

**Univerzita Palackého v Olomouci**

**Filozofická fakulta**

**Katedra bohemistiky**

**PORUŠOVÁNÍ ZDVOŘILOSTNÍCH STRATEGIÍ A  
EXPRESIVITA V POŘADU ANO, ŠÉFE!**

Violations of polite strategies and an expressivity used in the tv show  
Ano, šéfe!

---

**Bakalářská práce**

Pavla Feledíková

Česká filologie se zaměřením na editorskou práci ve sdělovacích prostředcích

**Vedoucí práce:** Mgr. Jindřiška Svobodová, Ph. D

Olomouc 2015

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně a uvedla v ní všechny použité zdroje a literaturu.

V Olomouci 22. července 2015

.....

Pavla Feledíková

Na tomto místě bych ráda poděkovala Mgr. Jindřišce Svobodové, Ph.D. za odborné vedení bakalářské práce a cenné připomínky týkající se tématu bakalářské práce.

# Obsah

Obsah .....	4
Úvod .....	5
Metodologie a hypotézy .....	6
1 Komunikace mluvená a psaná .....	7
1.1 Komunikační situace mluveného projevu .....	8
1.2 Kontext .....	9
1.3 Komunikační situace veřejné neformální .....	11
2 Mediální komunikace .....	12
2.1 Mediální komunikace prostřednictvím televizních stanic .....	14
2.2 Mediální dialog .....	15
2.3 Televizní reality show .....	15
2.4 Charakteristika a struktura pořadu Ano, šéfe .....	16
3 Transkripce .....	17
4 Zdvořilost .....	18
4.1 Zdvořilost z pohledu pragmatické lingvistiky .....	18
4.2 Zdvořilostní maximy podle Geoffreyho Leech .....	19
4.2.1 Porušování zdvořilostních maxim v pořadu Ano, šéfe! .....	21
4.3 Koncepce „tváře“ podle Ervinga Goffmana .....	22
4.4 Teorie zdvořilosti a zdvořilostní strategie podle Penelope Brownové a Stephena Levinsona .....	23
5 Nezdvořilost .....	25
5.1 Kvalitativní analýza nezdvořilosti v pořadu Ano, šéfe! .....	27
5.1.1 Přímá nezdvořilost .....	27
5.1.2 Pozitivní nezdvořilost .....	30
5.1.3 Negativní nezdvořilost .....	33
5.2 Kvantitativní analýza pozitivní a negativní nezdvořilosti ve vybraných relacích pořadu Ano, šéfe! .....	36
6 Řečová etiketa .....	39
6.1 Zdvořilostní a formální aspekt pozdravu, oslovení a rozloučení .....	39
7 Expresivita .....	42
7.1 Expresivita v pořadu Ano, šéfe! .....	44
7.1.1 Expresivita inherentní .....	45
7.1.2 Expresivita adherentní .....	46

7.1.3	Expresivita kontextová.....	47
7.2	Expresivita v pořadu Ano, šéfe! v číslech.....	47
	Závěr .....	50
	Anotace .....	52
	Summary.....	53
	Literatura .....	54
	Seznam tabulek a grafů .....	57

## Úvod

Předmětem této bakalářské práce je analýza specifických aspektů mediální komunikace realizované v pořadu televizní stanice Prima *Ano, šéfe!*. Pozornost bude věnována zdvořilostním aspektům komunikace, principům jejich dodržování nebo porušování, a expresivitě ve vyjadřování komunikantů.

V úvodní části práce shrneme základní poznatky z oblasti psané a mluvené komunikace. Pro následnou analýzu mediálního dialogu je důležitá interpretace kontextu a komunikační situace, proto je v této části zahrnuta i kapitola zaměřená na kontext. Prostor bude věnován taktéž komunikačním situacím veřejným neformálním, jelikož z jejich signifikantních prvků vychází charakteristika komunikace mediální. V návaznosti na mediální komunikaci bude zmíněna i charakteristika mediálního dialogu. Pořad *Ano, šéfe!* je mezi diváky oblíben především svou autentičností a zobrazením reálného stavu českých restauračních zařízení, z toho důvodu bude podrobně představen i mediální žánr reality show jako progresivní prvek v programové skladbě současných televizních stanic. Atraktivita tohoto žánru plyne ze způsobu užití výrazových prostředků a užití formy komunikace. Často dochází k výměně názorů, které vyúsťují v kritiku komunikačního partnera.

Druhá část bakalářské práce bude orientována na projevy přímé nezdvořilosti, pozitivní nezdvořilosti a negativní nezdvořilosti. Cílem bude na excerpovaných ukázkách demonstrovat dodržování nebo porušování zdvořilostních strategií a ohrožování adresátovy tváře. Tato kvalitativní analýza excerpovaného materiálu bude opatřena komentářem o kontextu vybraných replik a příznačnosti výrazových prostředků. V pořadu *Ano, šéfe!* se divák jako konzument setkává s řadou autorských slov a expresivních výrazů, kterými se mluvčí snaží ohrožovat partnerovu tvář a zapůsobit na diváka. Na několika reprezentativních ukázkách budou komparovány expresivní výrazy s výrazy neutrálními, abychom mohli na základě dosažených rozdílů interpretovat míru a druh exprese, které jsou, v rámci sledovaných relací, nejčastěji užívány.

V praktické části jsme se také zaměřili na kvantitativní výzkum, ve kterém se budeme snažit vyhodnotit, jaký typ expresivity se podle stanovených faktorů nejčastěji objevuje a v jakém poměru dochází k nezdvořilosti pozitivní na jedné straně a negativní na straně druhé.

## Metodologie a hypotézy

Pro praktické zkoumání nezdvořilosti a využití expresivity právě při ohrožování partnerovy tváře jsme si v první části bakalářské práce vytvořili teoretický základ.

V první části analýzy si stanovíme způsoby porušení adresátovy tváře, které budeme sledovat. Výsledkem bude procentuální vyjádření hodnoty výskytu sledované pozitivní a negativní nezdvořilosti vzhledem k celkovému počtu sledovaných komunikátů. Tyto výsledky využijeme i v druhé části, ve které jsme analyzovali poměr expresivity inherentní, adherentní a kontextové, a to s ohledem na porušování partnerovy tváře. V obou případech vycházíme ze stejného celkového počtu komunikátů.

Výchozím pramenem při excerpci výrazů s expresivním příznakem nám byla publikace *Expresivita slova v současné češtině* od Jaroslava Zimy. Při posuzování, zda je výraz expresivní či ne, jsme vycházeli z údajů uvedených ve *Slovníku spisovné češtiny pro školu a veřejnost* a také z údajů elektronické verze *Slovníku spisovného jazyka českého*. Setkali jsme se s expresivním lexikem, jejichž expresivnost nelze dosud podložit jejich hodnocením podle výše zmíněných slovníků, nicméně je jako expresivní můžeme jednoznačně vyhodnotit.

Na základě poznatků o struktuře a charakteru pořadu *Ano, šéfe!*, které jsme shrnuly v samostatné kapitole o charakteru pořadu, jsme stanovili dvě hypotézy. Domníváme se, že bude v mnohem větší míře docházet k nezdvořilosti pozitivní, tedy k porušování adresátovy pozitivní tváře. Adresát bude více kritizován a budou více uráženy jeho profesní kvality. V menší míře pak bude docházet k narušování adresátovy volnosti ve výběru tématu nebo nucení k odpovědi na nepříjemnou otázku. Z hlediska expresivnosti ve vyjadřování bychom chtěli kvantitativním výzkumem prokázat, že expresivně zatížené výrazy dominují v případě pozitivní nezdvořilosti a následně že procentuálně budou mezi jednotlivými typy expresivity jen minimální rozdíly.

Materiál pro analýzu je získán z 1. řady pořadu *Ano, šéfe!* (2. a 3. díl) a 3. řady (6. a 7. díl), které jsou v reprízách stále vysílány televizní stanicí Prima a jsou dostupné online na webových stránkách televize Prima<sup>1</sup> v sekci Pořady. V kapitole zabývající se expresivitou jsme čerpali materiál z internetových zdrojů TV Prima<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup>*Ano, šéfe!*. Sekce Pořady. Stanice Prima. Dostupné z <http://www.iprima.cz/anosefe>.

<sup>2</sup>Dostupné z <http://www.iprima.cz/anosefe/moderator/pohlreicho-cesky-slovník>.

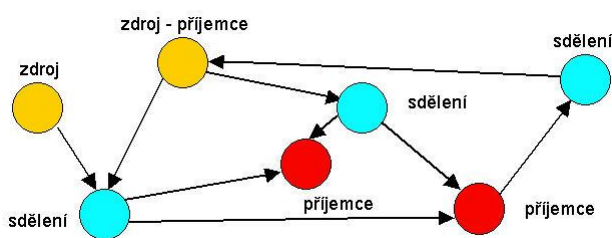
# 1 Komunikace mluvená a psaná

Psaný a mluvený jazyk, též ústnost a písemnost<sup>3</sup> obecně považujeme za specifické kódy, které koexistují vedle sebe. Zatímco psaná podoba jazyka představuje předem připravený, vnitřně strukturovaný text s propracovanou větnou skladbou, mluvená podoba je naproti tomu užívána jako nepřipravený, neformální konstrukt.

Během komunikace dochází k transferu informací. Podstatou úspěšné komunikace je schopnost sdělovat informaci, přijímat informaci a schopnost adekvátního způsobu interpretace sdělení. Aktéry komunikace jsou vysílatel (mluvčí, pisatel) a příjemce (adresát, divák, posluchač, čtenář), kteří musí být ve vzájemné kooperaci. Účastníci komunikace vstupují do komunikační interakce s určitým záměrem (explicitní nebo implicitní, manipulativní charakter apod.) a snaží se dosáhnout zamýšleného efektu. Václav Lamser upozorňuje na možnost, kdy se ne každý záměr musí nutně realizovat, tj. nestává se skutečným dosaženým efektem.<sup>4</sup>

Komunikační akt má různou formu i obsah. Komunikace obsahuje prvky verbální i neverbální. Může být připravená, nebo spontánní. Sociální akt komunikace má pevně zakotvené schéma, též komunikační řetěz a lineární průběh.

Příklad vzájemné interakce nám poskytuje model síťový, kdy jedno sdělení může být určeno více příjemcům a je brán zřetel i na to, zda je totéž sdělení přenášeno zároveň více zdroji. Zdroj a příjemce mohou měnit své role. Změna rolí a určení jednoho sdělení více příjemcům je primárním znakem mediální komunikace, kterou se budeme zabývat níže. Síťový model se zaměřuje na dynamickou povahu komunikace.<sup>5</sup>(viz obr. 1<sup>6</sup>)



<sup>3</sup>ČMEJRKOVÁ, Světlá: Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí. Praha: Academia, 2011. ISBN 978-80-200-1970-7. s. 19.

<sup>4</sup>LAMSER, Václav: Komunikace a společnost: Úvod do teorie společenské komunikace. 1. vyd. Praha: Academia, 1969. s. 17.

<sup>5</sup>KUČEROVÁ, Helena: Komunikace. Obecné zákonitosti vzniku, transformování a přenosu zpráv.[online]. Aktualizace 22. 2. 2010.[cit. 17. 11. 2014]. Dostupné z <http://info.sks.cz/users/ku/ZIZ/komunika>.

<sup>6</sup>Tamtéž.



## 1.1 Komunikační situace mluveného projevu

Komunikační situace je jednou ze dvou proměnných, které nacházíme v každém sociálním aktu. Druhou proměnnou je kontext. Komunikační situace funguje jako základna pro komunikaci a sociální jednání. Chápeme ji jako souhrn okolností, za nichž se řečová situace odehrává. Tyto okolnosti řečové jednání ovlivňují a spoluutvářejí.<sup>7</sup> Podle rysů a podstaty komunikačního aktu můžeme komunikační situace blíže charakterizovat. Například záleží na tom, zda je komunikační akt psaný nebo mluvený, dále zda je komunikace verbální nebo neverbální, oficiální nebo neoficiální, veřejná nebo soukromá. Důležitá jsou hlediska prostorová („z očí do očí“, nebo „distantní“<sup>8</sup>) a časová, protože reakce může být podle zmíněných prostorových a časových hledisek buď okamžitá, synchronní, nebo asynchronní (dodaná s menším či větším časovým odstupem). V úvahu jsou brány i faktory psychologické (emoce, stres, frustrace, deprivace, agrese,...), sociální (věk, vzdělání, sociální role a chování) a kulturněhistorické. Nejčastěji se v jedné komunikační situaci prolínají všechny rysy. Dochází k prolínání verbálních a neverbálních prostředků v rámci jednoho komunikačního aktu, podobně jako když se prolínají prvky formálnosti a neformálnosti v jedné komunikační situaci. V souvislosti s psychosociálními vlastnostmi účastníků komunikace můžeme pozorovat schematičnost ve vytváření komunikačních situací.

Na základě této schematičnosti lze definovat tzv. řečové žánry.<sup>9</sup> Řečové žánry jsou předvídatelné typy promluv. Bývají definovány jako intersubjektivně konstruované a relativně ustálené soubory konvencí a systémy praktik, jež mají mluvčí (i pisatelé) ve svém sociálním a komunikačním jednání k dispozici.<sup>10</sup> Jistá pravidelnost se projevuje během ustálených typů komunikačních situací, kdy komunikanty jsou například pedagog–student, lékař–pacient. Účastníci jsou determinováni svou sociální rolí a jejich projev i chování jsou na základě jejich sociální role z velké části prediktabilní.

Již jsme zmínili, že účastníci komunikace musí být schopni určité úrovně kooperace během komunikačního aktu. Výsledkem úspěšné komunikace je dorozumění.

---

<sup>7</sup>HIRSCHOVÁ, Milada: Pragmatika v češtině. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2006. ISBN 80-244-1283-7. s. 8.

<sup>8</sup>Tamtéž, s. 204.

<sup>9</sup>FERGUSON, A. Charles: Dialect, register, and genre. Working assumptions about conventionalization. In: BIBER, D. – FINEGAN, E. (eds.): Sociolinguistic Perspectives on Genre. Oxford: Oxford University Press, 1994. s. 15–30.

<sup>10</sup>ČMEJRKOVÁ, Světlá: Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí. Praha: Academia, 2011. ISBN 978-80-200-1970-7. s. 61.

Pokud dojde ze strany jednoho z účastníků k záměrné dezinformaci a sdělení se stává nesmyslným či neurčitým, dochází ke komunikačnímu kolapsu.

Pokud je komunikační situace něčím narušována a dochází k možnosti chybného dekódování (kódování) sdělení (hluk z ulice, hlasitá hudba) mluvíme o komunikačním šumu. Zdrojem komunikačního šumu může být sám odesílatel (mechanické chyby při psaní, nepravdivé sdělení, zkreslené informace), příjemce sdělení (vnímá jen podněty, které jsou pro něj v danou chvíli důležité a nebere v úvahu celý kontext) a vnější okolí. Šumy lze dělit na psychologické, fyziologické, fyzické a sémantické.<sup>11</sup>

- **psychologické:** poruchy osobnosti, předsudky, předpojatost, extraverte, introverte, expresivita, selektivní pozornost (pořad se mi nelíbí, tak přepnu na jiný televizní kanál), selektivní zkreslení (divák si vyloží sdělení po svém a vnímá, co je pro něj důležité);
- **fyziologické:** vlastní fyziologické poruchy účastníků komunikace; vada sluchu, zraku, afázie<sup>12</sup>, dysartrie<sup>13</sup>, afonie a dysfonie;<sup>14</sup>
- **fyzické:** zdrojem šumu není ani jeden z účastníků; dopravní ruch, hlasitá hudba;
- **sémantické:** nepochopení výpovědi na sémantické úrovni; nepochopení smyslu, anekdoty, nerozeznání ironického podtextu.

