 Kinezika

Pojem kinezika je považován za pojem nadřazený pojmu gestika. Jedná se o spontánní pohyby různých částí těla, které nemají význam gest. Tyto pohyby jsou podle kritéria spontánnosti a záměrnosti, gestického dokreslování verbálního sdělení, společenského konsensu výrazně individualizovány (kousání rtu, kroucení prstů, pohupování rukama, procházení se po místnosti sem a tam, apod.). Kinezické pohyby jsou pro každého jedince velmi specifické a podle nich je možné poznat jedince už na dálku. Ale při interpretaci nemusí být gesta nebo spontánní pohyby zcela jednoznačné, proto je potřeba vycházet z kontextu a porovnávat celkové neverbální chování.

4.2.6 Posturika

Pojem posturika vyjadřuje držení těla, napětí nebo uvolnění, náklon, polohu rukou, nohou, hlavy, konfiguraci všech částí těla a směr natočení těla. Zároveň je signálem emočního stavu, zaujetí, postoje k partnerovi a sdělení. Důležitým faktorem je také souvztažnost dvou těl, které spolu komunikují. Vzájemná poloha obou těl, určuje vztah účastníků k obsahu sdělení a k sobě navzájem. Pokud jsou pózy shodné, jedná se o vytvoření pozitivních vztahů, vzájemných sympatií a porozumění. Pokud nejsou ve shodě, jde o spíše negativní vztah.

4.2.7 Proxemika

Nejen výrazy obličejů můžeme sdělovat něco druhé osobě. Můžeme tak činit i tak nevinným způsobem, jako je přiblížení se k druhé osobě nebo naopak odstoupení, a tím i oddálení se od ní. Obdobně tak sděluje druhý člověk něco nám, pokud od nás odstoupí nebo se naopak přiblíží. O tomto druhu mimoslovního sdělování pojednává právě proxemika. Vzdálenost mezi dvěma lidmi je, oproti mimice, možné měřit v metrech. Tuto vzdálenost měříme jednak v horizontální rovině (například na podlaze), ale také vertikálně, a to takovým způsobem, že zjišťujeme, oč má jeden oči výš než druhý.

Rozlišujeme čtyři druhy *proxemických zón* a podrobně o nich pojednává Křivohlavý (1988):

a. Intimní zóna

Její dolní hranice splývá s těsným hmatovým dotekem partnerů (s projevy taktilního kontaktu dvou lidí). Takovýto styk můžeme pozorovat například mezi matkou a dítětem, mezi milenci, manžely atp. Horní hranice intimní sféry je dána oddálením o 15–30 cm.

b. Osobní zóna

Dolní hranici této osobní sféry tvoří oddálení těl partnerů o 45–75 cm. Je to prakticky maximální vzdálenost, v níž je možné se držet za ruce, případně jít vedle sebe tak, jak vedle sebe chodí manželé. Horní hranicí osobní sféry je oddálení o 0,75–1,20 m. Je to hranice oddálení, kterou dodržujeme při setkání s neznámým člověkem, s nímž se nenadále setkáme na ulici.

c. Sociální zóna

V mnohém styku člověka s člověkem nejsou partneri osobně zaujati jednáním. Je tomu tak například ve služebním styku, při obchodním jednání, při diskuzi ve skupině apod. Při takovémto služebním styku jsme zvyklí zachovávat poměrně větší odstup od druhých lidí, než jaký stanoví osobní zóna. Větší oddálení nám přitom dodává pocit psychického bezpečí. Dolní hranice tohoto sociálního styku je 1,20–2,10 m. Horní hranice je pak 2,10–3,60 m.

d. Veřejná zóna

Vystupuje-li někdo veřejně – jako například herec na jevišti v divadle, učitel ve třídě, profesor v posluchárně atp., pak je třeba, aby zaujal takovou vzdálenost, aby byla zřetelně vidět nejen celá jeho postava a pohyby, ale i jeho pohyb v prostoru. K tomu je potřeba minimální vzdálenosti 3,6 m. Horní hranicí veřejné sféry je podle některých údajů 7,6 m.

Jiné zdroje udávají ještě větší oddálení. Z této vzdálenosti je již možno ovlivňovat posluchače pohybem v prostoru nebo hereckým výkonem.

V běžném životě může často docházet k pokusům o pronikání z vyšší sféry do sféry nižší (například při přednášce, kdy přednášející opustí své místo za katedrou a prochází se mezi posluchači). V řeči proximity můžeme tento jev charakterizovat jako průnik ze sféry veřejné do sféry sociální. Zároveň se můžeme setkat i s opačnými projevy, kde se přechází z bližší na vzdálenější hranici.

Při chápání jednotlivých sfér osobních zón je potřeba brát v úvahu i rozdílný dosah příjmu jednotlivých smyslových orgánů v sociální interakci.

Vzdálenost mezi dvěma lidmi můžeme poměřovat i vertikálně. V případě vertikálního pozorování lze říci, že byl zjištěn kladný vztah těch situací, kdy oči obou či všech spolu jednajících osob jsou ve stejné horizontální hladině (například jednání matky s dítětem, kdy si matka k dítěti dřepne, a tím se vyrovná vertikální rozdíl v hladině očí matky i dítěte). Dojde-li k tomu, že oči jednoho jsou výše než oči druhého, vytváří se „sugestivní“ vliv nadřazenosti a podřazenosti. Vystihuje to i řada úsloví například „*dívati se na někoho spatra*“ nebo „*mít nad někým vrch*“ atp.

4.2.8 Paralingvistika

Paralingvistika tvoří hranici mezi verbální a neverbální komunikací. Zabývá se zvukovou stránkou mluveného projevu. Z verbálního hlediska se soustředí především na hlasový projev, kde zkoumá ostrost, výšku a barvu hlasu, intonaci, frázování, tempo, rytmus, plynulost projevu a podobně. Informace zprostředkované přes paralingvistickou stránku bývají často doplňovány neverbálně, např. vysvětlujícími gesty.

Paralingvistika se tedy zabývá vším, co doprovází slovní projev. Můžeme z jejich aspektů zjistit, co řečník zdůrazňuje, zeslabuje, zpochybňuje, zesměšňuje atd. a jaký dává najevo postoj, vřelost, sympatii, zlobu. Mohou to být prvky rovněž nevědomé a podvědomé, chyby ve verbálním projevu, které nejsou záměrem mluvčího (Mikuláščík, 2003).

PRAKTICKÁ ČÁST

5 MODERÁTOR JAN KRAUS

Jan Kraus se narodil v Praze v roce 1953. Je český herec, moderátor, publicista, dramatik, režisér a především člověk s vlastním názorem, který se nebojí říct, i když se často nesetká s kladnou odezvou. Proslavil se jednak svým hereckým nadáním, kde ztvárnil řadu nejen dětských rolí, ale z hlediska moderátora odstartoval svou kariéru v pořadu *Dvaadvacítka* (v letech 1996–1999), následoval pořad *Sauna* (1999–2000) a *Další, prosím!* (2000–2001). Nejvíce se ale proslavil svou talkshow *Uvolněte se, prosím*, vysílanou v České televizi do roku 2010. Poté byl pořad přesunut na televizní stanici Prima pod názvem *Show Jana Krause*, který mohou diváci sledovat každou středu ve 21:35. Kromě výše zmíněného působí Kraus také v rádiu, a to jako glosátor současného dění na stanici Frekvence 1.

Díky svým obdivuhodným aktivitám v různých sférách patří k výrazným osobnostem českého kulturního dění.

6 SHOW JANA KRAUSE

Práce se zabývá pořadem Show Jana Krause, který nese název po samotném autorovi, a je volným pokračováním pořadu *Uvolněte se, prosím*. Od roku 2010 je pořad vysílán veřejnoprávní televizí Prima a s Novým rokem 2021 vešel pořad do své XII. řady. Analýze je podrobeno pět náhodně vybraných dílů z období 2016–2021, přičemž z každého roku je vybrán jeden díl.¹ Tyto díly jsou dostupné ve videoarchivu pořadu (showjanakrause.cz) a poskytují základní materiál k popsání těch nejdůležitějších jevů objevujících se v pořadu. Tyto jevy jsou popsány v následujících kapitolách a uvedené příklady poskytují náhled na problematiku dané komunikace. Z analytického hlediska bude zkoumání zaměřeno na aspekty neverbální komunikace, užívání spisovnosti x nespisovnosti, slovní zásoby, jazykových prostředků.

¹ **Analýze byly podrobeny tyto náhodně vybraní hosté:**

Patrik Hartl – host 2. 11. 2016, VII. ŘADA Show Jana Krause, Sezóna 2016

Igor Chmela – host 1. 2. 2017, VIII. ŘADA Show Jana Krause, Sezóna 2017

Petr Ludwig – host 25. 4. 2018, IX. ŘADA Show Jana Krause, Sezóna 2018

Eva Holubová – host 17. 4. 2019, X. ŘADA Show Jana Krause, Sezóna 2019

Zdeněk Pohlreich – host 29. 1. 2020, XI. ŘADA Show Jana Krause, Sezóna 2020

Bohumil Klepl – host 24. 3. 2021, XII. ŘADA Show Jana Krause, Sezóna 2021

Pořad je definován jako talkshow. Encyklopedický slovník žurnalistiky definuje jako talkshow (z americké angl. = doslova mluvící ukázka, představení, show) rozhlasový nebo televizní pořad, jehož hlavní součástí je interview s osobnostmi, které jsou předmětem veřejného zájmu. Klasická americká talkshow je rozhovorem s populární či známou osobností, nicméně hostem talkshow mohou být i doposud neznámé osobnosti, jejichž vlastnosti či příběhy mají co říci širokému publiku. Talkshow je svého druhu odnoží žánru rozhlasové a televizní besedy; na rozdíl od jejich vzdělávacího a publicistického zaměření se současná talkshow, její dramaturgie a celkové vedení rozhovorů orientuje na atraktivitu a zábavný charakter pořadu (Osvaldová, 2007). Čmejková (2003) označuje ve své knize talkshow jako typ pořadu, který je označován jako partnerský. „*V konsenzuálním, pohodovém a kultivovaném prostředí se nekladou otázky, které mají zaskočit, zahnat do úzkých, přetrumfnout nebo shodit.*“.

6.1 PRŮBĚH POŘADU

Začátku televizního vysílání dominuje úvodní znělka, ve které se Jan Kraus obléká a připravuje na vysílání. V záběrech znělky je zároveň připravováno studio, moderátor v maskérně apod. Zajímavostí je, že do znělky je nenásilně vpravena i reklama na pánské obleky Bandi nebo na minerální vodu Mattoni, které jsou zřejmě sponzory pořadu, a Kraus s nimi spolupracuje. Úvodní znělka provází v podstatě celým procesem přípravy vysílání, než vejde samotný moderátor na jeviště.

V jednotlivých epizodách se na začátku pořadu nejdříve Jan Kraus přivítá s publikem a televizními diváky, a poté podává informace o aktuálním dění, čte vtipy, dále komentuje fotografie, které byly zveřejněny nebo události, které se staly. Reaguje tak na aktuální události, které jsou publiku a divákům dobře známy, například z televizního zpravodajství, tištěných médií či internetového zpravodajství. Poté moderátor usedá za svůj stůl a následuje přehled událostí, které se staly v uplynulém týdnu. Události čerpá nejčastěji z novinových článků nebo internetového zpravodajství. Společným rysem vybraných událostí, o kterých Kraus hovoří je vtip nebo určitá reflexe, kterou dané události ve společnosti vyvolaly. Zároveň tyto události Kraus vždy vtipně nebo ironicky okomentuje.

Úvodní přehled trvá necelé dvě minuty, ale tento čas se mění v závislosti na závažnosti a množství událostí, jež stojí za zmínku. Hudební doprovod zajišťuje kapela

Krausova syna Davida a přehled informací je vždy zakončen hudební znělkou, tím končí Krausův monolog a nastává čas pro konverzaci.

6.2 HOSTÉ

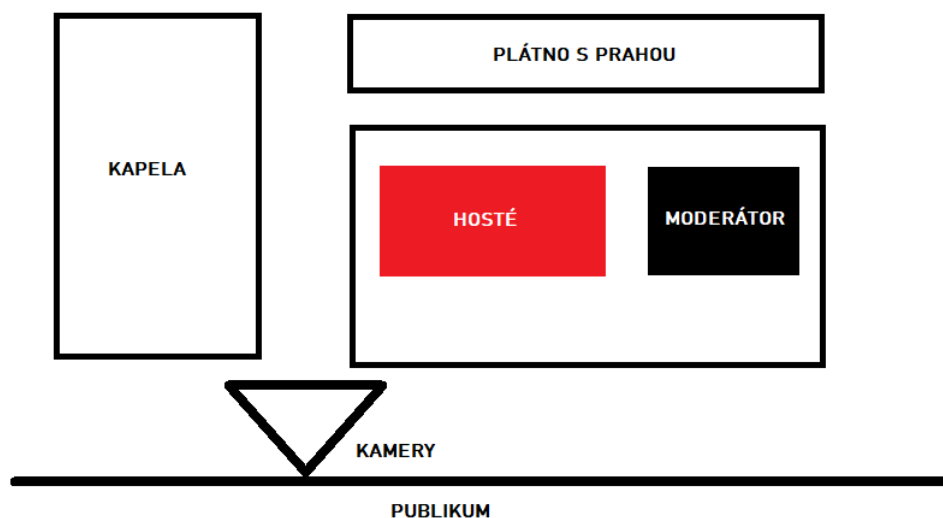
Do své talkshow si zve Kraus zpravidla tři hosty. První host je nejčastěji významná osobnost ve významném postavení například politik, právník, spisovatel, herec, režisér, zpěvák, moderátor, zkrátka společensky úspěšný a významný člověk, který je divákům dobře známý, a který je vidět i na televizních obrazovkách. Druhý host bývá zpravidla také mediálně známý, ale jeho postavení ve společnosti není tak významné jako u prvního hosta. Třetí, a zároveň poslední, host je nějakou vtipnou či zábavnou činností zajímavý a není publiku a divákům zatím znám, je zde spíše za účelem pobavení publika a televizních diváků. Kraus mu tedy tímto nabízí možnost se zviditelnit a představit se veřejnosti, prostřednictvím tohoto pořadu. Tito hosté jsou většinou z řad zástupců rekordmanů, chovatelů zvířat, tanečníků, astrologů a jiných.