## 1.2 Kontext

Druhou proměnnou, která obohacuje komunikační akt o další informační dimenze, je kontext. Jan Firbas rozlišuje tři základní druhy kontextů; kontext slovní, kontext situační a kontext zkušenostní<sup>15</sup> neboli sociální. Kontext jazykový zahrnuje to, co již bylo řečeno, co bude následovat a jaký účinek mělo předchozí sdělení na recipienta. Místní určení, lokalizaci časovou, počet komunikantů a jejich vztah spolu s psychologickými proměnnými řadíme k bezprostřednímu situačnímu kontextu. Třetí

---

<sup>11</sup>DE VITO, A. Joseph: Základy mezilidské komunikace. Praha: Grada Publishing, 2001. ISBN 80-7169-988-8. s 126.

<sup>12</sup>porucha produkce a porozumění řeči

<sup>13</sup> porucha artikulace

<sup>14</sup>chraptivá nebo šeptavá řeč

<sup>15</sup>FIRBAS, Jan: A functional view of 'ordo naturalis' In: Sborník prací Filozofické fakulty Brněnské univerzity. Brno studies in english 13. [online]. 1979 [cit. 18. 11. 2014]. Dostupné z: [http://digilib.phil.muni.cz/bitstream/handle/11222.digilib/118085/1\\_BrnoStudiesEnglish\\_13-1979-1\\_5.pdf](http://digilib.phil.muni.cz/bitstream/handle/11222.digilib/118085/1_BrnoStudiesEnglish_13-1979-1_5.pdf). s. 29-59.

druh kontextu tvoří kontext společenský situační (sociální). Zde hraje roli vzdělání, zkušenosti, životní úroveň.<sup>16</sup>

Joseph A. DeVito rozlišuje čtyři druhy kontextů.<sup>17</sup> V podstatě je však toto dělení jen rozšířením předchozí třístupňové klasifikace.

- **kontext fyzický:** vlastnosti prostoru, ve kterém dochází ke komunikaci;
- **kontext kulturní:** kulturní náležitosti textu;
- **kontext sociálně-psychologický:** uplatnění sociálního statusu, emoce (aktuální nálada, afekt, vášně);
- **kontext časový:** umístění výpovědi v čase vzhledem k okolním událostem.

V mluveném jazyce na sebe repliky nemusí přímo navazovat, jelikož je koherence textu zajištěna prostředím komunikace, a tudíž dává větší možnost k aktualizaci výpovědi. Můžeme vypouštět informace, které jsou patrné z kontextu. Dává nám možnost reagovat adekvátně a determinuje výběr lingvistických a extralingvistických prostředků. Některé typy kontextu se také uplatňují i v psaném textu.

V závislosti na kontextu dochází i k psycholingvistickému jevu, který je v lingvistice tradičně označován jako code-switching, tzv. přecházení z jednoho znakového systému do druhého, střídání kódů.<sup>18</sup> Často diskutovaným problémem se stává situace, kdy u komunikantů dochází k mísení spisovného jazyka s jeho nespisovnými varietami. Současné užívání dvou přirozených jazyků nebo dvou variet jednoho jazyka na jednom území označujeme jako diglosii. Jan Chromý ve svém empirickém zkoumání postojů k jazyku a technice spojitých masek v českém jazykovém prostředí prezentuje možnost zkoumání, jak takové střídání kódu, případně variet jednoho jazyka, může působit na recipienta. Zda recipient vnímá takové střídání pozitivně nebo naopak negativně.<sup>19</sup> Vychází z myšlenky, že postoj adresáta a mluvčího je značně ovlivněn výběrem kódu pro danou komunikaci.

---

<sup>16</sup> ČERMÁK, František: Jazyk a jazykověda. Praha: Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0154-0. s. 169.

<sup>17</sup> DE VITO, A. Joseph: Základy mezilidské komunikace. Praha: Grada Publishing, 2001. ISBN 80-7169-988-8. s. 21-22.

<sup>18</sup> kódem rozumíme každý přirozený jazyk, jeho formy, variety (horizontální i vertikální stratifikace jazyka)

<sup>19</sup> CHROMÝ, Jan: Postoje k jazyku, technika spojitých masek a čeština. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR. [online]. [cit. 12. 12. 2014]. Dostupné z:

[http://www.lingvistika.cz/download/knihovna/Chromy\\_postoje.pdf](http://www.lingvistika.cz/download/knihovna/Chromy_postoje.pdf). s. 259-260.

### 1.3 Komunikační situace veřejné neformální

Komunikační situace mají různou strukturu. Systém komunikačních situací je otevřený a kdykoli do něj můžeme včlenit texty, které budou mít svá specifika vzhledem ke komunikujícím a ke komunikační situaci, a tedy také specifické formy realizovaného obsahu.<sup>20</sup> Množství komunikačních situací je přímo úměrné množství výpovědí, které lze v dané situaci realizovat.

Komunikační situace veřejné se uskutečňují v prostředí, které není uzavřené, na rozdíl od komunikačních situací soukromých. Realizovaná výpověď je předmětem zájmu širokého okruhu recipientů (publikum), jemuž jsou výsledky jednání určeny.<sup>21</sup> Projevy jsou určeny k tomu, aby recipienty informovaly, ovlivňovaly, pobavily, vyvolaly emoce a v současné mediální praxi také šokovaly. Komunikační situace soukromé nesou nádech spontánnosti, často je spojujeme se znaky nepřipravenosti a improvizace,<sup>22</sup> velký vliv přikládáme kontextu a komunikační situaci. Veřejnou komunikaci bychom neměli vnímat jako naprostý opak komunikační situace soukromé a oddělovat striktně jednotlivé charakteristiky, protože existuje velké množství komunikačních situací a nelze vyznačit ostrou hranici.

Publikace, z které primárně vycházíme, řadí veřejné projevy do jisté míry mezi důkladně připravené, řízené a regulované.<sup>23</sup> V mediální sféře ovšem existuje mnoho žánrů, kde dochází k prolínání jednotlivých charakteristik soukromosti/veřejnosti a oficiálnosti/neoficiálnosti. Příkladem je pořad *Ano, šéfe!*<sup>24</sup>, který je určen široké divácké obci, spadá do veřejného komunikačního rámce, ale svým programovým zpracováním a po jazykové stránce zřetelně prezentuje princip spontánnosti, nepřipravenosti a neregulovatelnosti jazykového materiálu a obsahu, který považujeme za hlavní rys komunikačních situací soukromých. V jiných pořadech se může jednat o spontánnost

---

<sup>20</sup>DAVIDOVÁ, Dana: Jazykový kód neoficiálních projevů na území českého Slezska. Naše řeč, ročník 80, číslo 3. [online]. Ústav pro jazyk český AV ČR, 1997. [cit. 8. 10. 2014]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7380>.

<sup>21</sup>ČMEJRKOVÁ, Světlá: Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí. Praha: Academia, 2011. ISBN 978-80-200-1970-7. s. 69.

<sup>22</sup>Tamtéž, s. 67.

<sup>23</sup>Tamtéž, s. 69.

<sup>24</sup>například též pořad TV Prima Partička

stylizovanou za účelem pobavení diváka (dříve zábavné pořady s častými vtipnými scénkami)<sup>25</sup>.

Ačkoli v soukromé komunikaci lze nalézt i řadu monologů, je soukromá komunikace založena převážně na principu dialogičnosti. Veřejná komunikace mívá podobu jak monologu, tak i dialogu.<sup>26</sup> Progresivní se ve veřejné komunikaci stává dialogizace monologu. Snaha dialogizovat veřejné, zejména mediální, projevy posiluje současnou tendenci ke stírání hranic mezi veřejnou a neveřejnou sférou komunikace.<sup>27</sup>

František Daneš se zabýval mluvenými projevy právě z hlediska jejich dělení na formální a neformální (bezprostřední, uvolněné).<sup>28</sup> V neformální komunikaci mluvčí nemusí příliš dbát na dodržování jazykových a společenských norem.<sup>29</sup> Neformální komunikace působí přirozeněji, je příznačná spíše pro rodinné prostředí a přátelský styk.<sup>30</sup>

Problematiku formálnosti/neformálnosti a veřejnosti/soukromosti nelze popisovat jako oddělené faktory komunikační situace. Stále jsou to jen teoretické konstrukty, které se přizpůsobují vývoji společnosti, komunikačnímu záměru a kontextu. Veškeré charakteristiky, které jsme výše jmenovali, mají ambivalentní charakter a nelze je připojit bezvýhradně pouze k jednomu z těchto konstruktů.

## 2 Mediální komunikace

Komunikace mediální je jednou z rovin sociální komunikace vyznačující se tím, že veškeré komunikační aktivity se dějí pomocí a prostřednictvím médií. V průběhu 90. let 20. století je pojem mediální komunikace nahrazován označením masová komunikace. Termín masová komunikace akcentuje společenský rozměr komunikace (její dosah, povahu adresátů a mediální účinek komunikace).<sup>31</sup>

---

<sup>25</sup>Austin L. John se v této souvislosti zmiňuje o parazitickém užití jazyka (repliky v divadelních hrách, užití mechanismů jazyka ve fikčním textu. AUSTIN, L. John: How to do things with words. Clarendon Press, 1975. s. 104.

<sup>26</sup>ČMEJRKOVÁ, Světlá: Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí. Praha: Academia, 2011. ISBN 978-80-200-1970-7. s. 70

<sup>27</sup>Tamtéž, s. 70.

<sup>28</sup>DANEŠ, František: Kultura mluvených projevů. Naše řeč, ročník 52, číslo 2-3. [online], Ústav pro jazyk český AV ČR, 1999. [cit. 12. 7. 2015]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=5437>

<sup>29</sup>ČMEJRKOVÁ, Světlá: Užívání a prožívání jazyka: K 90. narozeninám Františka Daneše. Praha: Karolinum, 2010. ISBN 978-80-2461-756-5. s. 380.

<sup>30</sup>Tamtéž, s. 380.

<sup>31</sup>REIFOVÁ, Irena: Slovník mediální komunikace. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7. s. 102.

Komunikace masmediální má podobu institucionalizovanou. Do interakce vstupují nejen členové instituce, ale také se jí mohou účastnit i nepřímí členové.<sup>32</sup> Sdělení je vytvořeno organizacemi, které využívají technických zařízení, a je prezentován veřejně bez odepření přijetí sdělení. Komunikátorem je každá osoba nebo skupina lidí, která se podílí na produkci veřejných projevů určených k šíření prostřednictvím hromadného sdělování, ať už tvořivě anebo selektivně či kontrolně.<sup>33</sup> Sdělení je určeno disperznímu širokému publiku, z pohledu komunikátora jsou adresáti jeho sdělení množinou anonymních recipientů. Komunikátor má jasné dominantní postavení a emitor a divák si nemohou vyměnit svá postavení.

Jestliže jsme se u komunikace obecně zmiňovali o faktorech, jako jsou prostor a čas, s využitím audiovizuálních technik jsou tyto faktory odstraněny. Daniel J. Boorstin vyčleňuje hlavní schopnosti elektronických médií. Jsou to reduplikace okamžiku, přetváření jednorázové zkušenosti v opakovatelný zážitek a strukturalizace času a prostoru.<sup>34</sup> Komunikace mediální nám vytváří nové komunikační situace a tomuto se přizpůsobují i sociální a psychologické proměnné (emoce, věk). Konstantou zůstává pouze médium.

Podoba masmediální komunikace je regulována právními nařízeními a je vždy asymetrická, neboť původce sdělení je aktivnější než příjemce, a to i v případech, kdy vzniká interaktivní reakční řetězec.<sup>35</sup>

Harold Laswell rozeznává čtyři funkce masové komunikace:<sup>36</sup>

- **dohled nad prostředím** – sbírání a rozšiřování informací, týkajících se událostí v prostředí; zprostředkování objektivních faktů;
- **vytváření souvztažností mezi složkami společnosti, jako ohlas na prostředí** – redakční činnost výběru a komentování informací a vytváření veřejného mínění a názorů; interpretace sdělení;

---

<sup>32</sup>soutěžící v soutěžních pořadech, externí odborník

<sup>33</sup>MALETZKE, Gerhard: Psychologie der Massenkommunikation. Mnichov, 1963. str. 80.

<sup>34</sup>BOORSTIN, J. Daniel: The republic of technology: reflections on our future community. New York: Harper & Row, 1978.

<sup>35</sup>BARBAPOSTOLOSOVÁ, Lucie: Komunikace v televizní reality show. Nepublikovaná disertační práce. Olomouc: FF UP, 2012, s.29.

<sup>36</sup>WRIGHT, R. Charles: Psychologie a sociologie hromadného sdělování. Sešity novináře, ročník III, 1968. s. 9-76.

- **přenášení společenského dědictví z generace na generaci** – kulturní přenos hodnot, činnost výchovná;
- **zábavná činnost** – účelem je pobavit, zábavní funkce je převládající.<sup>37</sup>

## **2.1 Mediální komunikace prostřednictvím televizních stanic**

Mediální komunikace prostřednictvím televize má dynamický charakter. Spojuje pohyblivý obraz a zvuk, což zajišťuje komplexnější přenos sdělení, ale zároveň nevyklučuje využití statických prvků (fotky, nápisy). Snahou takového spojení je docílit adekvátního způsobu zpracování sdělení, aby došlo k jeho absolutnímu pochopení.<sup>38</sup>

Výhodou televizní komunikace je bezpochyby možnost střihu, práce s kamerou, animace a funkční spojení obrazového materiálu, zvuku a popřípadě dalších animací. Sdělení produkované prostřednictvím televize má svoji hodnotu. Stává se zbožím a položkou v ekonomické sféře.

Světla Čmejrková v souvislosti s mediálními dialogy připomíná rozlišení „řeč blízkou a vzdálenou, nebo též řeč na blízko a řeč na dálku“.<sup>39</sup> Řeč na blízko předpokládá blízkého nebo známého příjemce. Charakteristický je pro ni malý akční rádius. Řeč na blízko má velký konverzační význam (běžně dorozumívací žánry, osobní dopisy, drobné narativy) a zaměřuje se na témata osobního, rodinného nebo pracovního života. Řeč na dálku je ve srovnání s řečí na blízko plánovitější a vypracovanější, právě s ohledem na vzdáleného adresáta.<sup>40</sup> Texty předpokládající vzdáleného příjemce mají velký akční rádius. Vytváří se jimi společný jazyk, pravopis, právní normy.<sup>41</sup> Jsou nad rámec osobního života a jsou úzce spojeny s politickým či kulturním děním.

---

<sup>37</sup>WRIGHT, R. Charles: Psychologie a sociologie hromadného sdělování. Sešity novináře, ročník III, 1968. s. 9-76.

<sup>38</sup>nebereme zde v úvahu možnosti manipulace, skryté reklamy a záměrné dezinformace, jelikož to není pro účely této práce prioritní

<sup>39</sup>KOCH, von Peter – OESTERREICHER, Wulf: Sprache der Nähe – Sprache der Distanz. [online]. 1985.[cit. 9. 8. 2015]. Dostupné z: [http://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/fileadmin/Redaktion/Institute/RomanischesSeminar/Romanistik\\_IV/frzmed\\_KoOe\\_Naeh eDistanz.pdf](http://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/fileadmin/Redaktion/Institute/RomanischesSeminar/Romanistik_IV/frzmed_KoOe_Naeh eDistanz.pdf). Více k tomu ČMEJRKOVÁ, Světla: Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí. Praha: Academia, 2011. ISBN 978-80-200-1970-7. s. 38.

<sup>40</sup>ČMEJRKOVÁ, Světla: Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí. Praha: Academia, 2011. ISBN 978-80-200-1970-7. s. 38

<sup>41</sup>Tamtéž, s. 38.

Dochází k posunu témat, která byla určena ke komunikaci „na blízko“ do vysílání televizních stanic.<sup>42</sup> V praxi je tento jev patrný ve vysílání soukromých televizních stanic, která do svého programu stále častěji zařazují televizní formát tzv. reality show. V rámci žánru reality show pronikají do komunikace mediální témata, která byla dříve spíše záležitostí soukromé neoficiální komunikace.