Z časového hlediska dostává nejvíce prostoru první host a to zhruba 10–20 minut, z celkového 40 minutové stopáže pořadu. Tento čas je samozřejmě velmi individuální a variabilní, v závislosti na každém hostu. Nejméně času je věnováno poslednímu hostu, u kterého jde pouze o jeho představení a zviditelnění se. Hudební kulisu tvoří, jak už bylo zmíněno výše, kapela Davida Krause, která dostává prostor vždy po druhém hostu.

6.3 PROSTŘEDÍ POŘADU

Prostorem, který poskytuje zázemí pro natáčení pořadu Show Jana Krause je divadelní sál Archa. Významnými faktory, které ovlivňují chování všech účastníků konverzace, je právě prostředí a rozložení interiéru. V pořadu Show Jana Krause je výrazným prvkem červená pohovka, která vyplňuje střed studia a je dominantou celé show. Je natočená směrem k publiku a sedávají na ni pozvaní hosté. Z diváckého pohledu se nachází v pravé části studia moderátorský stůl s židlí. Hosté sedí po pravé ruce moderátora a ten má možnost se k nim natáčet. Za moderátorem se nachází prostor pro audiovizuální záznamy, a k těmto účelům slouží moderátorovi vysouvací televize. Z pohledu publika se v levé části studia nachází kapela, která doprovází téma rozhovoru, repliky a tvoří hudební kulisu nebo samotný doprovod k určitému hostu. Dále se za moderátorem nachází plátno s noční Prahou, které tvoří zajímavou kulisu. Zajímavostí uspořádání interiéru je to, že u Jana Krause sedí host níže

než moderátor (oproti jiným talkshow), což zajišťuje moderátorovi lepší postavení a dominanci. Zároveň je toto faktor velmi ovlivňující chování aktérů komunikačního aktu.



Obrázek 1. Schéma uspořádání pořadu

7 ROZHOVOR

Rozhovor se může odehrávat mezi dvěma nebo více lidmi, kteří chtějí získat určité informace, fakta, politické nebo organizační záměry, porozumět druhému, jeho postojům nebo nějakému tématu. Může mít podobu společenského nezávazného „klábosení“ nebo může mít podobu řízeného rozhovoru. Odehrává se v podobě otázek a odpovědí tváří v tvář dotazovanému nebo po telefonu (Mikuláščík, 2003). Slovník spisovné češtiny zároveň uvádí celou řadu termínů obdobného významu: rozmluva, interview, dialog atp.

Rozhovor je užitečným prostředkem pro sbírání informací a získané informace mají aktuální podobu. Zároveň je možné získat okamžitě osobní reakce lidí k aktuálním skutečnostem. Díky rozhovoru máme příležitost pro zpětnou vazbu, a konfrontaci názorů a postojů, sdílení informací a pocitů s lidmi. Je také možností jak získávat informace, které zpočátku nebyly cílem rozhovoru, a také umožňuje číst z neverbálního chování dotazovaného.

Interview může mít mnoho podob a slouží k různým účelům. Mikuláščík (Mikuláščík, 2003) uvádí výčet těch nejvíce používaných forem v průmyslové a obchodní činnosti:

- **výběrové interview**, jako vstupní pohovor;
- **hodnotící interview** prováděný se zaměstnanci v pravidelných intervalech většinou jedenkrát za rok;

- **motivační interview** – týká se stimulování zaměstnanců k plnění pracovních úkolů;
- **poradní interview** – dotazování zaměstnanců na názory o firmě, na podmínky práce, atd.;
- **informativní interview** – dotazování na výsledky, zkušenosti, podmínky;
- **persuasivní interview** (přesvědčovací) – například u dealerů;
- **interview v podobě stížnosti a nespokojenosti** – zaměstnanci, kteří jsou s něčím nespokojeni, si vyžádají rozhovor se zástupci vedení, kde vyjádří svou nespokojenost
- **interview při propouštění ze zaměstnání** – manažeři se snaží zjistit, proč odchází někteří zaměstnanci z firmy (cílem je identifikace problémů, které jsou příčinou odchodů, aby se mohly provést nějaké změny)

7.1 DIALOG JAKO SPECIFICKÁ FORMA ROZHOVORU

Dialog je tou nejkvalitnější formou rozhovoru, která předpokládá rovnoprávné postavení obou účastníků komunikace. Oba účastníci jsou shodně zaměřeni na aktivní komunikování o určitém tématu (od tématu se neutíká), oba dva účastníci se navzájem snaží ovlivňovat. V dialogu se projevují určité vztahy, které nesou znaky proměnlivosti a vývoje. Předpokládá se vzájemná důvěra, důvěryhodnost a vzájemná otevřenost. Rozhovor se stává dialogem teprve tehdy, když oba účastníci mají dobrou vůli vzájemně spolu otevřeně komunikovat a vzájemně respektovat stejná práva pro obě strany (stejně časové vstupy, naslouchání jeden druhému), když dovedou respektovat a mít v úctě jeden druhého (Křivohlavý, 1988).

Cílem dialogu je hledání pravdy, porozumění a dohody. Předpokladem pro dialog je respekt a úcta k partnerovi, kázeň a sebeovládání. Pokud se jeden z účastníků dialogu snaží mít za každou cenu poslední slovo, už se nejedná o dialog. Pokud je rozhovor dialogem, přináší oběma účastníkům obohacení. Obohacení ve smyslu získání nových pohledů na téma, ale také obohacení v nových vztazích a v poznání nových lidí. Hlavní náplní dialogu není jen mluvení, jde také naslouchání a pochopení toho druhého, o určité souznění.

Podstatou dialogu je rozhovor dvou nebo více osob (mluvčích), je postaven na jejich vzájemné interakci. V dialogu mluvčí střídavě pronášejí své repliky, jež na sebe vzájemně reagují, a střídají se v aktivních a pasivních komunikačních rolích (Hoffmannová, 1997).

Dialog může být uskutečněn jednak ve formě mluvené, jednak ve formě psané (dopisy, e-maily, SMS zprávy, internetové diskuze) (Hirschová, 2006). Zvláštní typ dialogu potom tvoří hlasové zprávy v nejrůznějších aplikacích využívaných v současnosti. Tento typ nabízí značné výhody i nevýhody. Výhodou je, že příjemce takové zprávy si může kdykoliv

poslechnout přijaté informace znovu, může si promyslet odpověď. Nevýhoda spočívá v tom, že reakce na takový druh rozhovoru není přímá. Účastníka komunikace vnímáme zprostředkovaně, nejsou nám známy okolnosti aktuální situace, může docházet například k časovým prodlevám v interakci apod.

7.2 MEDIÁLNÍ DIALOG

Mediální dialog, kde dochází k interview mezi rozhlasovým nebo televizním redaktorem a hostem, není dialogem v pravém slova smyslu. Tento typ dialogu se vyznačuje výrazným rysem, kterým je obrácenost k publiku, orientuje se na posluchače nebo diváka, který je hlavním důvodem, proč je dialog primárně uskutečňován. Lze tedy říci, že dialog mezi účastníky dialogu, se stává dialogem pro třetí osoby, které jsou v roli posluchačů (pozorovatelů). Televizní mediální dialog, jakým je *Show Jana Krause*, je zaměřena jednak na publikum nepřítomné (pouze tušené – diváci u TV) a publikum studiové. Účastníci dialogu tedy směřují k více adresátům. Čmejrková (1999) uvádí, že někdy se hovoří o dvojité komunikační konstelaci, při níž je nicméně „vnitřní komunikační okruh“ (okruh studia) překryt „vnějším komunikačním okruhem“ (televizní diváci).

Příkladem mediálního dialogu je právě interview, označující rozhovor moderátora s hostem nebo více hosty. Jedná se o zábavní rozhovor, pro který se užívá slovo anglického původu talkshow. Dalo by se říci, že všechny dialogy, prezentované v médiích, jsou určeny pro zábavu a to i ty, které mají za cíl informovat, ukázat nebo poučit.

Jak tvrdí Vybíral (2005), účastníky komunikace nejsou jen mluvčí a adresát, ale také přihlížející, tedy ti, kteří do komunikace nijak nevstupují (v tomto případě máme na mysli televizní diváky), jsou pouze jejími svědky – komunikují sdílením informací předávaných mezi mluvčím a adresátem. Publikum v sále, které je rovněž účastníkem komunikace, může být moderátorem vtahováno do komunikace, je tzv. stylizováno do role, jejímiž prostředky jsou souhlasné nebo nesouhlasné reakce.

V mediálním dialogu typu talkshow se užívají relativně ustálené a předvídatelné soubory konvencí a praktik, které se odvíjejí od typů komunikačních situací. Rozlišovat můžeme mezi dvěma typy komunikačních situací, které jsou dány rozdílem mezi interpersonální nebo masovou komunikací. Komunikační situace, představují komplexní soubor okolností, za nichž se odehrává řečová činnost (komunikace, řečové jednání, jazyková sociální interakce), je typizovatelná jen v hrubých rysech, protože u každé konkrétní komunikační události se objevují individuální faktory jen obtížně předvídatelné, avšak právě

u talkshow lze vystopovat rysy, které jsou stabilní a pro charakteristiku určité talkshow zásadní (Hirschová, 2014).

Talkshow Jana Krause je, podle charakteristik komunikačních situací, komunikací masovou, tj. automaticky veřejnou. Tyto typy komunikátu jsou vytvářeny a určeny pro veřejné předvádění, které může být opakované. Zásadním faktorem, který tvoří typickou složku masových komunikátů, je tzv. cílová skupina. Hirschová (2014) dále uvádí, že komunikát (pořad) zde nemá individuálního adresáta, je zaměřen na skupinu příjemců vymezenou rysy jako věk, zájmy, vzdělání apod. K závažným faktorům ovlivňujícím podobu talkshow patří i to, pro kterou denní dobu se s jejím vysíláním počítá (ráno/odpoledne – v hlavním vysílacím čase – po 22. hodině), a na který televizní kanál je umístěna. Talkshow Jana Krause je vysílána televizí Prima, která je zaměřena na obecné masové publikum.

8 VERBÁLNÍ PROJEV MODERÁTORA JANA KRAUSE

Tato část práce je věnována řečové (verbální) složce moderátora Jana Krause. Projev moderátora můžeme rozdělit na složku verbální a neverbální. Po bližším zkoumání dojdeme k závěru, že tyto dvě složky se v pořadu vzájemně doplňují a vyskytují se na totožné úrovni. Jazykový projev Jana Krause je doplňován výraznou gestikulací a neverbálními prvky, kterým však bude věnován prostor v další samostatné kapitole. Nyní se zaměříme na verbální složku projevu moderátora.

Hlavní náplní pořadu Show Jana Krause jsou rozhovory s hosty. Jádrem rozhovoru tvoří stručný dialog, při kterém dochází k výměně dvou či několika dvojic vět, tzv. replik. Může mít podobu předem očekávaných replikových dvojic, které tvoří ustálené sekvence: otázka – odpověď, nabídka – její přijetí, nabídka – její odmítnutí, prosba – vyhovění, pozdrav – pozdrav a další.

Jak uvádí Hoffmanová (1994) při televizním interview je motivace moderátora profesionální a jeho host zřejmě s konáním interview dobrovolně souhlasil. Úspěch interview a celého pořadu je u televizního rozhovoru založen na tom, jak si partneři vycházejí vstříc, jak se vzájemně respektují, tedy na jejich vzájemném taktu, a dále na jejich taktním chování vůči divákům.

Realizace interview je podmíněna výběrem vhodných jazykových prostředků. Zkušený moderátor by měl zpravidla vést rozhovor kultivovanou a spisovnou češtinou. Pro hosta nemusí být tento vyjadřovací kód běžný, ale dokáže se ve většině případů přizpůsobit celé komunikační situaci.

Jana Krause můžeme označit za zkušeného moderátora, který si ale zakládá na neformálním projevu. Při rozhovorech používá zpravidla obecnou a hovorovou češtinu. Prostředky spisovné češtiny se v projevu prolínají s nespisovnými. Typickou složkou jeho projevu je však obecná čeština, kterou můžeme vidět na příkladu:

Kraus: „Ale rád bych zdůraznil, Patrik už toho **ud’ál** hodně, napsal řadu her, taky je to vynikající divadelní režisér a velmi **veselej** člověk...“ „A **ted’ko** Patrik napsal novou knížku“...“ Já bych **moh bejt** až přizaraženej...“

Výše uvedené příklady nejsou jediným příkladem obecné češtiny, které Jan Kraus ve svém jazykovém projevu užívá. Typickým Krausovým projevem je i užívání protetického v, krácení vokálu uvnitř slova a zjednodušení souhláskové skupiny daného slova.

Kraus: „no **voní** jsou takový **dycky**“

Kraus: „**prosim** vás a ted’ko mi řekněte...“

Ve vysoké frekvenci se objevují situace, kdy moderátor opakuje výpověď hosta, který užívá spisovnou češtinu, ale při reformulaci se prvky spisovné češtiny vytrácí.

Host: „no nuda to není no“

Kraus: „nuda to **není** ne“

Dalším prvkem, který se v Krausově mluvě objevuje ve značné míře, je používání tzv. vycpávkových slov. Mezi nejčastější užívaná slova patří: *no, že jo, hele, jo, čili, jakoby* a další. K používání těchto vycpávkových slov dochází zejména při nervozitě, když nevíme jak začít naši výpověď. Na následujících příkladech je možné pozorovat užívání těchto slov při projevu Jana Krause.

Kraus: „**no** tak je pravda vy byste na to byla celkem fundovaná máte na to i průpravu **že jo**“

Kraus: „**čili** vy říkáte“

Kraus: „**čili** šlo vo to“

Kraus používá ve svých replikách i vulgarismy. Dost možná je používá i záměrně, protože díky nim nastane pozitivní reakce publika.

Kraus: „my sedíme jako **kreténi** u televize a (smích publika)“

Kraus: „já sem **prase** topim uhlím a cvičkama (smích publika)“

Kromě výše zmíněného používá Kraus spoustu expresivních slov (*pecka, sprostárna, čurbes*), obrazného vyjádření (*visí na vlásku, politika pštroší hlavy v písku*) a neologismů.

Čmejková (2007) charakterizuje moderátorovo konverzační chování jako agresivní, ironizující, břítké a zároveň zmiňuje tu skutečnost, že host není předem seznámen s tématem konkrétního dílu, což hosta uvádí do nejistoty. Výběr jazykových prostředků a celkový dojem můžeme charakterizovat jako uvolněný, barvitý a šťavnatý.

Projev Jana Krause můžeme v některých situacích označit jako útočný. Nicméně jeho vystupování je uvolněné, přirozené a vytváří tak ve většině případů přátelskou atmosféru. Díky umu Jana Krause působí celá talkshow přirozeně, sympaticky a zábavně.