## **2.2 Mediální dialog**

Dialogem chápeme situačně zakotvený rozhovor dvou nebo více osob, kdy se účastníci komunikace střídají v rolích mluvčího a příjemce, v případě rozhovoru více osob i v roli posluchače.<sup>43</sup> Základní jednotkou autentického mediálního dialogu je replika. Jelikož se jedná o záznam mluveného projevu, většina replik je neúplná a jejich realizace může být nesrozumitelná.

Na výstavbu mediálního dialogu má značný vliv také střídání partnerů, tzn. turn-taking.<sup>44</sup> Jan Mukařovský považuje za primární rys dialogičnosti polaritu „já“ a „ty“, tedy vztah mezi aktivním a pasivním účastníkem, přičemž tyto role se stále proměňují. Mediální dialog v pořadu *Ano, šéfe!* je založen na principu bezprostředního kontaktu účastníků. Ovšem ke spontánní výměně aktivní komunikační role za pasivní komunikační roli nedochází pravidelně. Dominantní roli si zachovává stále Zdeněk Pohlreich jako hlavní aktér, „moderátor“, pořadu. Vzájemnou interakci v takovém případě označujeme za asymetrickou, protože jeho sociální role je dominantnější než sociální role ostatních komunikantů.

## **2.3 Televizní reality show**

Reality show je v mediálním prostředí velice progresivním prvkem. Zmiňovali jsme znaky neformální veřejné komunikace, a ty jsou právě na příkladu reality show patrné. Soukromí a intimní život jsou veřejně představovaným zbožím. Snahy televizních

---

<sup>42</sup>SVOBODOVÁ, Jindřiška: Záměrné ohrožování tváře jako prostředek komunikační strategie ve specifickém typu mediálního dialogu. In: HRADILOVÁ, Darina a kol.: Proměny slova. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. s. 86.

<sup>43</sup>HIRSCHOVÁ, Milada: Pragmatika v češtině. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2006. ISBN 80-244-1283-7. s. 205.

<sup>44</sup>ČMEJRKOVÁ, Světlá: Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí. Praha: Academia, 2011. ISBN 978-80-200-1970-7. s. 129.



institucí směřují k tomu zaujmout široké publikum a poskytnout mu náhled do života celebrit, ale i obyčejných lidí, se kterými se divák snadno identifikuje. Hlavní motivací, proč pronikat do soukromé sféry, je pro komerční televize především zisk.

Mediální konstrukt reality show vznikl spojením zábavy, relaxace, informací a především komerčního zájmu většiny médií. Tento formát televizního pořadu se stal v minulých letech fenoménem televizní zábavy, který skloubil princip komunikace a přenos informací se zábavou. Reality show v sobě nese prvky infotainmentu<sup>45</sup>. Smyslem reality show je vyvolat emoce, pobavit a informovat, čímž vzbuzuje v pasivním divákovi, konzumentovi, pocit familiárnosti.

## **2.4 Charakteristika a struktura pořadu *Ano, šéfe***

*Ano, šéfe!* je televizní pořad vysílaný stanicí TV Prima. Formát byl vyvinut podle amerického vzoru pořadu *Ramsay's Kitchen Nightmares*. Hlavním aktérem, který plní i úlohu moderátora, je Zdeněk Pohlreich. Podstatou pořadu je pobavit diváka, zaujmout jeho pozornost a poukázat na stav české gastronomie. Zdeněk Pohlreich je považován za odborníka v oboru gastronomie a vedení restauračních zařízení. Slovník a způsoby vyjadřování Zdeňka Pohlreicha v pořadu *Ano, šéfe!* mají u široké veřejnosti značnou oblibu. Jeho jazykový projev je často doprovázen vulgarismy, nadávkami a autorovým specifickým idiolektem. Jelikož se jedná o veřejný projev, který nese rysy neformálního projevu, stává se vhodným materiálem ke zkoumání z hlediska adekvátnosti užití verbálních prostředků a zejména zdvořilostního aspektu.

Reality show *Ano, šéfe!* se dobrovolně účastní majitelé nebo manažeři restaurací, kteří se potýkají s finančními problémy, problémy s provozem nebo personálem restauračního zařízení, případně účast v pořadu užívají k vlastní mediální propagaci. Ačkoli se jedná o komunikanty, jejichž profese jsou identické, jejich profesní debata není formální, napjatá ani svazující, ale naopak neformální a spontánní.<sup>46</sup> Profesní debata se odehrává veřejně a je orientována na diváka komerční televize, tedy konzumenta televizního pořadu. Pořad má za úkol splňovat divákova očekávání a také očekávání komerční stanice TV Prima, kterým je sledovanost a z ní plynoucí zisk.

---

<sup>45</sup> Information and entertainment. Více k tomu: ŽANTOVSKÝ, Petr: Co je a není infotainment. In: Česká média, 2008.

<sup>46</sup> ČMEJRKOVÁ, Světlá – KADERKA, Petr – ULÍČNÝ, Oldřich: Pragmatické aspekty češtiny; Studie k moderní mluvnici češtině. Olomouc: Univerzita Palackého, 2013. ISBN 978-80-244-3527-5. s. 107.

### 3 Transkripce

Přepis komunikačních aktů byl proveden za použití transkripčních symbolů z publikace *Pragmatické aspekty češtiny* a z článku Světlý Čmejkové s názvem *Od partnerského rozhovoru k talk-show*.<sup>47</sup> Na takto zpracovaném přepisu budeme demonstrovat jednotlivé roviny komunikačního aktu i jeho charakteristiku. Sledovány budou též sociální aspekty jednotlivých replik, působení na recipienta nebo na potenciální televizní publikum. Vzhledem k vytyčeným cílům bude transkripce opatřena častými komentáři. V komentářích se pokusíme zachytit veškerý užitý komunikační materiál. Součástí přepisu jsou i vulgarismy, které jsme ponechali ve tvaru, v jakém byly použity a nepodléhají žádné cenzuře. Jsme si vědomi, že nelze zachytit mediální dialog v jeho celistvosti, jelikož se jedná o děj neopakovatelný a jen stěží zpětně interpretovatelný.

Tvary slov nepodléhají úpravě dle kodifikace. Užití velkých písmen je vyhrazeno pouze k označení proprií, především vlastních jmen a názvů restauračních zařízení a toponym. K označení hezitačních zvuků a pazvuků nebudeme zavádět žádné speciální symboly. Transkripce bude zahrnovat i neverbální prostředky dokreslující autenticitu projevu a jevy na paralingvistické úrovni. Odkáslání, kýchnutí, neartikulované zvuky budou samozřejmě v přepisu parafrázovány jako součást výpovědi. Samotná výpověď bude vyznačena tučně.

ZP	označení mluvčího, ZP = Zdeněk Pohlreich
Kuchař, Číšník, Majitel	označení mluvčích
=	okamžité navázání na předchozí repliku
(.)	krátká pauza
(..)	delší pauza, případně dlouhá pauza
<i>šepot</i>	označení šepotu a tichého projevu
<b>VÝKŘÍK</b>	označení velmi hlasitého projevu, křiku
( )	obsah není srozumitelný, nesrozumitelný výraz
ta:k	znázorňuje protažení výslovnosti
((rozzlobeně, smích))	situační, kontextový, deskriptivní nebo interpretační komentář

<sup>47</sup> ČMEJKOVÁ, Světlá: *Od partnerského rozhovoru k talk-show*. In: Přednášky z 50. běhu Letní školy slovanských jazyků. Praha: FF UK 2007. s. 60.

Ee, hmm	hezitační a responzní zvuky
.	klesavá intonace
,	polokadence; pokračování intonace
?	Stoupavá intonace; otázka
!	zvolání, důrazný rozkaz
...	neukončená výpověď, vypuštění části transkriptu

Transkripce mluveného projevu bude doprovázena charakteristikou komunikační situace, která bude označena kurzivou. Jednotlivé rysy projevu, které budeme pro účely této práce sledovat (nezdvořilost, expresivita), budou opatřeny komentářem. Pro lepší orientaci v jednotlivých rysech budeme vybírat ukázky, na kterých bude daný prvek nejlépe viditelný.

## 4 Zdvořilost

Zdvořilost je předmětem zkoumání nejen pragmaticky orientované lingvistiky, ale také sociologie, psychologie nebo kulturních studií. Z pohledu sociolingvistiky například výběr a užití gramatických a lexikálních prostředků signalizuje respekt mluvčího vůči adresátovi<sup>48</sup> a slouží k určení sociálních rolí komunikantů.

### 4.1 Zdvořilost z pohledu pragmatické lingvistiky

K vymezení toho, co vlastně zdvořilost znamená, musíme přistupovat do značné míry intuitivně, jelikož zdvořilostní principy si osvojujeme během celého života a rozšiřujeme s každou interakcí, do které vstupujeme. Jako komunikanti pak sledujeme své zájmy a cíle a tomu přizpůsobujeme výběr jazykových prostředků, který se řídí určitými normami. Na základě adekvátního výběru a formy prostředků komunikace dosáhneme komunikačního úspěchu. Normy jsou vázány historickým, společenským a kulturním kontextem a nelze je považovat za něco stálého a univerzálního.<sup>49</sup> Podobně se k tomu staví i Jan Pokorný ve své knize *Lingvistická antropologie*, ve které rozlišuje

<sup>48</sup>Kolektiv autorů: Encyklopedický slovník češtiny. Praha: Nakladatelství lidové noviny, 2002. ISBN 978-80-7106-484-8. s. 564.

<sup>49</sup>HIRSCHOVÁ, Milada: Pragmatika v češtině. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2006. ISBN 80-244-1283-7. s. 170.

dvě stránky zdvořilosti: projev taktu, ohledu či respektu k ostatním komunikačním partnerům a současné dodržování společenských norem a volbu adekvátní formy s ohledem na kontext.<sup>50</sup>

Pragmatická kompetence zahrnuje splnění požadavku jasnosti vyjadřování a požadavek zdvořilosti.<sup>51</sup> Zdvořilá komunikace eliminuje vznik konfliktů a nejasností během komunikace. Ovšem v neformální komunikaci se setkáváme s jinými požadavky. Důležitější než forma projevu je vyjádřený obsah a podstatné jsou cíle komunikantů a vzájemné pochopení. Podstatnými faktory jsou nepotlačování konfliktů a uvolněný průchod emocí.<sup>52</sup>

Mediální dialogy v televizních pořadech komerčních televizí jsou stále častěji předmětem zkoumání a analýz pragmatické lingvistiky z důvodu nedodržování zdvořilostních strategií. Zdvořilost jako vlastnost lidských interakcí je spjatá s efektivní výměnou informací,<sup>53</sup> pokud nejsou zdvořilostní limity dodržovány, dochází k porušování vzájemné interakce. Interakce se tak stává neefektivní a může vyvolat konflikt ve společenském jednání. Pořad *Ano, šéfe!* je na principu porušování zdvořilostních strategií a vzniku konfliktu komunikantů založen.

## 4.2 *Zdvořilostní maximy podle Geoffreyho Leech*

Vztahy mezi komunikačními partnery jsou založeny na ochotě spolupracovat, od které se odvíjí schopnost vést úspěšný dialog. Výchozí princip kooperace mluvčího a posluchače a spolupráci obou komunikačních partnerů formuloval americký filozof Paul Grice do tzv. konverzačních maxim:<sup>54</sup>

- **maxima kvantity** (poskytnutí jen takového množství informací, které je k dosažení komunikačního cíle třeba);
- **maxima kvality** (informace, které podáváme, by měly být pravdivé a ověřitelné);

---

<sup>50</sup>POKORNÝ, Jan: *Lingvistická antropologie*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-2843-8. s. 292-293.

<sup>51</sup>LAKOFFOVÁ, ROBIN: *The Logic of Politeness; or, Minding Your p's and q's*. Papers from the Nineth Regional Meeting. Chicago: Chicago Linguistic Society, 1973. s. 292–305.

<sup>52</sup>ČMEJRKOVÁ, Světlá: *Užívání a prožívání jazyka: K 90. narozeninám Františka Daneše*. Praha: Karolinum, 2010. ISBN 9788024617565. s. 380.

<sup>53</sup>HIRSCHOVÁ, Milada: *Pragmatika v češtině*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2006. ISBN 80-244-1283-7. s. 170.

<sup>54</sup>GRICE, H. Pole: *Logic and conversation*. In: COLE, Petr – MORGAN, Jerry L. (eds.). *Syntax and semantics 3: Speechacts*. New York: Academia Press. s. 41-58.

- **maxima relevance** (informace, kterou podáváme, by se měla tematicky shodovat s tématem celé komunikace);
- **maxima způsobu** (informace, kterou podáváme, by měla být jasná, zřetelná, správně formulovaná a neměla by být zavádějící);

Princip kooperace Paula Griceho rozšiřuje Geoffrey Leech o zdvořilostní hledisko v komunikaci.<sup>55</sup> Zdvořilostní a kooperační princip se nutně doplňují, ale v určitých situacích nabývá zdvořilostní princip větší důležitosti, a to zejména tehdy, je-li nutné vyjádřit skutečnosti obecně hodnocené záporně nebo nepříznivě pro příjemce sdělení.<sup>56</sup> Pořad *Ano, šéfe!* je mediálním produktem, který musí splňovat již výše zmíněné požadavky komerčního televizního vysílání. Zdeněk Pohlreich je mnohdy autorem kritických výroků na stranu komunikačního partnera a také ohrožuje jeho pozitivní komunikační tvář.

Obecně lze o Leechově zdvořilostním principu říci, že by ve výpovědi měla být eliminována vyjádření nezdvořilá a maximalizovány projevy zdvořilosti.<sup>57</sup>

Zdvořilostní princip je tvořen následujícími maximami:

- **maxima taktu** – a) minimalizuj náklady pro druhého, b) maximalizuj prospěch pro druhého;
- **maxima velkorysosti** – a) minimalizuj svůj prospěch, b) maximalizuj svoje náklady;
- **maxima souhlasu** (uznání)<sup>58</sup> – a) minimalizuj neschválení druhého, b) maximalizuj schvalování/chválu druhého;
- **maxima skromnosti** – a) minimalizuj sebechválu, b) maximalizuj neschvalování sebe samého;
- **maxima shody** – a) minimalizuj neshodu mezi sebou a druhým, b) maximalizuj shodu mezi sebou a druhým;

---

<sup>55</sup>ČMEJRKOVÁ, Světlá – KADERKA, Petr – ULÍČNÝ, Oldřich: Pragmatické aspekty češtiny; Studie k moderní mluvnici češtině. Olomouc: Univerzita Palackého, 2013. ISBN 978-80-244-3527-5. s. 110.

<sup>56</sup>HIRSCHOVÁ, Milada: Pragmatika v češtině. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2006. ISBN 80-244-1283-7. s. 156.

<sup>57</sup>Tamtéž, s. 157.

<sup>58</sup>ČMEJRKOVÁ, Světlá – KADERKA, Petr – ULÍČNÝ, Oldřich: Pragmatické aspekty češtiny; Studie k moderní mluvnici češtině. Olomouc: Univerzita Palackého, 2013. ISBN 978-80-244-3527-5. s. 110.

- **maxima souladu** (sympatie)<sup>59</sup> – a) minimalizuj nesoulad mezi sebou a druhým, b) maximalizuj soulad mezi sebou a druhým.<sup>60</sup>

#### 4.2.1 Porušování zdvořilostních maxim v pořadu **Ano, šéfe!**

Komunikační strategií Zdeňka Pohlreicha je flagrantní porušování zdvořilostních maxim. Z naší analýzy vyplývá, že nejčastěji dochází k porušování maxima souhlasu (uznání). Kritizuje své komunikační partnery a neuznává je jako rovnocenné komunikační partnery, kteří se věnují vedení restauračního zařízení a gastronomii.