9 NEVERBÁLNÍ PROJEV MODERÁTORA I ÚČASTNÍKŮ

V pořadu Show Jana Krause nalezneme velké množství projevů neverbální komunikace. Důležitost obrazové, resp. šíře neverbální složky je v talkshow podporována režijním ztvárněním a střihem. Show Jana Krause je vysílána ze záznamu, tedy vliv režie a střihu zcela zásadně ovlivňuje celkové vyznění komunikace. Ty nejvýraznější prvky neverbální komunikace v pořadu *Show Jana Krause* si představíme v následujících kapitolách.

9.1 GESTA

Téměř nepřetržitě a v hojném množství se v pořadu vyskytují nejrůznější gesta. V této kapitole se zaměříme na gesta nejvíce nápadná a nejvíce frekventovaná. Výrazná gesta, která provází celým pořadem, můžeme pozorovat především u moderátora.

Gesta, doprovázející Krausův projev, dávají jeho slovům rytmus. Řeč je o tzv. *akcentačních* neboli *taktovacích* gestech. Tyto gesta dominují zejména na začátku pořadu, kdy moderátor stojí, gestikuluje většinou pouze pravou rukou (levá je zasunuta v kapse).

V hojně míře se rovněž objevují gesta *ilustrativní*, používaná zejména při samotném rozhovoru. Gesta zdůrazňují a zpřesňují verbální projev, dochází především k zapojení obou rukou moderátora, často se objevují gesta prezentována na opěradle pohovky (jedná se o různé pohyby rukou, „sekání do vzduchu, atd.). Ilustrativními gesty doprovází verbální stránku rozhovoru i samotní hosté. Někteří gestikulují více, ale nalezneme zde i hosty málo

gestikulující. U těchto hostů se však neverbální projev projevuje například výraznějšími pohyby hlavy nebo mimikou.

Dalšími z řady gest provázející pořad, jsou gesta *deiktická*. Tato gesta, ukazující na určité místo, se objevují zejména na začátku pořadu, při uvádění hostů. Ještě než moderátor ukončí svůj úvodní vstup, ukazuje na místo, kde se nachází jeho stůl, následně k němu přechází a informuje o zprávách uplynulého týdne.

Kraus: (*ukáže pravou rukou směrem ke svému stolu*) „Pojďme se teď podívat, co nám přinesl minulý týden.“

Dalším takovým gestem je ukazování pravou upaženou rukou na osobu, která právě vstupuje do pořadu nebo gesto, které vybízí hosta k posazení.

Kraus: „Dámy a pánové, naším dalším hostem je Patrik (*upaží pravou ruku*) Hartl.“ (*při těchto slovech host vchází do studia*).

V pořadu se rovněž vyskytuje celá řada gest *deskriptivních*, která popisují nějaký objekt. Ale ještě více zajímavá gesta, objevující se v pořadu, jsou gesta *ikonická*. Tato gesta napodobují nějaký děj nebo věc. Většinou doprovázejí verbální stránku rozhovoru. Jedním z takových příkladů je třeba předvádění luxování u Patrika Hartla, kdy ruce Patrika Hartla simulují obepnutí tyče vysavače, a následně pohyby rukou simuluje luxování.

Hartl: Už od šesti let jsem musel vysávat. A maminka byla fakt jako pedant. A my jsme měli takový koberec, ze kterých to vůbec nešlo, a já jsem musel několikrát přejet to jedno místo (*ruce obepínají imaginární tyč a předvádějí pohyb dopředu a zpět*)...

Ikonická gesta se objevují nejen u hostů, ale i u samotného moderátora. Moderátor většinou výrazná gesta hostů zopakuje. To vypovídá o jeho pozornosti ke gestikulaci hostů, a pokud si všimne něčeho takto výrazného, neváhá tato gesta reprodukovat.

Jako posledním z gest, jsou v pořadu zastoupena gesta *kinetografická*, znázorňující směr.

Kraus: „My tady máme takovou ukázkou.“ (*pravou rukou udělá pohyb odspoda nahoru a vzápětí za ním vyjede obrazovka, na které běží zmíněná ukáзка*).

Při pozorování gest v pořadu docházíme k závěru, že neverbální komunikace předchází té verbální. Prvně je věc ukázána a pak teprve vyslovena. Velmi úzce spolu s gesty souvisí rychlost i mluvy. Pokud jsou účastníci talkshow zaujati a hovoří rychle, gestikulace je následuje.

Gesta, kterého si pozorný divák může u moderátora všimnout, je jeho neustálé ťukání prsty o desku stolu. Toto gesto může značit nervozitu nebo netrpělivost, podstatné však je, že působí rušivým dojmem. Podobný význam má i moderátorovo hraní s rukama, posouvání a úprava papíru po stole, na kterém má napsané poznámky nebo pohrávání si s předměty od hostů.

9.2 DOTYKY OBLIČEJE

V pořadu se dokonce objevuje gesto, které vypovídá o lži moderátora. Toto gesto je spjato především s dotýkáním se nosu. Peace (2001) o dotycích nosu píše, že jestliže se v myslí zrodí lež, ruka podvědomě směřuje k ústům, ale ve snaze zamaskovat toto gesto se odtáhne od obličeje. Tento projev neverbální komunikace můžeme velmi často pozorovat u moderátora, pokud se dotazovaný zdráhá odpovědět a v tu chvíli se moderátor dotkne nosu. Mezi další často používaná gesta moderátora patří i mnutí oka, která může znamenat záměrné vyhýbání se vizuálnímu kontaktu, protože máme pocit, že někdo lže.

Jedním z nejvýraznějších gest týkající se obličeje, je podepřená brada rukama. U těchto dotyků rozlišujeme tři způsoby:

- a. **ruka se opírá o tvář tak, že ukazováček směřuje vzhůru a palec podpírá bradu** – toto gesto představuje výhrady posluchače vůči samotnému mluvčímu nebo k obsahu jeho slov
- b. **mnutí brady** – představující rozhodování
- c. **podepření brady, kdy se palec i ukazováček dotýkají po straně brady** – značí přemýšlení nebo uvažování o něčem

Současně s gesty dotýkajícími se obličeje můžeme pozorovat i pohyby hlavou, kde přikývnutí hlavou značí souhlas, a kroucení hlavou považujeme za nesouhlas (jedná se o tzv. regulátory).

9.3 MIMIKA

Jedním z nejméně výraznějších mimických projevů v pořadu je hlasitý, uvolněný smích Jana Krause, který značí neformálnost pořadu. Obličej moderátora hýří mimikou a prakticky nezůstává v klidu. Často vznikají tzv. grimasy, kdy moderátor emoce zveličuje a přihrává. To, co se promítá do moderátorovy mimiky je zejména jeho ironie. Ta dává vzniknout zejména různým úšklebkům nebo můžeme pozorovat jeho podmračený výraz obličeje.

Nejčastějším z mimických výrazů se v pořadu stává úsměv a smích. Analyzovat tento mimický projev však není jednoduché, protože se jedná o mnohoaspektový jev. Signál, který může smích vyjadřovat je na jedné straně vzrušení a zájem, na straně druhé může smích signalizovat ochrannou funkci, kterou účastníci komunikace takticky maskují rozpaky, averzi, odmítnutí apod. Pokud je moderátor udiven, a zároveň pobaven, na čele se mu objeví skládané vrásky a zvednou se mu víčka a obočí se vyklene nahoru. Obočí je u moderátora důležitým prvkem mimiky, často ho zdvihá při otázkách, anebo pokud se něčemu podivuje.

9.4 ZRAKOVÝ KONTAKT

Zrakový kontakt a jeho pozorování v pořadu není zcela snadné, protože jsme omezeni záběry kamer. Ty zabírají většinou pouze toho, kdo hovoří, a tedy není možné sledovat, kam směřuje oční kontakt posluchače.

Při vstupu moderátora do studia směřuje jeho oční kontakt na publikum a kapelu. Na začátku pořadu je moderátor snímán kamerou především čelně, občas je zjevné sklouznutí zraku na diváky v sále. Při čtení zpráv z uplynulého týdne, udržuje moderátor oční kontakt s televizními diváky, a nehledí pouze do připraveného textu. Pohled moderátora při rozhovoru s hosty je stálý, oční kontakt udržuje moderátor jednak při kladení otázek, tak i při poslouchání odpovědí. K přerušení očního kontaktu s hostem dochází pouze ve chvíli, kdy Kraus hledí do publika nebo si prohlíží rekvizity donesené hostem. Síla pohledu moderátora, se stává prostředkem k dosažení cíle, kdy nechce host odpovědět na moderátorovu otázku. Krausův pohled se stává upřenější, nabírá na intenzitě a tím dosahuje svého cíle, kdy host podlehne a prozradí moderátorovi to, co žádal.

Oční kontakt hostů je zpravidla přiměřený. Zrak je upnutý zejména k moderátorovi, občas dojde k úhybu pohledu směrem do publika.

9.5 HAPTIKA

V pořadu se vyskytují ve značné míře dva typy kontaktů. Jedná se o doteky společenské a konvenční (podání ruky), druhou skupinu tvoří doteky přátelské. Společenské doteky výrazně převyšují počet doteků přátelských.

Podání ruky u Jana Krause je ve většině případů stejné. Ruku podává hostovi rovně, pravý palec směřuje vzhůru, s hosty si tiskne ruku způsobem, že dochází k dotyku dlaní ve vertikální, svislé ose. Lewis (1995) tento styl označuje jako spojenecký a lidé jím beze slov říkají: „ *Chci s vámi spolupracovat jako rovný s rovným.* “. V některých případech dochází k mírnému naklonění dlaně vlevo, což značí jakýsi dominantní postoj. Moderátorova levá ruka zůstává při stisku volně viset, a tento jev, lze označit jako projev formálního stisku.

Existují však výjimky, kdy se moderátor při podávání ruky dotýká paže hosta, avšak kterého velmi dobře zná a je jeho blízkým člověkem. „ *Jak levá ruka putuje výše po paži druhého, narůstá stupeň vyjadřované důvěrnosti. Sevření paže nebo ramena je možno použít jen u lidí, s kterými sdílíme silné emociální pouto.* “ (Lewis, 1995). Takový dotyk vyjadřuje velkou míru blízkosti.

Nejčastějším kontaktem, který se v pořadu objevuje je moderátorův autokontakt, kdy si Kraus neustále pohrává s rukama. Zejména k tomu dochází při naslouchání hostovi. Takových dotyků je celá řada, ale v největší míře je zastoupen dotyk, kdy si mne palcem ostatní prsty na ruce. Dalším podobným gestem je mnutí palce a ukazováku stejné ruky, jako by měl v ruce malou kuličku. Oba tyto dotyky se objevují při řeči hosta, což může značit jistou netrpělivost nebo až nervozitu moderátora. Tato gesta ustávají ve chvíli, kdy se moderátor dostává opět ke slovu. V menší míře se tyto autokontakty objevují i u hostů, jedná se především o mnutí prstů, které může značit nejistotu a strach z televizního prostředí.

9.6 POSTURIKA

Z hlediska posturologie je definice polohy velmi jednoznačná. Účastníci i moderátor převážně sedí, v pozici vestoje je můžeme spatřit pouze při příchodu do studia. Moderátor se v této pozici nachází na začátku pořadu, při představování a vítání hostů. Ke změně polohy sezení dochází u moderátora při kladení otázky, kdy se moderátor nahýbá často směrem dopředu. Tento předklon značí zaujetí a zájem. „ *Při rozhovoru dává posluchač najevo intenzivní zájem větším přiblížením.* “ (Tegze, 2003). Další změnou polohy sezení je u moderátora záklon a i opření do křesla, které používá zejména při ironii, údivu nebo smíchu velké intenzity.

Může se jednat o potřebu odpočinout si nebo o potřebu uvolnění. Na druhé straně může tato poloha značit jakousi potřebu ukázat svoji „potenci“ a vychutnat si pocit vlastní síly a moci.

9.7 PROXEMIKA

Divadelní sál Archa, který poskytuje prostor pro natáčení pořadu Show Jana Krause, je dělen na dvě části. První z částí je určena pro publikum, která je schopna nabídnout místo až pro 1200 lidí, kapacitu sálu je možné podle potřeb měnit nebo přestavovat. Publikum se s účinkujícími dostává do vzdálenosti, kterou můžeme nazvat vzdáleností veřejného prostoru. Druhou částí sálu je vyvýšené pódium, vzdálené od publika zhruba 4 metry, které je určené pro účastníky talkshow. Co se týká prostoru mezi hosty a moderátorem, při příchodu do sálu se dostávají do vzdálenosti osobního prostoru, přibližně na délku paže. Tato vzdálenost je charakterizována takto: „ *V této vzdálenosti nedochází k viditelnému zkreslení detailů, ale ostře vidíme jen malou část obličeje, což znamená, že musíme neustále posunovat pohled, abychom rozeznali všechny detaily...*“ (Lewis, 1995). Při příchodu si hosté sami volí vzdálenost, která je jim příjemná, přičemž Kraus zůstává stát na určitém místě. Následuje usazení hostů na pohovku, která svým pevným ukotvením vymezuje vzdálenost, mezi moderátorem a hostem, na pomezí osobní a společenské zóny. Pozornému divákovi neuniknou drobné rozdíly při přistupování hostů. Je zřejmé, že Krausovi přátelé přistupují podstatně blíže, než lidé, kteří ho neznají.

Z hlediska prostorového uspořádání studia je možné popsat dvě části. Jednu část tvoří sféra soukromá, kterou tvoří stůl a židle moderátora, a druhou veřejná sféra, která je určená hostům.

Moderátor se vyskytuje v obou zónách, kdy se do veřejné sféry dostává při vítání hostů, poté se opět vrací do sféry soukromé. Hosté přístup do soukromé sféry nemají, ale mohou do ní zasáhnout položením určitých rekvizit, dárkem apod. Sofa, určené pro hosty, není velkých rozměrů. Je určeno primárně pro tři účastníky, kteří se díky prostoru sofa nachází v zóně intimní. Područka pohovky se stává pomyslným mezníkem mezi zónami. Mezi zónou moderátora a hostů. Dochází zde ke střetu rukou moderátora a hostů. Kraus si zvětšuje své teritorium pokládáním rukou na područku. Je dobré si povšimnout, že pokud host položí ruku na područku, Kraus se stahuje z veřejné zóny. „Soubojem“ ve vymezování teritoria může ale být situace, kdy mají ruce na područce oba, host i moderátor a ani jeden z nich nehodlá ustoupit.

9.8 PARALINGVISTIKA

Pořad provází všechny paralingvální projevy zmíněné v teoretické části. Mezi výrazné projevy patří zejména změny tempa, síla řeči, pauzy nebo „skákání do řeči“.