##### Ukázka č. 1

*ZP kritizuje před majiteli restaurace jídlo, které mu donesl číšník.*

**ZP: vaše jídlo je strašný, bez vytáček. ( ) v restauraci s lžící v kotlíku jako.** ((znehuceně vytahuje lžící z kotlíku a pouští ji zpět do guláše))

Majitel: ((pokrčení ramenou))

**ZP: jako vtipný huhuhu (.) nebo hahaha nebo co to je?** ((gestikuluje rukama pořád směrem ke kotlíku s gulášem))

Majitel: **dávaj si to lidi: na talíř.**

**ZP: a proč sem nedostal talíř?** ((útočně))

Majitelka: **nevím.**

Zdeněk Pohlreich v této ukázce porušuje hned několik zdvořilostních maxim. Jeho hodnocení přineseného pokrmu je od první chvíle negativní a je umocněno chováním a způsoby, které při své kritice užívá. Svou gestikulací a mimikou dokresluje celkový obraz znehucení nad jídlem i způsobem, jakým je servírováno. Tímto svým chováním potlačuje schvalování a uznání svého komunikačního partnera/partnerů.

Ačkoli Zdeněk Pohlreich nežívá vulgarismů, dochází k dehonestujícímu komunikačnímu chování směrem k ostatním aktérům komunikace, kterými jsou v tomto případě majitelé restaurace. Majitelé jsou uváděni do situace, kdy jsou diváky vnímáni jako komunikačně submisivní aktéři komunikace. Když se Zdeněk Pohlreich táže: „*jako vtipný huhuhu (.) nebo hahaha nebo co to je?*“, očekává odpověď. Svými hezitačními zvuky, které indikují předstíraný smích, se snaží naznačit svoji nespokojenost. V takovém projevu lze pozorovat ironizující podtext. Majitelé na to reagují rozpačtým smíchem. Majitelé se odpovědi na otázku nevyhýbají, ale odpovídat na takový typ otázek jim není příjemné. Ze strany Zdeňka Pohlreicha dochází k porušení maximy

<sup>59</sup>ČMEJRKOVÁ, Světlá – KADERKA, Petr – ULÍČNÝ, Oldřich: Pragmatické aspekty češtiny; Studie k moderní mluvnici češtině. Olomouc: Univerzita Palackého, 2013. ISBN 978-80-244-3527-5. s. 110.

<sup>60</sup>Tamtéž, s. 110-111.

taktu hned dvakrát. Samotný způsob položení otázky už naznačuje, že chce příjemce donutit k otevřené sebekritice. Podruhé maximalizuje požadavky na majitele, když i po obdržení odpovědi na svoji otázku, klade otázku další, která upozorňuje na pochybení personálu a nutí majitele se k němu vyjadřovat.

Zdeněk Pohlreich zde vybral témata, která jsou pro majitele nebo kuchaře nepříjemná. Svým útočným, někdy až agresivním, chováním chce příjemce donutit k odpovědi.

Zřídka hodnotí restaurace pozitivně nebo uděluje pochvalu. Jedním z možných vysvětlení zvolení této komunikační strategie, ve které porušuje zdvořilostní maxima je zaměření na cílovou skupinu recipientů. Cílovou skupinou jsou diváci, pro které je otevřená kritika a způsoby verbálního i neverbálního chování Zdeňka Pohlreicha atraktivní.

#### **Ukázka č. 2**

*Po prvním seznámení s kuchaři a kuchyní.*

**ZP: za ten dnešek byste zasloužili nakopat do prdele no.**

Druhá ukázka reflektuje kritiku kuchařů po prvním dni stráveném v kuchyni restauračního zařízení. Porušuje opět maximu uznání, když ve veřejném projevu nevybíravě kritizuje kuchaře. Reakce Zdeňka Pohlreicha je hrubá a je nepřímou narážkou na to, že stav kuchyně a kulinářské umění kuchařů je v hrozném stavu.

Slovní spojení „*nakopat do prdele*“ je v této konkrétní situaci myšleno jako trest, za způsob, jakým se staví ke své práci. Zahrnutí takového slovního spojení lze vyhodnotit jako projev antipatií ke kuchařům a kuchyni.

### **4.3 Koncepce „tváře“ podle Ervinga Goffmana**

Pojem „tvář“, který vychází ze sociopsychologického chápání „tváře“ jako sebeprojekce komunikantů, sebehodnocení.<sup>61</sup> V lingvistice se pracuje s pojmem tvář v souvislosti s tím, jak účastník komunikace vnímá a prezentuje sám sebe během komunikačního aktu.

Tvář je nestabilním a proměnlivým atributem komunikantů, jelikož se musí aktivně přizpůsobovat jedinečnosti každé interakce. Každá interakce se řídí pravidly

---

<sup>61</sup>HIRSCHOVÁ, Milada: Pragmatika v češtině. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2006. ISBN 80-244-1283-7. s. 171.

sebeúcty (self-respect) a ohleduplnosti (considerateness), díky nimž se mluvčí snaží zachovat nejen svou vlastní tvář, ale také tvář svých komunikačních protějšků. Pokud mluvčí zachová tvář svých protějšků, tak se přímo úměrně tomu zvyšuje i možnost, že jeho vlastní tvář bude zachována. Mluvčí volí strategie obranné (defensive) a ochranné (protective).<sup>62</sup>

Během komunikace si aktéři umožňují „zachovat tvář“. Pokud dojde k incidentu, který tvář ohrožuje, měla by být uplatněna určitá kompenzační strategie.

Erving Goffman zaznamenává dva základní typy práce s tvář<sup>63</sup>:

- vyhnutí se možnému incidentu;
- proces nápravy jednání.

#### **4.4 Teorie zdvořilosti a zdvořilostní strategie podle Penelope Brownové a Stepheny Levinsona**

Výše zmíněný koncept tváře je dále rozveden v teorii zdvořilosti Penelope Brownové a Stepheny Levinsona v knize *Politeness*<sup>64</sup>. Podle jejich teorie zdvořilosti má každý komunikant svoji „negativní“ tvář, k níž přiřazujeme vše, co příslušná osoba nechce, například že nechce být k ničemu donucována<sup>65</sup> nebo omezována ve svém projevu a nárokuje si pro sebe osobní svobodu a prostor.<sup>66</sup> Respektování negativní tváře komunikanta patří do okruhu formální zdvořilosti. „Pozitivní“ tvář se potom rozumí okruh zájmu příslušné osoby a její touhy. Pozitivní tvář vysílá požadavek, aby s námi ostatní souhlasili.<sup>67</sup> Komunikant si přeje, aby jeho potřeby byly okolím pozitivně hodnoceny, schváleny a uznány.<sup>68</sup>

---

<sup>62</sup>ČMEJRKOVÁ, Světlá – KADERKA, Petr – ULÍČNÝ, Oldřich: Pragmatické aspekty češtiny; Studie k moderní mluvnici češtině. Olomouc: Univerzita Palackého, 2013. ISBN 978-80-244-3527-5. s. 115.

<sup>63</sup> GOFFMAN, Erving: Interaction Ritual. Chicago: Aldine Publishing, 1967.

<sup>64</sup> BROWNOVÁ, Penelope – LEVINSON, STEPHEN: Politeness. Some universals in language usage. Cambridge 1987.

<sup>65</sup>HIRSCHOVÁ, Milada: Pragmatika v češtině. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2006. ISBN 80-244-1283-7. s. 172.

<sup>66</sup>SVOBODOVÁ, Jindřiška: Záměrné ohrožování tváře jako prostředek komunikační strategie ve specifickém typu mediálního dialogu. In: HRADILOVÁ, Darina a kol.: Proměny slova. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. s. 88.

<sup>67</sup>ČMEJRKOVÁ, Světlá – KADERKA, Petr – ULÍČNÝ, Oldřich: Pragmatické aspekty češtiny; Studie k moderní mluvnici češtině. Olomouc: Univerzita Palackého, 2013. ISBN 978-80-244-3527-5. s. 116.

<sup>68</sup>HIRSCHOVÁ, Milada: Pragmatika v češtině. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2006. ISBN 80-244-1283-7. s. 172



Jak bylo zmíněno výše, tak se aktéři snaží o zachování tváře svých protějšků a tím i své vlastní tváře.<sup>69</sup> V sociálním chování však existuje mnoho aktů, které narušují ohleduplnost k adresátovi, jedná se o tzv. akty ohrožující tvář (face-threatening acts). Akty, které ohrožují tvář, jsou důsledkem toho, že člověk se během interakce může přetvařovat, nedochází k odhalení jeho pravé tváře nebo odchází z komunikace s pošramocenou tváří.

- akty mluvčího ohrožující posluchačovu negativní tvář jsou akty příkazů, žádostí, varování a výhružek apod.;
- akty mluvčího ohrožující posluchačovu pozitivní tvář jsou akty jako stížnosti, obvinění, odporování, nesouhlas, kritika, výsměch, pohrdání, urážka apod.<sup>70</sup>

Brownová a Levinson také definovali čtyři typy zdvořilostních strategií. Prvním typem je přímé jednání, kdy se mluvčí na adresáta nijak neohlíží a jednoznačně od něj něco požaduje nebo mu něco nařizuje.<sup>71</sup> Mluvčí jedná nezdvořile z důvodu způsobu zvolené komunikační strategie, kde mu to jeho sociální status umožňuje nebo je to projev urgentní situace v podobě varovného výkřiku.

Druhým typem je pozitivní zdvořilost, kdy oceňujeme adresátovu pozitivní tvář. Mluvčí se s adresátovou pozitivní tváří ztotožňuje.<sup>72</sup> Pozitivní zdvořilost je budována ve vztahu vzájemné srdečnosti a solidarity, sdílení pocitů a postojů. V takové komunikaci převládá vstřícnost a pochopení, zájem o druhého, komunikace může být až familiární, nikoli falešná.<sup>73</sup> Pozitivní zdvořilost lze pozorovat u většiny neformálních komunikačních situací.

Negativní zdvořilost je třetím a nejvíce rozpracovaným typem zdvořilostní strategie a zaměřuje se na negativní tvář adresáta, tedy na jeho nárok, aby mu nebylo nic vnucováno a aby mu byla v jeho projevu ponechána svoboda. Je to kompromis, kdy je snahou dosáhnout komunikačního cíle, ale adresáta přitom k ničemu nenutit,

---

<sup>69</sup>ČMEJRKOVÁ, Světlá: Od partnerského rozhovoru k talk-show. In: Přednášky z 50. běhu Letní školy slovanských jazyků. Praha: FF UK 2007. s. 25.

<sup>70</sup>ČMEJRKOVÁ, Světlá – KADERKA, Petr – ULÍČNÝ, Oldřich: Pragmatické aspekty češtiny; Studie k moderní mluvnici češtině. Olomouc: Univerzita Palackého, 2013. ISBN 978-80-244-3527-5. s. 117.

<sup>71</sup>HIRSCHOVÁ, Milada: Pragmatika v češtině. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2006. ISBN 80-244-1283-7. s. 172.

<sup>72</sup>Tamtéž, s. 173.

<sup>73</sup>ČMEJRKOVÁ, Světlá – KADERKA, Petr – ULÍČNÝ, Oldřich: Pragmatické aspekty češtiny; Studie k moderní mluvnici češtině. Olomouc: Univerzita Palackého, 2013. ISBN 978-80-244-3527-5. s. 117.

respektovat jej a zachovat jeho negativní tvář, tzn. respektovat to, co si adresát nepřeje jako například nebýt do něčeho nucen.<sup>74</sup>

Výpovědi, které jsou nejednoznačné a porušují některé konverzační maximy porušují čtvrtou Griceovu maximu. Patří sem ironie, řečnické otázky, neúplné výpovědi.<sup>75</sup> Míra nejednoznačnosti souvisí se vztahem, jaký mezi sebou oba aktéři mají. Pokud jsou aktéry blízcí přátelé, tak nedochází k takové míře nejasností jako u aktérů, kteří se vzájemně neznají a nevědí, co od sebe mohou očekávat.

## 5 Nezdvořilost

Problematikou nezdvořilosti se zabýval Jonathan Culpeper<sup>76</sup>, který upozorňoval na nedostatečné zkoumání oblasti, ve které dochází k útokům na partnerovu tvář a dalším projevům nezdvořilé komunikace.

Navrhuje dvě kategorie dělení nezdvořilosti. První kategorií je nezdvořilost inherentní (mock impoliteness), která ohrožuje tvář komunikačního partnera. Například upozorněním nebo žádostí na společensky nežádoucí chování: „Mohl by ses prosím přestat rýpat v nose?“<sup>77</sup> V tomto případě ohrožení adresátovy tváře není záměrné, nicméně takový projev hodnotíme jako nezdvořilý. Druhou kategorií je nezdvořilost žertovná (banter). Například v neformální situaci, kdy host přijde pozdě a omluví se, že si spletl čas konání, ho hostitel přivítá slovy: „Ty bláznivý popleto“!<sup>78</sup>

Na základě výše zmíněných zdvořilostní koncepce Brownové a Levinsona představuje Jonathan Culpeper pět strategií, které může mluvčí použít k ohrožení tváře adresáta:<sup>79</sup>

- přímá nezdvořilost (bald on record impoliteness) – chování a projevy ohrožující tvář jsou přímé a jednoznačné;
- pozitivní nezdvořilost (positive impoliteness) – poškozují pozitivní tvář adresáta, neakceptují a nerespektují pozitivní tvář adresáta, jeho postoje a

---

<sup>74</sup>HIRSCHOVÁ, Milada: Pragmatika v češtině. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2006. ISBN 80-244-1283-7. s. 174-175.

<sup>75</sup>Tamtéž, s. 175.

<sup>76</sup>CULPEPER, Jonathan: Towards an anatomy of impoliteness. In: Journal of Pragmatics. vol. 25, no. 3. 1996. s. 349.

<sup>77</sup> „Do you think you could possibly not pick your nose?“ Tamtéž, s. 351.

<sup>78</sup> „You silly bugger“ Tamtéž, s. 352.

<sup>79</sup> Tamtéž, s. 73.

pocity, projevuje se užitím nadávek, uváděním adresáta do rozpaků, snahou vyvolat konflikt;

- negativní nezdvořilost (negative impoliteness) – poškozují adresátovu negativní tvář, patří sem vyhrůžky, příkazy, zastrašování adresáta, projevit se může i na neverbálním chování;
- sarkasmus, falešná zdvořilost (sarcasm, mock politeness) – užití zdvořilostní strategie se skrytým ironickým podtextem, obvykle myšleno neupřímně
- nepoužití zdvořilosti (withhold politeness) – odepření projevů zdvořilého chování (neopětování pozdravu, nepoděkování).

Pro identifikaci projevů nezdvořilosti je důležité popsat celkový kontext komunikačního aktu, vztahy mezi komunikanty a jejich sociální role. Hodnocení, co je a není projevem nezdvořilosti, jsou podmíněna subjektivním pocitem příjemce. Milada Hirschová z těchto důvodů pohlíží na nezdvořilost jako na lingvistický jev, který se formuje až v dané komunikační situaci.<sup>80</sup> Také upozorňuje na nutnost diferenciací nezdvořilosti a hrubosti. Nezdvořilé projevy jsou vázány na užití nepříznačného, neutrálního lexika a adekvátní interpretace takového lexika je podmíněna dekodováním všech složek komunikační situace, zahrnující vztah mezi komunikačními partnery, sociální role obou komunikantů a kontext.<sup>81</sup> Hrubost se od nezdvořilosti odlišuje ožitím příznačových výrazových prostředků, především vulgarismů. Od hrubosti je nutné odlišit ještě verbální agresi. Verbální agrese je řečové jednání, které útočí na tvář komunikačního partnera, ovšem bez užití vulgárního výraziva.<sup>82</sup> Užitím verbální agrese chce mluvčí svého komunikačního partnera urazit, nebo k něčemu přinutit. Nežádka vede tento druh řečového jednání k vyvolání konfliktu.

Bylo zmíněno, že nezdvořilost není indikována užitím příznačového lexika, tudíž jsou pro nezdvořilost určující vztahy mezi komunikanty a tvář ohrožující situace z pohledu adresáta. Pokud se adresát rozhodne nezdvořilost ignorovat, nemá to na budoucí průběh komunikace vliv.<sup>83</sup> Pokud se ovšem adresát ocitne v situaci, kdy je jeho

---

<sup>80</sup> HIRSCHOVÁ, Milada: Nezdvořilost jako pragmalingvistický fenomén. In: *Linguistica Brunensia* 58. Brno, 2010. s. 278.

<sup>81</sup> SVOBODOVÁ, Jindřiška: Záměrné ohrožování tváře jako prostředek komunikační strategie ve specifickém typu mediálního dialogu. In: HRADILOVÁ, Darina a kol.: *Proměny slova*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. s. 93.

<sup>82</sup> HIRSCHOVÁ, Milada: Nezdvořilost jako pragmalingvistický fenomén. In: *Linguistica Brunensia* 58. Brno, 2010. s. 280.

<sup>83</sup> Tamtéž, s. 282.

tvář ohrožována, může dát najevo, že takové komunikační chování je mu nepříjemné a nebude ho akceptovat. Aby komunikace mohla nadále pokračovat, ze strany mluvčího by mělo dojít k nápravě formou omluvy nebo jiného verbálního nebo neverbálního projevu (smířlivá výpověď, obejmutí). Adresát může na situaci, kdy dochází k ohrožení jeho tváře, reagovat nezdvořilým útokem na mluvčího, nebo situaci akceptovat.<sup>84</sup>

## 5.1 Kvalitativní analýza nezdvořilosti v pořadu *Ano, šéfe!*

V kvalitativní analýze jsme se rozhodli věnovat třem Culpeperovým strategiím, které Zdeněk Pohlreich užívá k ohrožení tváře adresáta. Na excerpovaném materiálu budeme sledovat projevy přímé nezdvořilosti, pozitivní nezdvořilosti a negativní nezdvořilosti.

### 5.1.1 Přímá nezdvořilost

V případě přímé nezdvořilosti je mluvčí v komunikaci záměrně nezdvořilý. Mluvčí útočí svého komunikačního partnera a nerespektuje jeho pozitivní a negativní tvář.

#### Ukázka č. 3

*Během diskuze o nejdražším jídle v menu, které je paradoxně nejhorší dochází ke kolizi v dosud bezkonfliktní komunikaci a ZP vyjadřuje nespokojenost se způsobem, jakým smýšlejí o vedení restaurace.*

ZP: **ja si myslim že paradoxem tady toho všeho co tady vidím** ((krouží vidličkou nad talíři na stole a stále udržuje oční kontakt s majitelem a provozním restaurace)) (..) **špatně je to že: to nejdražší jídlo** ((poklepe na talíř s jídlem)) (...) **je jakoby nejhorší. vy tady máte napsáno lanýžovej demiglas jo (.) blábol (.) to je těžkej blábol (.) jo, tady o lanýžích... jedl ste někdo lanýže?** ((stále s vidličkou v ruce, kterou ukazuje na majitele a provozního))

Provozní: **ne.**

ZP: **co?**

Provozní: **ne.**

ZP: **tak proč to do prdele prodáváte?**

((chvíle ticha))

Provozní: ((nesrozumitelné mumlání, patrně snaha se obhájit))

ZP: **jedl ste vy někdy lanýže?**

Majitel: ((s úsměvem)) **myslim si že ne.**

ZP: **myslíte nebo to víte?**

Majitel: **no no nevím... asi ne.**

ZP: **přivoníte si k tomu?** ((podává vidličku))

((Majitel i provozní si přivoní a následuje nelibá mimika, která značí, že jídlo nevoní))

ZP: **voní to na lanýže?**

Provozní: ((působí suverénně)) **to netuším protože sem je nejedl** ((se smíchem vrací vidličku))

---

<sup>84</sup> HIRSCHOVÁ, Milada: Nezdvořilost jako pragmalingvistický fenomén. In: *Linguistica Brunensia* 58. Brno, 2010. s. 282.

ZP: ta:k proč to tady do prdele máte? (..) lidi pudou na kus masa to je v pořádku (.) naprostym. ale nesnažte se: je vomráčit tím že budete mit lanýžovou vomáčku protože ji nemáte protože kilo lanýže prostě stojí čtyřicet tisíc toho černýho a stodeset tisíc toho bílýho. ((navozuje znovu oční kontakt s majitelem a očekává reakci))

Majitel: ted' s:em jako: (.) uplně nemůžu s váma souhlasit, myslim si že na... ((ZP mu skáče do řeči))

ZP: ale nemusíte... ((majitel pokračuje ve své výpovědi))

Majitel: myslim si že na lanýžovi ( ) tolik nestojej jako jo.

ZP: vaše restaurace nestojí na lanýžovým demiglas nejsem debil jako jo to rozhodně ne, já se vám snažím připomenout přivést na myšlenku že možná že na tom pracuje ten kuchař mo:c tvrdě (..) že chce bejt mo:c dobrej (.) a když někdo chce být v kuchyni mo:c dobrej (.) tak je to vždycky na hovno.

((Majitel s provozním se na sebe podívají, ale Zdeněk Pohlreich pokračuje))

ZP: kde je hamburger sem tady někde viděl (.) mužem si ho vobjednat? jeden? ((dívá se směrem k servírce u baru)) (...) jo? jeden hambáč supr ten nejlepší co tady je stošedesát korun (..) můžu dostat?

Servírka: hamburger nám došel.

ZP: nemáme ho? (..) my ho nemáme? ((nevěřicně)) prostě není. když si ho vobjednám ted'ka tak ho nemůžu dostat?

Servírka: dneska ne nepřivezli nám zboží takže ho nepřivezli.

((záběr na majitele a provozního, kteří upadají do rozpaků z nastalé situace))

Provozní: co nepřivezli?

Servírka: není houska.

Provozní: to je super. ((povzdech)) (..) to jsou naši dodavatelé...

ZP: ne to ste vy.

Provozní: nenene to je takhle...

ZP: nevymlouvejte se na nikoho... ((přeruší ho provozní))

Provozní: ale: to není výmluva jo si objednám zboží dejme tomu: z nějakého velkoobchodu a mně přijde polovina ((pokrčí rameny)) no tak potom co mám dělat to je neštěstí u nich.

ZP: jestli ten dodavatel nefunguje dělejte s někým jiným ((vidličkou bodá do prkýnka))

Provozní: no těch tady moc není no.

ZP: ((zvedne hlavu připraven oponovat)) VÝMLUVY! to nemá cenu tohle řešit. sezamová houska nevěřím tomu že dneska dopoledne v sobotu se nikde nedala sehnat sezamová houska.

Provozní: ((po chvíli ticha)) to určitě ale myslim si že v každém podniku vždycky něco dojde. nebo si myslíte že má každý tak neskutečné zásoby že prostě (.) nesmí a nemůže dojít?

ZP: myslim si že to vaše myšlení budeme potřebovat trošku pozměnit...

Provozní: ((skáče mu do řeči)) nenene já neřikam že to je v pořádku. ale je to možné.

ZP: lidi nezajímá že to někde jinde je taky blbě (.) lidi zajímá to jaký je to tady. ten argument že někde jinde ((gestikuluje směrem k východu)) je to jiný (...) ((rozčileně)) nefunguje. protože vy chcete bejt lepší než někdo jinej. tohle si vygumujete z hlavy.

Záměrně jsme vybrali delší dialog mezi Zdeňkem Pohlreichem a majiteli restaurace, jelikož podává celistvou reflexi proměny komunikační situace. Zdeněk Pohlreich působí od počátku jako dominantní. Postupně propracovává k tématům, která vyvolávají u majitelů lehké rozpaky. Nedošlo k hádce, ale k otevřené kritice smýšlení o správném vedení restaurace.

V úvodní části vzniklé komunikační situace Zdeněk Pohlreich kritizuje pokrm, který má obsahovat lanýže. Majitel a provozní restaurace jsou vystaveni otázce, zda někdy lanýže vůbec ochutnali. Zdeněk Pohlreich klade důraz na to, aby majitelé nebo provozní znali jídla, která mají v menu. Je nepříjemně překvapen, když se mu dostane záporné odpovědi, a tento okamžik se stává bodem, kdy Zdeněk Pohlreich opustil rovinu zdvořilé komunikace a frontálně útočí na tvář svého komunikačního partnera. Snaží se ho přimět k odpovědím, na které očekává negativní odpověď.

V části, kdy chce, aby majitel a provozní přičichli ke lžici s lanýžem dochází k porušení partnerovy negativní tváře. Nutí svého komunikačního partnera do jednání, které je mu nepříjemné. Provozní restaurace působí od počátku více suverénním dojmem než samotný majitel a snaží se situaci zvládat. Nechce nechat Zdeňka Pohlreicha převzít kontrolu nad celou situací, proto se ohradí a na otázku Zdeňka Pohlreicha odpovídá „*to netuším protože sem je nejedl*“.

Zdeněk Pohlreich vysvětluje, že podávat v takové restauraci lanýže je nesmyslné a z ekonomického hlediska i nemožné. S takovým tvrzením majitel nesouhlasí a snaží se obhajovat. Nenechá Zdeňka Pohlreicha dokončit repliku a dochází k overlappingu, kdy se majitel snaží udržet si svoji pozitivní tvář a během kritiky skáče Zdeňkovi Pohlreichovi do řeči na úkor celkové koherence své vlastní výpovědi (*s:em jako: (.) uplně nemůžu s váma souhlasit, myslím si že na...*).

Následuje opět mírné zklidnění, kdy Zdeněk Pohlreich uděluje rady provoznímu a majiteli. Další konflikt vyvstane při objednávce jídla, které nejsou schopni připravit, protože jim dle provozního opět selhal dodavatel. Zdeněk Pohlreich to označí jako výmluvu a jeho chování se stává agresivním, čemuž napovídá i užitá gestika (*bodání do prkýnka*). Provozní i Zdeněk Pohlreich zde z výčtu Leechovým maxim porušují maximy taktu a shody, a to z toho důvodu, že nedokážou potlačit potřebu vlastního sebeprosazování.

V celé ukázce se objevuje jediný vulgarismus (*do prdele*). Tento fakt potvrzuje, že přímého útoku na adresáta a jeho tvář lze dosáhnout i bez použití expresivně zatížených prostředků (vulgarismů). Například útočně míněnou otázkou nebo otevřenou kritikou.

## 5.1.2 Pozitivní nezdvořilost

Při pozitivní nezdvořilosti mluvčí užívá strategií, které přímo ohrožují pozitivní tvář adresáta. Mluvčí se snaží záměrně poškodit potřeby reprezentované adresátovou pozitivní tvář.

Zdeněk Pohlreich nerespektuje svého komunikačního partnera jako sobě rovného odborníka v oboru gastronomie nebo vedení restauračního zařízení, ale naopak se snaží poškodit jeho pozitivní tvář. Klade otázky, kterými uvádí adresáty do rozpaků a předkládá jim jejich nezpůsobnost k vykonávání práce kuchaře nebo majitele restaurace.

Explicitní jsou narážky na neobornost, neprofesionalitu, způsob vedení restaurace a nedodržování hygienických norem, které jsou pro adresáta nepříjemné. Zdeněk Pohlreich se snaží na příjemce působit a donutit ho ke změně názorů, nápravě postojů a chování.

### Ukázka č. 4

*ZP se naklání se nad kyblík plný přísady do jídel.*

**ZP: přísada do jídel ty vole. to je definice. co to je jako.**

**Kuchař: to je taková staronová vylepšená novinka: (..) což je pozůstatek našich dochucovatelů jídel ( )**

*ZP to nabere na lžici a čichá k tomu. Následuje úšklebek znázorňující znechucení.*

**ZP: ty vole!**

**Kuchař: =je to hrozný no.**

**ZP: ty s tím vaříš jo?**

**Kuchař: je to moderní.**

**ZP: a: to je moderní ty vole asi jako trabant v plný náloži**

Hned při první návštěvě kuchyně Zdeněk Pohlreich negativně komentuje přísadu do jídel. Kuchaři je zjevně veřejná kritika jeho kuchyně a přísady do jídel nepříjemná, nicméně Zdeněk Pohlreich pokračuje. Ačkoli se k tomu kuchař vyjádří, že je to vlastně „vylepšená novinka“, Zdeněk Pohlreich prosazuje svůj negativní názor na tuto přísadu a své znechucení dává najevo i užitou mimikou. Úmyslně se drží tématu, které je pro adresáta nepříjemné a záměrně útočí na jeho pozitivní tvář. Nepřímo také naráží na profesní kvality kuchaře a z Leechova pohledu porušuje maximu taktu, když zamezuje kuchaři maximalizovat svůj zisk u diváků. Zdeněk Pohlreich se volbou komunikační strategie snaží ovlivnit názory a chování komunikačního partnera, aby byly v souladu s jeho vlastními (znechucení nad přísadou do jídel). V ukázce je viditelné, že kuchař

přistupuje na tuto komunikační strategii a začne s jeho názory souhlasit. („*je to hrozný no.*“).

Nedochází k otevřenému konfliktu, jelikož kuchař se rozhodl nechat poslední repliku Zdeňka Pohlreicha bez odezvy a alespoň si tímto zachovat svoji pozitivní tvář.

Nepřipravenost a spontánnost výpovědi můžeme demonstrovat na vysoké frekvenci v užití výplňkových slov (jo, ty vole). Přirovnání „*a: to je moderní ty vole asi jako trabant v plný náloži*“ je jedním z prvků projevů Zdeňka Pohlreicha, které jsou inovativní a jsou příčinou divácké oblíbenosti pořadu.

#### **Ukázka č. 5**

*Po ochutnání jídel následuje obvyklá diskuze s majiteli nad jejich očekáváními a dosavadním vedením a budoucím směřováním restaurace.*

**ZP: kdy ste naposled měnili vaše meny?**

Majitelka: **no: my sme prostě ten jídelníček za šesnáct let pouze zužili.** ((rozpačitý smích))

**ZP: děláte si srandu?** ((ohlédne se po majitelích))

*Po chvíli oboustranného ticha.*

**ZP: no: tak já se du podívat na ty vaše** ((s povzdechem podívá do misky s krabím salátem))

**krasavce tam.**

*ZP se zvedá ze židle a míří směrem ke kuchyni. Nahlédne do kuchyně a otočí se zpět k majitelům sedícím stále na svých místech.*

**ZP: víte že tam seděj a hulej?**

Majitel: ((souhlasné pokývnutí hlavou))

**ZP: vám to nevadí?** ((udivěně))

Zdeněk Pohlreich zahajuje komunikaci přímou otázkou a očekává odpověď. Ze zkušeností Zdeňka Pohlreicha lze vyvodit, že tuto otázku zvolil záměrně, aby opět navodil pro majitele citlivé téma. Reaguje otázkou „*děláte si srandu?*“, kterou v rámci celé komunikace lze vnímat jako řečnickou, což potvrzuje i fakt, že Zdeněk Pohlreich toto téma opustí a chce navštívit kuchyň. Zdeněk Pohlreich porušuje maximu taktu, když skupinu majitelů restaurace staví do trapné situace vůči divákovi a posiluje své dominantní postavení.

Svojí otázkou směrem k majitelům, ve které komentuje, co se děje v kuchyni („*víte že tam seděj a hulej?*“) podhaluje neznalost a nedostatky majitelů ve způsobu řízení restaurace a vztahy mezi zaměstnavateli a zaměstnanci. Explicitně dochází k porušení Leechovy maximy velkorysosti, protože tímto odhalením Zdeněk Pohlreich maximalizuje svůj prospěch v rámci interakce.