Pokud chce moderátor něco zdůraznit, zpomaluje tempo, dělá delší pauzy a slova pronáší hlasitěji. Z hlediska paralingvistiky je také zajímavé představování hostů, které je ve své podstatě stereotypní. Moderátor nejprve vysloví jméno hosta, následuje pauza, poté vyslovuje příjmení hosta, kde klade důraz na první slabiku. Představení hosta probíhá v pomalém tempu.

Kraus: „Dámy a pánové (*rychle řečeno*) naším dalším hostem je Patrik (*pauza*) Hartl (*velký důraz na první slabice příjmení hosta*),

Rozloučení s diváky naopak provází rychlé a tiché tempo, kde děkuje za pozornost a zve na další díl pořadu.

Kraus: „Já Vám děkuji za pozornost a těším se s Vámi za týden na shledanou“ (*rychlé, tiché tempo*).

Za největší prohřešek moderátora by se dalo považovat „skákání do řeči“, kdy hosté nedostanou prostor k odpovědi a jsou moderátorem přerušeni. Tento prohřešek je velmi frekventovaný a často se pojí s omluvou, pardon. Moderátor vstupuje hostovi do řeči a přednáší své vlastní názory. Host se zalekne a přestává hovořit.

Paralingvistické projevy u hostů jsou do určité míry rozdílné. Někteří účastníci, především mediálně známí (zvyklí na kamery), působí klidným dojmem a sebevědomím. Na jiných je viditelná nervozita. U obou těchto skupin ovlivňuje aktuální rozpoložení i jejich hlasový projev. Sebejistí hosté mluví zřetelně, hlasitě a na otázky reagují pohotově. Opač jsou lidé nejistí, kteří mluví tiše, a celkově jejich rozpoložení ovlivňuje jejich projev. Současně se zde ale objevují zajímavosti, kde můžeme v projevu hosta nalézt jednak odpovědi rychlé, hlasité, a zároveň odpovědi tiché a pomalé.

PROJEKTOVÁ ČÁST

10 PROJEKT

Projektová část se zabývá samotnou přípravou na interview, která je ve finální podobě zpracována do podoby letáku, kde jsou shrnuty nejdůležitější informace k vedení interview (viz. Příloha č. 1).

Jednotlivé body velmi stručně informují o průběhu přípravy, protože příprava je nejdůležitějším pravidlem a přináší velké množství výhod. Pokud osoba, které se dotazujeme, vidí, že jsme strávili nějaký čas přípravou, bude se k nám chovat jako k osobě, se kterou chce strávit svůj čas. Tímto si jako tazatelé vybudujeme určitého respektu. Dále jsou v letáku doporučení, které by měly napomáhat dosáhnout cíle, aby interview bylo úspěšné.

V projektové části je stručně nastíněno, jaké požadavky by měl leták splňovat, aby byl efektivní.

10.1 CÍL PROJEKTU

Cílem projektu byl pokus o vytvoření graficky zajímavého letáku, který shrnuje nejdůležitější body k úspěšnému vedení rozhovoru. Leták by měl sloužit jako návod všem, kteří se chystají vést rozhovor.

10.2 METODA ZPRACOVÁNÍ

Aby byla naplněna hlavní myšlenka projektu, poutavý leták, bylo potřeba k dosažení cíle využít vhodný program, který nám pomohl s jeho zpracováním. Leták byl vytvořen pomocí bezplatné webové platformy Canva, která je určená pro tvorbu grafických materiálů.

10.3 REALIZACE PROJEKTU

Primárním účelem letáku je především upoutání pozornosti a vzbuzení zájmu. Sdělení by mělo zaujmout na první pohled např. výrazným titulkem. Síla sdělení je založena na jednoduchosti a to jak v textové, tak grafické podobě. To, jestli leták bude úspěšný a dokáže zaujmout je ovlivněno několika aspekty. Úspěšnost tedy závisí na volbě barev, velikosti, druhu papíru a písma, na pozadí letáku, zda je zvolena fotografie nebo kreslený obraz.

Pro tvorbu letáku byla zvolena šablona nabízená v programu. Jedná se o fotografii, která znázorňuje pomyslnou cestu rozhovorem. Tato cesta je doplněna jednotlivými „zastávkami“, které postupně provází přípravou interview. Začátek pomyslné cesty je označen termínem START, následuje šest „zastávek“, kopírujících linii silnice, ve kterých jsou ve stručnosti zmíněny ty nejdůležitější body průběhu přípravy interview, které nás dovedou do CÍLE, který je umístěn na konci stránky. Dále se v letáku nachází symbol výstražného trojúhelníku, který nás upozorňuje na pravidla (doporučení), která jsou vhodná při vedení interview dodržovat.

10.4 TISK LETÁKU

Výhodou letáku je, že se jedná o relativně levnou formu reklamy, oproti jiným typům reklam. Je distribuován samostatně, takže jeho vnímání neovlivňují ostatní články nebo inzeráty. Před samotným výběrem tiskárny, která se bude podílet na zhotovení letáku, je dobré udělat průzkum o cenách a kvalitách tisku dostupných tiskáren. Ceny se mohou lišit, proto je dobré věnovat se vybrání té nejlepší nabídky. Cena se zpravidla odvíjí od množství kusů letáků. Vzhledem k užití množství informací obsažené v letáku byla zvolena velikost A4. Jednak pro lepší čitelnost, orientování a přehlednost v textu.

10.5 ROZPOČET

Jelikož byl leták vytvářen volně dostupným programem, rozpočet, a s ním spojené náklady, je tedy limitován pouze samotným tiskem letáku. Cenové kalkulace závisí na rozměrech letáku, jejich množství, jestli se jedná o jednostranný nebo dvoustranný tisk a na jaký druh papíru se bude tisknout. Cenu ovlivňuje ještě barevnost letáku, která logicky klesá s menším použitím barev.

Při zpracování letáku je důležitá především originalita a nápaditost, aby byl splněn cíl upoutání, což se domnívám, podařilo. Aby byla reklama dobře zapamatovatelná, obecně platí, že čím větší a barevnější je, tím větší je její účinnost.

ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo komplexní analyzování a sledování komunikačních projevů účastníků talkshow z hlediska verbální a neverbální komunikace. Metoda analýzy, použitá v této práci, pomohla zjistit funkci a používání verbálních a neverbálních prostředků přímých účastníků rozhovoru. Zároveň se tato metoda zaměřila na to, jakým způsobem působí vysílané verbální a neverbální prostředky na příjemce.

Kromě výše zmíněné analýzy byla zároveň věnována část práce popisu průběhu pořadu, výběru hostů a popisu uspořádání studia.

Teoretická část práce se věnovala definici a roli komunikace, byl zde vymezen samotný pojem komunikace, její funkce a druhy. Následně byla tato kapitola rozdělena do dvou složek, na složku verbální a na složku neverbální. Kapitola o verbální komunikaci, definuje samotný pojem a provází procesem komunikačního procesu. Neverbální komunikace představuje další kapitolu. Tato forma komunikace je zde definována a následně obsahuje klasifikaci neřečových komunikačních prostředků. Tyto komunikační prostředky jsou rozděleny v následujících kapitolách, které se podrobněji zaměřují na funkce, původ, význam a působení těchto prostředků.