Zdeněk Pohlreich dvakrát položil majitelům nepříjemnou otázku, ale ani v jednom případě nenásledovala reakce za strany adresátů. Pokud vezmeme v úvahu kontext, odpovědi na otázky by měly pro adresáta devastující účinek.



Při identifikaci personálu používá v kontextu hanlivé oslovení (*krasavce*). Zdeněk Pohlreich často užívá podobných aktualizujících výrazů nebo oslovení.

#### Ukázka č. 6

*Zdeněk Pohlreich s majiteli chodí po městě a zjišťuje, jak je na tom konkurence*

**ZP: vedete tady cenovou válku všichni máte ve finále holou prdel jako jo, v životě nemůžete bojovat cenou (.) vy musíte prostě bojovat tím že budete lepší.**

**Majitel: jenomže těch restaurací je tady víc v Jihlavě.**

**ZP: ((chytne majitele za rameno)) pane Fiala ty restaurace ty nebudou platit ty vaše peníze na to se vyserte kolik jich je vážený pane (..) vy se snažte abyste mezi nima nebyl.**

*Majitelka na to za chvíli reaguje na kameru.*

**Majitelka: von ví vo čem mluví a my to víme taky přesně jakože to takle je**

Z ukázek je evidentní, že Zdeněk Pohlreich není ochoten opustit roli zkušenějšího mentora a nepřipouští téměř žádnou diskuzi. Jak už jsme již nepřímo zmínili, výše existují korelace mezi porušováním zdvořilostních maxim a ohrožováním pozitivní nebo negativní tváře recipienta. V obou ukázkách Zdeněk Pohlreich porušuje maximu skromnosti, kdy je z pohledu diváka vnímán jako schopnější a profesionálnější než ostatní aktéři komunikace. Takovou sebe prezentaci si Zdeněk Pohlreich vytvořil a svoji komunikační strategií ji posiluje.

Zdeněk Pohlreich se snaží majitele seznámit z konkurencí a přitom se jim snaží poradit, jak dosáhnout úspěchu. Chce dosáhnout změny v jejich způsobu vedení restaurace a tím úplně změnit jejich způsob myšlení, protože majitelé tvrdí, že je ve městě velká konkurence. Na své komunikační partnery agresivně neútočí, k ohrožení partnerovy tváře dochází tím, že zpochybňuje jejich schopnosti a názory („*pane Fiala ty restaurace ty nebudou platit ty vaše peníze na to se vyserte kolik jich je vážený pane (..) vy se snažte abyste mezi nima nebyl.*“). Majitelka výtky chápe a shledává je jako oprávněné, čímž potvrzuje dominantní roli Zdeňka Pohlreicha.

V replikách Zdeňka Pohlreicha se objevuje dvakrát oslovení majitele. Jedná se o bezpříznakové formální oslovení (*pane Fiala*). Jako příznakové shledáváme oslovení „*vážený pane*“, které působí expresivně, jelikož se objevuje v jazykovém okolí vulgarismu (*vyserte*), a zároveň má ironizující podtext. Oslovení uprostřed výpovědi slouží k udržení adresátovy pozornosti. V případě užití oslovení „*vážený pane*“ ve formální komunikaci (*vážený pane Nováku*) by bylo vnímáno jako bezpříznakové.

### 5.1.3 Negativní nezdvořilost

Spolu s ohrožováním pozitivní tváře dochází paralelně i k ohrožování partnerovy tváře negativní. Do této oblasti jsou řazeny příkazy, žádosti, výkružky, zastrašování, zesměšňování a zveřejňování intimních témat, která jsou pro recipienta nepříjemná. Zdeněk Pohlreich pokračuje v otázkách a kritice a nutí adresáta k reakci.

Nejčastěji se setkáváme se situacemi, kdy Zdeněk Pohlreich nutí majitele restaurace nebo samotné kuchaře, aby jídlo ochutnali, očichali, zhodnotili, přičemž vždy je očekáváno negativní hodnocení.<sup>85</sup> Zdeněk Pohlreich touto strategií posiluje svoji dominující sociální roli a zároveň dochází k ohrožování partnerovy tváře. Jednou ze strategií Zdeňka Pohlreicha je kladení otázek, na které již předem zná odpověď nebo záměrně nutí komunikačního partnera, aby se vyjádřil k faktům nebo situacím, které jsou pro něj ponižující.

#### Ukázka č. 7

*Ukazuje na pohár s krabím salátem.*

**ZP: z tohodle ((přistrčí pohár)) se v nejlepší, případě může někdo posrat. ale jako horší to může bejt tak (.) že prostě si to ještě přivodí ještě nějaký závažnější zdravotní problémy (..) jen si k tomu přivoňte. ((nakrčí nos a předává pohár majitelce)) vám to voní tak že byste měli ( )**

Majitelka: = *ne*.

**ZP: to je prostě peklo.**

Zdeněk Pohlreich se negativně vyjadřuje na adresu kvality doneseného pokrmu a svoje výtky doplňuje varováním („z tohodle se v nejlepší, případě může někdo posrat“). Zdeněk Pohlreich naráží i na hygienické normy, které patrně nejsou dodrženy, když servírované jídlo nebylo čerstvé. Jedním z principů, jak Zdeněk Pohlreich ohrožuje partnerovu tvář, je nerespektování svého komunikačního partnera, který nechce být k ničemu nucen. Zdeněk Pohlreich naopak své komunikační partnery nutí jídlo ochutnat, očichat a vyjádřit se k němu („jen si k tomu přivoňte“). Majitelka se nesnaží odporovat ani jídlo po hodnocení Zdeňka Pohlreicha („to je prostě peklo“) obhajovat. Chování majitelky je zapříčiněno také přítomností televizního štábu a vědomím, že její chování je monitorováno. V reakci pozorujeme minimální snahu o zachování své vlastní tváře.

---

<sup>85</sup>SVOBODOVÁ, Jindřiška: Záměrné ohrožování tváře jako prostředek komunikační strategie ve specifickém typu mediálního dialogu. In: HRADILOVÁ, Darina a kol.: Proměny slova. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. s. 94.

Majitelka přistupuje na rozdělení sociálních rolí, kde se stává submisivním participantem.

Přesto, že Zdeněk Pohlreich často užívá expresivního lexika, většinou se při kontaktu s majiteli omezuje na minimální užívání vulgarismů a spíše se objevuje expresivita inherentní, která dokresluje negativní hodnocení („z *tohodle se v nejlepší, případě může někdo posrat*“). Druhou část výpovědi lze vnímat jako expresivitu kontextovou, jelikož užije vulgární výraz (*posrat se*) a vedle toho užije spisovný a umírněnější vyjádření identické myšlenky (*přivodit zdravotní problémy*). Jako expresivitu kontextovou to označujeme z toho důvodu, že by se daly očekávat další vulgarismy a hrubé výrazy.

#### Ukázka č. 8

*Zkoumá vybavení kuchyně, uchovávání potravin a pokrmů a hodnotí přístup kuchařů.*

ZP: **co je tadydleto vole?** ((otevívá jednotlivé pokličky))

Kuchař: **tohle: (.) je: guláš ještě.**

ZP: ((zamračeně chytne kuchaře kolem ramen)) **Davide:, ve vši jo: účtě jo: todleto vypadá tak že ste ten guláš ráno vzali z ledničky a švihli ste ho do tý vany. to je nejlepší způsob jak někomu vole zapříčinit celkem závažný žaludeční problémy vole. musí se to převařit,** ((jednou rukou ukazuje na guláš a druhou ruku má stále kolem ramen kuchaře) **jo (.) a tady vidim jasně že ste to tam prdli vole: a tady je to voschlý kolem dokola.** ((podívá se vážně na kuchaře)) **je to tak?**

Kuchař: **v konvektomatu sme to ohřivali no:**

ZP: **ne! to je jako kdybyste to ohřáli v mikrovlnce vole taky neprojde tou správnou teplotou. (...) tak tady je guláš dnešní?** ((zamíchá gulášem pod druhou pokličkou))

Kuchař: ((přikývne)) **dnešní.**

ZP: **tady podáváte dnešní a včerejší tady necháte stát?**

Kuchař: ((v rozpacích)) ( ) **no já sem to říkal, že bysme prodali ten starej.**

Ukázka č. 8 demonstruje nezdvořilé chování Zdeňka Pohlreicha, který nutí kuchaře vyjádřit se ke guláši („*co je tadydleto vole?*“). Dialog s jedním z kuchařů by měl být součástí spíše důvěrné mezilidské komunikace, protože jsou přednesena citlivá témata týkající se profesních kvalit kuchařů. Poznámku o možném způsobení žaludečních problémů lze označit za důrazné varování.

Zdeněk Pohlreich vzal kuchaře kolem ramen, což v tomto případě není projev náklonnosti či intimity, ale spíše snaha o to, aby kuchař musel dále čelit jeho narážkám a komentářům. V podstatě kuchaře nutí zůstat v komunikační situaci proti jeho vůli, protože odstrčení by bylo projevem vzdoru, který by mohl být podnětem ke konfliktu. Kuchař nezdvořilé chování svého komunikačního partnera akceptuje.

Zdeněk Pohlreich s kuchaři mluví důvěrněji a familiárněji, než s majiteli a přechází automaticky k tykání.

Během komunikace s kuchaři jsou v replikách Zdeňka Pohlreicha přítomny kontaktní částice (*vole, jo*). Slouží k udržení partnerovy pozornosti. Právě tyto dvě částice jsou nejčastější součástí replik Zdeňka Pohlreicha. Pokud se podíváme na výše uvedené ukázky, můžeme vyvodit závěr, že kontaktní partikule (*vole*) se objevuje spíše při kontaktu s muži, k ženám je obvykle mírnější, a kuchaři, kterým také téměř okamžitě začíná tykat.

Svým verbálním a neverbálním chováním Zdeněk Pohlreich porušuje Leechovy maximy taktu, velkorysosti a souhlasu. I v tomto případě komunikační partner porušování zásad zdvořilé komunikace a ohrožování své tváře přijímá a nereaguje na ně.

#### **Ukázka č. 9**

*Navazuje na Ukázku č. 8. Vytáhne další jídlo, které už je plesnivé.*

ZP: **to jsou fritátanu:dl ne? ((..)) i s penicilinem vole. vás je tady pět buzerantů** ((kuchař se mu to snaží vzít z rukou)) **ne jen to neschovávej vole! jen si to vyžerte vole. (.) pod'te se podívat vole kuci: co tady máte. pod'te taky madam pod'te pod'te pod'te** ((kouká na plesnivé nudle))

Majitelka: **no to víte že tohle nechci.** ((ZP ji položí ruku na rameno)) **a slyšeli to dávno že to tady nemají mít že to mají vyrazit.**

ZP: **víte co? (.) pod'te pan Fiala se podívat (.) jakou tady máte fajnovou polívku.** ((kyne rukou směrem k majiteli)) **a vy se tomu ještě smějete ještě jako. já z vás úplně šilím ty vole z vás jako lidi...**

Majitel: ((kouká do nádoby)) **hmm to je hrůza.**

ZP: **chcete někoho zabít tady? včera ste mi tady dali schnilý ty vole krabí tyčinky (.) dneska tady uděláte plesnivý nudle do prdele.** ((zahodí nádobu s plesnivými nudlemi))

Majitel: **se to zapomnělo vyhodit pro prasata.**

ZP: **se to zapomnělo vyhodit když se vědělo že se tady bude natáčet vole.**

Situace se vyhorcuje ve chvíli, kdy Zdeněk Pohlreich nachází v kuchyni plesnivé nudle. Jeden z kuchařů se snaží nudle schovat před kamerou a diváky, ale je Zdeňkem Pohlreichem varován, aby to nedělal („*ne jen to neschovávej vole!*“). Chování kuchaře je snahou o zachování tváře.

Zdeněk Pohlreich vyžaduje po kuchařích i majitelích, aby nudle zhodnotili. Touto žádostí, téměř příkazem, uvádí obě skupiny recipientů do rozpaků. Majitel se k tomu vyjádří negativně. Reakce Zdeňka Pohlreicha signalizuje rozčilení nad způsobem uchovávání potravin a možnými následky („*chcete někoho zabít tady?*“).

Můžeme pozorovat různé způsoby oslovení adresátů sdělení. Oslovení kuchařů je nejdřív (*kuci*), čímž nespisovně oslovil množinu všech kuchařů, aby získal jejich pozornost. Následuje ponižující oslovení adresátů (*pět buzerantů*), což v tomto případě není narážka na sexuální orientaci kuchařů, ale jejich užitím příznakového lexika chce upozornit na jejich neschopnost. Užitím vulgárního výraziva (*do prdele*) a expresivních výrazů. Slovní spojení „*fajnová polívka*“ je vzhledem k situačnímu kontextu negativní a působí posměšné. Pejorativní slovní spojení „*si to vyžerte*“ supluje spisovnou variantu „*odpykat si*“.

Při oslovení majitelky užívá oslovení „*madam*“, které je ve *Slovníku spisovného jazyka českého* popsáno jako „*zastaralé oslovení vdané ženy*“ nebo „*zastaralé hovorové označení ženy stojící v čele podniku*“. Zmínili jsme již, že k ženám se Zdeněk Pohlreich obvykle chová umírněněji, což dokazuje i oslovení. Z kontextu, kde se opravdu k majitelce chová s větším respektem než k ostatním komunikačním partnerům, můžeme říci, že není myšleno jako nezdvořilé. Oslovení *madam* by mohlo být v jiném kontextu vnímáno jako posměšný projev formální zdvořilosti. Pro majitele zvolil příznakové neutrální oslovení ve formě *propria* „*pane Fiala*“. V předposlední replice se pan Fiala snaží celou situaci vysvětlit a omluvit („*se to zapomnělo vyhodit pro prasata*“). Reakci Zdeňka Pohlreicha lze vyhodnotit jako výsměch až sarkastickou poznámku („*se to zapomnělo vyhodit když se vědělo že se tady bude natáčet vole*“).

## **5.2 Kvantitativní analýza pozitivní a negativní nezdvořilosti ve vybraných relacích pořadu *Ano, šéfe!***

V předchozích kapitolách jsme si vytvořili teoretický základ pro následující kvantitativní analýzu. Vybrané díly pořadu *Ano, šéfe!*, ze kterých jsme čerpali materiál pro kvalitativní analýzu a zkoumání nezdvořilosti jsme podrobili také kvantitativní analýze. Na základě získaných údajů budeme schopni určit, zda častěji dochází k negativní nezdvořilosti nebo naopak pozitivní nezdvořilosti. Vycházíme z hypotézy, že vzhledem k charakteru pořadu a funkčnímu využití nezdvořilosti bude mnohem častěji docházet k nezdvořilosti pozitivní vzhledem k celkovému počtu komunikátů.

V případě negativní nezdvořilosti jsme se zaměřili na nucení adresáta do smyslového hodnocení (pokrmů, restaurace) ze strany Zdeňka Pohlreicha, vyhrůžky a

příkazy. Jako pozitivní nezdvořilost jsme vyhodnotili záměrnou i bezděčnou kritiku a urážky komunikačního partnera a restaurace.

Zabývali jsme se komunikačními situacemi a excerpovali komunikační situace podle kritérií, která jsme si pro analýzu stanovili. V případě, kdy docházelo ke změně adresáta, vznikla nová komunikační situace. Komunikační akty, které měly adresáta identického, jsme se rozhodli oddělovat na základě tématu komunikace. Pokud se tedy v komunikaci s jedním adresátem na jedno téma kritika v rámci jednoho tématu neustále opakovala, zaznamenali jsme ji jen jednou. Takto jsme postupovali i v případě urážek a projevech negativní nezdvořilosti. Mezi celkový počet komunikátů jsme nepočítali situace, kdy Zdeněk Pohlreich mluví sám k sobě za účelem udržení divákovi pozornosti a situace, kdy promlouvá sám na kameru směrem k divákovi.

Ke každému dílu jsme vytvořili tabulku, ve které je zaznamenán počet výskytů spolu s procentuálním vyjádřením počtu výskytů pozitivní a negativní nezdvořilosti. Ve výsledním grafu jsme souhrnně zaznamenali výsledek výzkumu ze všech vybraných dílů.

**Tabulka 1: 1. řada pořadu Ano, šéfe!, 2. díl**

	V číslech	V procentech
Celkový počet komunikátů	21	100 %
Počet komunikátů s principy nezdvořilosti	14	66,6 %
Negativní nezdvořilost	5	23,8 %
Pozitivní nezdvořilost	9	42,8 %

Negativní nezdvořilost = počet výskytů a procentuální vyjádření negativní nezdvořilosti v rámci počtu komunikátů s principy nezdvořilosti

Pozitivní nezdvořilost = počet výskytů a procentuální vyjádření negativní nezdvořilosti v rámci počtu komunikátů s principy nezdvořilosti

**Tabulka 2: 1. řada pořadu Ano, šéfe!, 3. díl**

	V číslech	V procentech
Celkový počet komunikátů	26	100 %
Počet komunikátů s principy nezdvořilosti	23	88 %
Negativní nezdvořilost	6	23 %
Pozitivní nezdvořilost	17	65 %

**Tabulka 3: 3. řada pořadu Ano, šéfe!, 6. díl**

	V číslech	V procentech
Celkový počet komunikátů	32	100 %
Počet komunikátů s principy nezdvořilosti	28	87,5 %
Negativní nezdvořilost	11	34,4 %
Pozitivní nezdvořilost	17	53,1 %

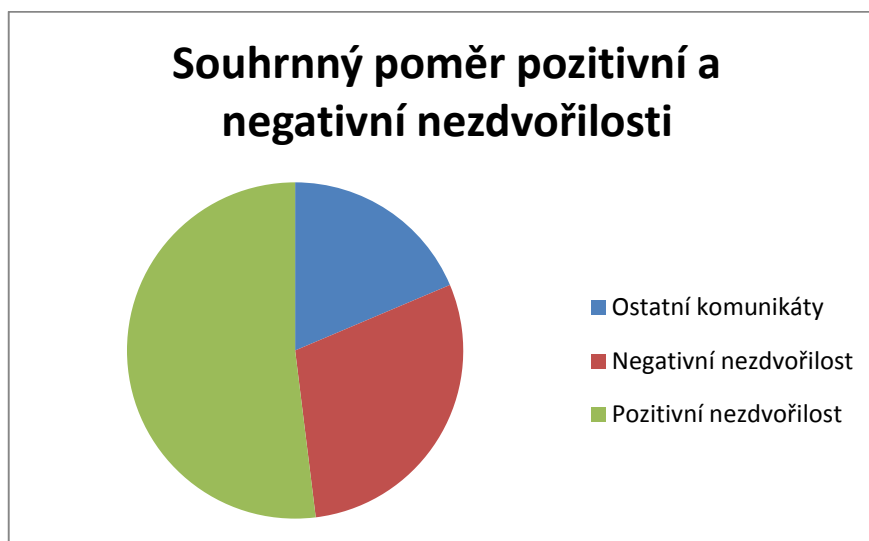
**Tabulka 4: 3. řada pořadu Ano, šéfe!, 7. díl**

	V číslech	V procentech
Celkový počet komunikátů	23	100 %
Počet komunikátů s principy nezdvořilosti	18	78,3 %
Negativní nezdvořilost	8	34,8 %
Pozitivní nezdvořilost	10	43,5 %

Celkem jsme napočítali 102 komunikátů, z nichž 83 komunikátů ohrožovalo partnerovu tvář. Průměrně dochází k porušení partnerovy tváře v 80,1 % zaznamenaných komunikátů. K negativní nezdvořilosti došlo v průměru v 29 % komunikátů a k pozitivní nezdvořilosti v 51,1 %. Došlo tedy k potvrzení původní hypotézy, že vzhledem k povaze a charakteru pořadu *Ano, šéfe!* bude docházet častěji k porušování adresátovy pozitivní tváře.

Pro lepší ilustraci výsledků našeho výzkumu přikládáme graf poměrného zastoupení komunikátů ohrožující partnerovu negativní tvář (v grafu Negativní nezdvořilost), komunikátů ohrožující partnerovu pozitivní tvář (v grafu Pozitivní nezdvořilost) a ostatních komunikátů, které jsme zaznamenali, ale nevykazovali žádné z uvedených specifik, které jsme pro náš výzkum stanovili.

**Graf 1: Souhrnný poměr pozitivní a negativní nezdvořilost**



## 6 Řečová etiketa

Řečová etiketa popisuje a stanovuje, jaké lexikální prostředky a jaké formy výpovědí se v různých komunikačních sférách považují za zdvořilé.<sup>86</sup> Řečová etiketa se týká korespondence, příruček o tvorbě image a o správném společenském chování, kde se uvádí správná forma pozdravu a oslovení podle typu komunikační situace a společenského kontextu. Podle Marie Švehlové je řečová etiketa dílčí vyjadřovací mikrosystém, soubor stereotypních formulí a výrazů, s podílem vyjadřování neverbálního.<sup>87</sup>

### 6.1 Zdvořilostní a formální aspekt pozdravu, oslovení a rozloučení

Zdvořilost a nezdvořilost v užití jazykových prostředků se týkají také okruhů komunikační interakce, kterými jsou podle Světlý Čmejrkové i navazování a ukončování kontaktu. To potvrzuje i *Encyklopedický slovník češtiny*, který zdvořilostí v

<sup>86</sup>HIRSCHOVÁ, Milada: Pragmatika v češtině. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2006. ISBN 80-244-1283-7. s. 78.

<sup>87</sup>ŠVEHLOVÁ, Milena. Zdvořilost a řečová etiketa. In: Sborník prací PdF UK. Filologické studie XIX. Praha: UK, 1994. s. 23.



tradičním smyslu rozumí i formy a funkce pronominálního i nominálního oslovení.<sup>88</sup> Z hlediska identifikace příjemce a odesílatele zprávy, stejně tak jako jejich sociálního postavení, je důležité sledovat, jakým způsobem dochází k navázání a ukončení vzájemné interakce. Pozdravy a oslovení jsou z hlediska etiky řeči nedílnou součástí zdravě probíhající komunikace. Pokud se pohybujeme v rovině formální komunikace, setkáváme se s ustáleným repertoárem pozdravů (Dobrý den. Na shledanou), které můžeme užívat jak v mluvené komunikaci, tak psaném textu.

Pozdravy se liší podle typu komunikační situace, sociálních rolí účastníků komunikace a také mohou mít určitou stylovou platnost, a to i v případě, kdy nedojde k jejich realizaci v rámci komunikačního aktu. Tykaní se zpravidla pojí s oslovením křestním jménem a neformálním pozdravem typu *Ahoj* nebo *Nazdar*, zatímco pro vykání je typické užití formálního pozdravu *Dobrý den* s oslovením profesním či akademickým titulem nebo příjmením. Oslovení nejen adresuje a reguluje blízkost a distanci, ale indikuje také připravenost či potřebu převzetí komunikační aktivity od oslovovaného. Oslovení může také aktivovat pozornost adresátů.<sup>89</sup>

#### Ukázka č. 1

*ZP vejde do restaurace, usadí se a prohlíží si interiér se značně znelíbeným výrazem. Při příchodu číšnice se na ni nepodívá a dožaduje se ihned něčeho k pití.*

**ZP: ta:k copak to tu máme.** ((povzdech))

**Číšnice: dobrý: den. (.) co to bude prosím?**

**ZP: dejte mi něčeho napít. (..) co máte dobrého?**

Číšnice pozdravila Zdeňka Pohlreicha jako první a mělo alespoň k opětovanému pozdravení. V tomto případě je signifikantní, že pozdrav nebyl ze strany Zdeňka Pohlreicha jako hosta restaurace vůbec realizován. Z chování Zdeňka Pohlreicha je evidentní, že si je vědom své dominantnější sociální role. Pozdrav spolu s oslovením mají výrazně kontaktní funkci a jejich absence může mít negativní vliv na budoucí průběh komunikace. Ignorování a neopětování pozdravu je projevem nezdrovilosti. Ve zdravé mezilidské interakci nerealizace pozdravu narušuje princip kooperace komunikantů.

Svoji dominantní roli ještě Zdeněk Pohlreich upevňuje rozkazem, kterým si žádá něčeho k pití. Taková žádost by měla být doprovázena zdvořilostním obratem (*prosím*).

---

<sup>88</sup>Kolektiv autorů: Encyklopedický slovník češtiny. Praha: Nakladatelství lidové noviny, 2002. ISBN 978-80-7106-484-8. s. 563.

<sup>89</sup>ČMEJRKOVÁ, Světlá: Užívání a prožívání jazyka: K 90. narozeninám Františka Daneše. Praha: Karolinum, 2010. ISBN 978-80-2461-756-5. s. 240.

### **Ukázka č. 2**

*ZP Vchází do restaurace s rukama v kapsách a rozhlíží se po číšnících a hostech.*

ZP: **dobry: den.** ((povzdech))

Personál: **dobry: den!**

...

*ZP si sedá ke stolu v restauraci. Při příchodu číšníka se na něj nepodívá a začne listovat jídelním lístkem.*

Číšník: **dobry: den.**

ZP: **dobry: den, dobry: muži. (.) budu u vás stolovat.**

Formální pozdravení zaměstnanců restaurace proběhlo ihned při příchodu. Protážení výslovnosti hodnotíme jako důsledek překvapení z návštěvy Zdeňka Pohlreicha. Oslovení číšníka je neformální, tudíž je i v kontextu chápáno jako nezdvořilé. Absenci očního kontaktu během pozdravu lze považovat za projev nadřazeného sociálního postavení Zdeňka Pohlreicha. Při nominálním oslovení se objevuje oslovení, které odlišuje pohlaví.

### **Ukázka č. 3**

*ZP vchází do kuchyně a zdraví sedící a pokuřující kuchaře, který jeho pozdrav neopětuje.*

ZP: ((hlasitý povzdech)) **dobrý: den, pánové! aaa pohodička jako svině, (.) tady.**

K pozdravu dochází ze strany Zdeňka Pohlreicha ovšem bez odezvy adresátů pozdravu. Personální deixe je v tomto případě plurální. Pokud bychom nebrali v úvahu situační a konverzační kontext, byl by tento pozdrav s oslovením podle genderu adresátů považován za neutrální. Ukázka č. 4 je příkladem nezdvořilého pozdravu, kdy Zdeněk Pohlreich dává jasně najevo svoji nadřazenou profesní pozici.

Přirovnání „*pohodička jako svině*“, je stylově chápána jako kolokviální, nepřívznivý výraz.<sup>90</sup> V kontextu znamená narážku na velikost, tzn. značné množství něčeho.<sup>91</sup> „*Pohodička*“ je příklad slovtvorné expresivity (*podobně ruka – ručička*).

### **Ukázka č. 4**

*ZP druhý den navštěvuje kuchyni znovu za účelem lepšího poznání kuchařů. Chce zjistit, za jakých podmínek se zde vaří a případně svoji přítomností se snažit zlepšit chod kuchyně.*

ZP: **nazdar vy lenochodi, jak to vypadá?**

Zdeněk Pohlreich zde záměrně užívá dehonestujícího oslovení adresátů, tedy kuchařů. Užitím oslovení lenochodi poukazuje na jejich laxní přístup k práci. Účel

---

<sup>90</sup>Kolektiv autorů: Slovník české frazeologie a idiomatiky. Přirovnání. Praha: Leda, 2009. ISBN 978-80-7335-216-5. s. 175.

<sup>91</sup>podobně například: pohodička velká jako prase

oslovení je dvojitý. Prvním je prezentace Zdeňka Pohlreicha jako sociálně nadřazeného komunikanta a druhým je otevřená kritika, popřípadě urážka, komunikačních partnerů a s tím související přímé ohrožení partnerovy tváře.

#### **Ukázka č. 5**

*ZP opouští restauraci a loučí se s kuchaři.*

ZP: **Hele! (..) chovejte se slušně.** ((pokynutí hlavy směrem ke kuchařům))

Kuchař: **budem.** ((smích))

Ukončení kontaktu neproběhlo formou standardního pozdravu. Do popředí vystupuje opět vyšší sociální status Zdeňka Pohlreicha plynoucí z jeho profesních zkušeností, který se neloučí formálním způsobem, ale rozloučení má podobu imperativu, který v tomto kontextu vyznívá jako varování.

## **7 Expresivita**

V *Encyklopedickém slovníku češtiny* je obecná charakteristika expresivity zahrnuta pod heslem *expresivum*, kde je expresivum popsáno jako lexikální výrazový prostředek vyjadřující citový, hodnotící a volní vztah mluvčího ke sdělované skutečnosti. Expresi je možno vyjádřit ve všech jazykových rovinách: hláskosloví, tvarosloví, lexikum a syntax.<sup>92</sup>

Expresivita je pragmatickou složkou významu výrazového prostředku.<sup>93</sup> Expresivní výraz obvykle vykazuje vedle nociónálních prvků i citový a volní vztah mluvčího.<sup>94</sup> Bazálními charakteristikami expresivních výrazů jsou emocionalita, apelovost a Jan Mukařovský přidává i evaluativnost.<sup>95</sup>

Pro účely předkládané práce budeme vycházet z dělení expresivity podle Jaroslava Zimy, který ji kategorizuje podle formy a způsobů, jakým jsou lexikální prostředky interpretovány, na inherentní, adherentní a kontextovou. Do oblasti inherentní expresivity spadají výrazové prostředky, u nichž rozpoznáme

---

<sup>92</sup>Kolektiv autorů: *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha: Nakladatelství lidové noviny, 2002. ISBN 978-80-7106-484-8. s. 131-132.

<sup>93</sup>Tamtéž, s. 131.

<sup>94</sup>ZIMA, Jaroslav: *Expresivita slova v současné češtině. Studie lexikologická a stylistická*. Praha: ČSAV, 1961. s. 5.

<sup>95</sup>MUKAŘOVSKÝ, Jan: *Cestami poetiky a estetiky*. Praha: Československý spisovatel, 1971.

expresivní příznak i bez kontextu<sup>96</sup>, jelikož jejich expresivita je přímo spjatá s jejich formulací. Inherentní expresivita je přítomna ve slovech, v nichž se vedle sebe vyskytují určité skupiny hlásek (ňouma, čmuchat, hihňat), které vytvářejí expresivní příznak právě svojí eufonií nebo kakofonií. Jaroslav Zima rozděluje inherentní, systémovou expresivitu<sup>97</sup> do několika podskupin podle způsobu, jakým je dosaženo expresivního příznaku.<sup>98</sup>

- slovotvornou, danou skupinami sufixů a prefixů (fešák, fešanda, psisko);
- hybridně tvořená expresiva (synátor);
- expresivita daná změnou neživotnosti v životnost (zdechlina, chlupatina ve smyslu chlupatý tvor);
- expresivita vznikající významovou změnou slovotvorného typu (sprost'árna, lumpárna), expresivita způsobená reduplikací (malilinkatý, černočerný);
- expresivita v oblasti kompozice slova (arcilotr, velectěný, vrtikolen);
- expresivita substantivních deminutiv (hnízdečko, očičko, kde je důležité dělení na sémantické vztahy kvantitativní, kvalitativní a kvantitativně kvalitativní; vztah kvantitativní vyjadřuje menší míru vlastností nebo rozměru (hlava – hlavička); kvalitativní vztah v sobě zahrnuje emocionální evaluaci (mléko – mlíčko, které explicitně vyjadřuje kladný vztah k věci); vztah kvantitativně kvalitativní představuje menší míru vlastností nebo rozměru, ale zároveň v sobě nese i míru emocionálního vztahu k věci (oči – očička, která mohou být malá rozměrem, ale také se nám mohou líbit a vyvolávat příjemné emoce);
- expresivita citoslovcí a výrazů onomatopoických.