Analýza, zvolená při empirické části práce, podala základní informace o užívání verbálních a neverbálních prostředků mezi účastníky talkshow. Zároveň poskytla ucelený pohled na průběh pořadu a působení moderátora v něm. Zvolená výzkumná metoda podává základní přehled o užívání verbálních a mimoslovních prostředcích účastníků rozhovoru. Studium teorie nás provedlo klasifikací jednotlivých složek komunikace a díky tomu jsme mohly tyto získané poznatky identifikovat v praxi. Z těchto poznatků bylo možné vysledovat užívání prvků gestiky, mimiky, pohledů očí, haptiky a dalších neverbálních prostředků v pořadu a jejich působení na hosty.

Pořad je primárně zaměřen na diváka (posлуhače) a jeho pobavení. Cílem pořadu a zároveň prioritou je tedy pobavit, šokovat, ale především tento pořad plní funkci zábavnou, díky které se stává atraktivním. Díky vhodně, někdy i nevhodně, zvoleným jazykovým prostředkům moderátora dochází k pobavení publika i televizních diváků.

Nejvíce byl analýze podroben sám moderátor Jan Kraus, protože jeho verbální a neverbální složka je nejvýraznějším prvkem pořadu. Z výzkumu lze konstatovat, že Kraus umí být ke svým hostům empatický, pokud jsou to hosté, kteří mu jsou sympatičtí. Pokud míra sympatie klesá, vytrácí se zároveň i míra empatie. Od tohoto aspektu se odvíjí zároveň i vedení rozhovoru, můžeme pozorovat větší nebo menší vzdálenost mezi komunikujícími

v závislosti na sympatiích k danému účinkujícími. Obecně lze říci, že při rozhovoru s dětskými hosty, přizpůsobuje Kraus i konverzaci dětským hostům. Je jim více nakloněn, užívá méně gest a více se soustředí na řeč jejich těla.

Závěr, který nám poskytla provedená analýza, tedy poukazuje na úzce propojenou verbální a neverbální složku v komunikaci mezi účastníky rozhovoru. Díky tomuto zjištění můžeme konstatovat, že obě tyto složky komunikace se navzájem doplňují a jsou silně spojeny.

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1

Cesta k úspěšnému interview

PŘÍPRAVA
jako
nedůležitější pravidlo interview

- **BUĎTE PŘÍJEMNÍ**
- **SLEDUJTE CÍL**
- **DEJTE PROSTOR OTÁZKÁM RESPONDENTA**
- **ZAJÍMEJTE SE O RESPONDENTA**
- **DOBŘE POSLOUCHEJTE**
- **DOPTÁVEJTE SE**
- **PODĚKUJTE DOTAZOVANÉMU ZA ROZHOVOR**

START

- ✓ **TÉMA ROZHOVORU**
- shromáždění určitých informací o osobě, kterou budeme zpovídat, o cílech, záměrech
- zjistit dostatek informací k tématu, které je předmětem rozhovoru
- ✓ **FORMA ROZHOVORU**
- osobně, telefonicky, videohovor
- ✓ **VÝBĚR OSOBY**
- určuje záměr rozhovoru
- cílem je zjištění určitých informací nebo posouzení osoby, se kterou je rozhovor prováděn
- ✓ **SESTAVENÍ OTÁZEK**
- zjistit o respondentovi a tématu dostatek informací
dva okruhy otázek:
rozehřívací, které jsou jednoduché a naladí respondenta
otázky, které slouží k upřesnění údajů
- ✓ **ZÁZNAM ROZHOVORU**
- psaní poznámek, nahrávání rozhovoru (se souhlasem respondenta)
- ✓ **PROSTŘEDÍ ROZHOVORU**
- zajistit klidné místo, ideálně někde, kde vás nic nevyruší a kde se bude respondent cítit dobře

CÍL

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY:

1. ČMEJRKOVÁ, Světlá. *Čeština, jak ji znáte i neznáte*. Praha: Academia, 1996. s. 10–11. ISBN 200-0589-7. Dostupné také z: <https://ndk.cz/uuid/uuid:6ed67800-f878-11e3-97df-5ef3fc9bb22f>
2. ČMEJRKOVÁ, Světlá a HOFFMANNOVÁ, Jana. *Jazyk, média, politika*. Praha: Academia, 2003. s. [1a]. ISBN 80-200-1034-3
3. ČMEJRKOVÁ, Světlá.: *Od partnerského rozhovoru k talk-show*. In: Přednášky z 50. běhu Letní školy slovanských studií. Praha 2007
4. ČMEJRKOVÁ, Světlá. *Televizní interview a jiné duely. Mediální dialog jako žánr veřejného projevu*. Slovo a slovesnost [online]. 1999, **60**(4), 247–268 [cit. 2019-01-24]. Dostupné z: <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?pdf=1>.
5. DEVITO, Joseph A., BARTŮŠEK, Milan a REZEK, Jiří. *Základy mezilidské komunikace*. Praha: Grada, 2001. s. [1a]. ISBN 80-7169-988-8
6. HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ, ed. *Slovník žurnalistiky: výklad pojmů a teorie oboru*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2017. ISBN 978-80-246-3752-5
7. HIRSCHOVÁ, Milada a Jindřiška SVOBODOVÁ. *Komunikační strategie v jednom typu mediálního diskursu: (televizní talk show)*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. ISBN 978-80-244-4458-1.
8. HIRSCHOVÁ, Milada a Filozofická fakulta. *Pragmatika v češtině*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2006. s. [1a]. ISBN 80-244-1283-7
9. HOFFMANNOVÁ, Jana. *Projevy taktu (a beztaktnosti) v televizních rozhovorech*. SaS, 55, 1994, s. 198
10. HOFFMANNOVÁ, Jana. *Stylistika a-: současná situace stylistiky*. Praha: Trizonia, 1997. s. [1a]. ISBN 80-85573-67-9
11. KNAPP, Mark L., *Nonverbal Communication in Human Interaction*, New York 1978
12. KŘIVOHLAVÝ, Jaro. *Jak si navzájem lépe porozumíme: kapitoly z psychologie sociální komunikace*. Praha: Svoboda, 1988. s. [1a].
13. LEWIS, David, REZEK, Jiří a ZBORNÍK, Dobroslav. *Tajná řeč těla*. Praha: Victoria Publishing, 1995. s. [1a]. ISBN 80-85605-49-X
14. LOTKO, Edvard a Filozofická fakulta. *Kapitoly ze současné rétoriky*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2009. s. 74-75. ISBN 978-80-244-2309-8.

15. MIKULÁŠTÍK, Milan. *Komunikační dovednosti v praxi*. Praha: Grada, 2003. s. [1a]. ISBN 80-247-0650-4
16. OSVALDOVÁ, Barbora a HALADA, Jan. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha: Libri, 2007. s. 208-209. ISBN 978-80-7277-266-7
17. PEASE, Allan. *Řeč těla: jak porozumět druhým z jejich gest, mimiky a postojů těla*. Praha: Portál, 2001. s. [1a]. ISBN 80-7178-582-2
18. TEGZE, Oldřich. *Neverbální komunikace*. Brno: Computer Press, 2003. s. [1a]. ISBN 80-7226-429-X
19. VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, 2005. s. [1a]. ISBN 80-7178-998-4

ELEKTRONICKÉ ZDROJE:

20. Internetové stránky talkshow Jana Krause. *Dostupné na* <https://showjanakrause.cz/>
21. Osobní stránky Jana Krause. *Dostupné na* <https://www.krausmagazin.cz/>