Slova, která jsou řazena do expresivity adherentní, nenesou příznak ve svém základním významu, ale jako expresivní fungují pouze v určitém kontextu. Základním rysem adherentní expresivity je její významová nápadnost v systému jazyka. Adherentní

---

<sup>96</sup>ZIMA, Jaroslav: *Expresivita slova v současné češtině. Studie lexikologická a stylistická*. Praha: ČSAV, 1961. s. 10.

<sup>97</sup>FILIPEC, Josef – ČERMÁK, František: *Česká lexikologie*. Praha: Academia, 1985. s. 237.

<sup>98</sup>ZIMA, Jaroslav: *Expresivita slova v současné češtině. Studie lexikologická a stylistická*. Praha: ČSAV, 1961. s. 12-40.

expresivita vzniká tehdy, když stylisticky neutrální výraz vyjádříme ekvivalentem se znaky nápadnosti, spjatými s emocionálností, tedy výrazem intenzifikujícím.<sup>99</sup>

V případě expresivity inherentní a adherentní je expresivita součástí významu slova. Expresivita kontextová (nelexikalizovaná, aktualizující) je lexikálně nestabilizovaná, která se teprve trvalým kolektivním užíváním může někdy expresivně lexikální stát.<sup>100</sup> Kontextová expresivita se objevuje jen v určitém kontextu a bez kontextu expresivní příznak ztrácí a stává se neutrální, protože je záležitostí konkrétních promluv, nikoli slovní zásoby. Podle Milana Jelínka tento třetí typ expresivity vzniká vzájemným prolínáním stylisticky nesourodého výraziva a mimo daný kontext se ztrácí. Z toho plyne, že zatímco první dva typy se mohou zkoumat z hlediska stylistického, tak i lexikologického, třetí typ je záležitostí čistě stylistickou. Dále zdůrazňuje, že ačkoli Zima mluví o interferenci dvou různých stylových vrstev, vyjádření může podle Milana Jelínka nabýt expresivního charakteru i v případech, kdy dojde k záměně slov o různé intenzitě obsahových znaků (město – vesnice, veletok – potok).<sup>101</sup>

### **7.1 *Expresivita v pořadu Ano, šéfe!***

Během mluvené komunikace se expresivita projevuje nejen výběrem jazykových prostředků, ale je obohacena i o sféru paralingvistických jevů. Mezi ty patří suprasegmentální jevy jako zvolená intonace, gesta, mimika.

V pořadu *Ano, šéfe!* je patrná jazyková uvolněnost vlivem emocionálního rozpoložení mluvčího Zdeňka Pohlreicha, který chce dostát své sociální roli mentora a volí k tomu expresivní výrazivo. Vznik expresivních pojmenování je způsoben subjektivní stránkou mluvčího.

Expresivitu užívá směrem k divákovi, aby ohrozil partnerovu tvář a také se snaží svým výrazivem diváka zaujmout. Zároveň slouží užívání expresivity k aktivizaci recipienta, v němž chce vyvolat reakci či emoce. Z funkčního hlediska plní expresivita ve vyjadřování Zdeňka Pohlreicha funkci apelovou. Manipulace probíhá dvojím směrem – směrem k divákovi i směrem ke komunikačnímu partnerovi.

---

<sup>99</sup>ZIMA, Jaroslav: *Expresivita slova v současné češtině. Studie lexikologická a stylistická.* Praha: ČSAV, 1961. s. 43-54.

<sup>100</sup>Tamtéž, s. 84.

<sup>101</sup>JELÍNEK, Milan: *Lexikologická a stylistická studie o expresivitě slova. Naše řeč, ročník 46, číslo 2.* [online]. Ústav pro jazyk český AV ČR, 1997. [cit. 8. 10. 2014]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=4942>.

### 7.1.1 Expresivita inherentní

#### Ukázka č. 1

*Kuchař před ZP připravuje Katův šleh*

ZP: **kat'ák** v přímým přenosu (.) tohle zná víc lidí než Hradčany.

„*Kat'ákem*“ je v tomto případě myšleno jídlo nazvané Katův šleh. Došlo zde k expresivitě připojením sufixu –ák a s tím spojenou alternací t – t'.<sup>102</sup>

Ivana Kolářová ve svém výzkumu univerbizátů v gastronomii uvádí podobně vzniklé univerbizáty se sufixem –ák, například točený salám – točeňák, tatarský biftek – tatarák.<sup>102</sup>

#### Ukázka č. 2

ZP: **žádná prasečí chřipka touhle zemí se šíří gastrovirus a všichni čekaj že přijde nákej doktor Damdydam!** ((hodnotí stav české gastronomie))

Nutno podotknout, že „*gastrovirus*“ i „*doktor Damdydam*“ jsou autorskými slovy a z toho důvodu nemají přesné zařazení a charakteristiku. Ukázka reflektuje expresivitu v oblasti kompozice slova, kdy došlo ke spojení jmenné prefixu gastro–, který autor zvolil podle substantiva gastronomie, a slova virus, který v tomto významu představuje něco, co se samovolně šíří.

„*Doktor Damdydam*“ je příkladem expresivity hláskového skladu slova, který způsobuje eufonii.

#### Ukázka č. 3

*ZP komentuje malý biftek na talíři před sebou.*

ZP: **to je ten biff'our? takovej malej měl už dávno spát...**

„*Biff'our*“ vznikl stejně jako denominativa označující mužské bytosti příponou –our, například dědour, kaňour. Došlo i k alternaci t – t'. Takto vytvořené slovo s sebou nese expresivní příznak, který je většinou určen k maximalizaci hodnoty

---

<sup>102</sup> ČMEJRKOVÁ, Světlá: Užívání a prožívání jazyka: K 90. narozeninám Františka Daneše. Praha: Karolinum, 2010. ISBN 978-80-2461-756-5. s. 153-154.

subjektu/objektu, zde naopak vystupuje snaha expresivně vyjádřit malou velikost předloženého pokrmu.

### 7.1.2 Expresivita adherentní

#### Ukázka č. 4

ZP komentuje předchozí rozhovor s provozním.

ZP: **von mi vypráví kolik koupil masa na ptáčky (.) ptáček jeden...**

Expresivně zatížený výraz „*ptáček jeden*“ lze podle dělení Zimy řadit do skupiny expresivity vznikající přesunem pojmenování uvnitř oblasti jevů lidského života do oblasti pojmenování z oblasti biologie. Slovník spisovného jazyka českého uvádí pod heslem „*ptáček*“ příklad „*známe takové ptáčky*“, kdy je „*ptáčkem*“ myšlen člověk prohnáný, povedený, podezřelý.<sup>103</sup>

#### Ukázka č. 5

ZP na oholeného číšníka.

ZP: **no to je dost že ses konečně voholil si byl zarostlej jak rezervní kristus.**

Přirovnání „*být/chodit fousatý jako Kristus*“ je heslem ve *Slovníku české frazeologie a idiomatiky*<sup>104</sup> uveden jako výraz s příznakem příznivým i nepříznivým. Dle kontextu je patrné jeho užití nepříznivé, které hraničí z urážkou. Zima tento typ pojmenování řadí do podskupiny pojmenování dle jmen osob z kulturní historie člověka. Existují osobnosti, kterým člověk a tradice přikládá určitý druh vlastnosti.

#### Ukázka č. 6

ZP: **ty to tam sypeš jak babica...**

Toto přirovnání je autorovým slovem a vyplývá z rivality mezi dvěma kuchaři. Ze společensko-kulturního kontextu se domníváme, že toto přirovnání nese nepříznivý příznak a může být myšleno jako urážka. Fráze „*sypeš to tam jak babica*“ pravděpodobně znamená, že to tam sype bezmyšlenkovitě a ve velkém množství.

---

<sup>103</sup> Kolektiv autorů: Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost. Vyd. 3., opr. Praha: Academia, 2010. ISBN 80-200-1347-4.

<sup>104</sup> Kolektiv autorů: Slovník české frazeologie a idiomatiky. Přirovnání. Praha: Leda, 2009. ISBN 978-80-7335-216-5. s. 178.

### 7.1.3 Expresivita kontextová

Je jevem stylistickým a nesouvisí se změnou významu slova. Expresivně zatíženým se výraz stává pouze v kontextu, tím, že se často svým vrstevním určením nápadně odlišuje od svého jazykového okolí. Podstata expresivity kontextové nespočívá ve změně významu slova, ale v interferenci dvou jazykových vrstev.<sup>105</sup>

Většinou je součástí expresivního přirovnání. Úkolem užívání inovativních expresivních přirovnání je působit na diváka a udržet jeho pozornost.

#### Ukázka č. 7

*ZP vchází do restaurace.*

**ZP: dobrý den (..) das ist eine kontrole.**

#### Ukázka č. 8

*ZP o hustotě polévky.*

**ZP: kruci prdel (.) to je tlustý jak noha u prdele.**

#### Ukázka č. 9

**ZP: sladký je to jak hovno vod nutrie...** ((vyplázne jazyk))

## 7.2 Expresivita v pořadu *Ano, šéfe!* v číslech

V kapitole o metodologii a hypotézách jsme stanovili, že bychom kvantitativní analýzou chtěli prokázat, že v případě pozitivní nezdvořilost se Zdeněk Pohlreich častěji uchyluje k expresivnímu výrazivu, než je tomu v případě negativní nezdvořilosti. Zaměříme se na podíl komunikátů obsahující expresivitu v jednotlivých dílech pořadu *Ano, šéfe!*. Naším úkolem bylo zaznamenat, zda je jeden typ expresivity dominantní, nebo jsou všechny zastoupeny téměř ve stejné míře. Abychom toho dosáhli vytvořili jsme si ke každému z dílů tabulku.

Do první tabulky jsme opět zaznamenali celkový počet sledovaných komunikátů v každém díle zvlášť, počet komunikátů obsahujících expresivitu a tyto komunikáty jsme ještě rozdělili na komunikáty ohrožující partnerovu negativní tvář obsahující expresivitu (Negativní nezdvořilost obsahující expresivitu) a komunikáty ohrožující

---

<sup>105</sup> ZIMA, Jaroslav: Expresivita slova v současné češtině. Studie lexikologická a stylistická. Praha: ČSAV, 1961. s. 11.



partnerovu pozitivní tvář obsahující expresivitu (Pozitivní nezdvořilost obsahující expresivitu).

**Tabulka 5: Komunikáty obsahující expresivitu**

	2. díl	3. díl	6. díl	7. díl	Celkem
Celkový počet K	21	26	32	23	102 (100 %)
Počet K obsahující E	8	15	15	14	52 (50,9 %)
N. nezdvořilost obsahující E	2	4	3	6	15 (14,7 %)
P. nezdvořilost obsahující E	6	11	12	8	37 (36,2 %)

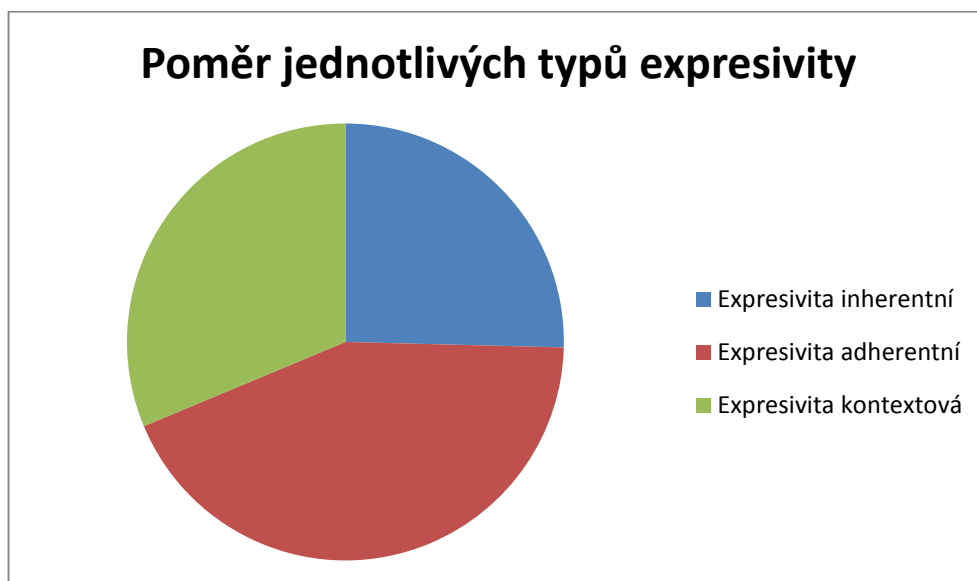
K = komunikáty, E = expresivita, N. nezdvořilost = negativní nezdvořilost, P. nezdvořilost = pozitivní nezdvořilost

V druhé tabulce je zaznamenáno, jaký typ expresivity převažuje v daném díle pořadu podle počtu slov s expresivním příznakem. Expresivní výrazivo jsme abstrahovali z celkového počtu sledovaných komunikátů. Na základě takového zpracování údajů budeme schopni určit, který typ expresivity je nejčastěji užívaný.

**Tabulka 6: Jednotlivé typy expresivity**

	2. díl	3. díl	6. díl	7. díl	Celkem
E. inherentní	4	5	3	5	17 (25,4 %)
E. adherentní	4	7	12	6	29 (43,3 %)
E. kontextová	2	6	9	4	21 (31,3 %)

**Graf 2: Poměr jednotlivých typů expresivity**



Podle údajů, které jsme získali, a které jsme prezentovali výše v tabulkách, jsme došli k závěru, že z celkového počtu 102 komunikátů vyskytuje 52 komunikátů obsahující expresivitu. Expresivita ve vyjadřování Zdeňka Pohlreicha dosahuje tedy dle zjištění 50,9 %, což je více než polovina všech komunikátů. Rozlišením, zda je expresivita užívána při ohrožování partnerovy pozitivní nebo negativní tváře, jsme procentuálně vyjádřili, že častěji užívá expresivního výraziva k ohrožování partnerovy tváře pozitivní, a to v 36,2 % případů. Soudíme, že vzhledem k charakteru pořadu, slouží užívání expresivních prostředků se snahou Zdeňka Pohlreicha aktivizovat recipienta a zaujmout diváka.

Nejvíce expresivních slov jsme pozorovali v 6. díle 3. řady pořadu, kdy se jednalo o 24 výrazů, které byly koncentrovány v celkovém počtu 15 komunikátů. Domníváme se, že důvodem takového množství expresivních výrazů je samotná povaha dílu, který byl velice emocionálně vypjatý, takže docházelo k častému vyjadřování pocitů, hodnocení a kritice. Z hlediska jednotlivých typů expresivity je nejvíce zastoupena expresivita adherentní, která tvoří 43,3 % všech sledovaných typů expresivity. V grafu je nejlépe viditelné, že rozdíly v jednotlivých typech nejsou výrazné. Chtěli bychom zdůraznit, že v takovém případě vždy záleží na konkrétní sledované relaci. Pravděpodobně by při excerpci většího množství materiálu došlo ke stírání procentuálního rozdílu mezi typy expresivity.

## Závěr

Cílem této práce bylo kvalitativně i kvantitativně analyzovat projevy nezdvořilosti ve vybraných relacích pořadu *Ano, šéfe!*. Před samotnou praktickou analýzou jsme si vytvořili teoretický základ týkající se komunikace obecně, komunikace v mediálním prostředí a charakterizovali jsme si mediální žánr reality show. Dále jsme charakterizovali specifika pořadu *Ano, šéfe!*, jehož hlavním principem je porušování zdvořilosti za účelem pobavení diváka a udržení partnerovy pozornosti.

Po této úvodní části následovaly kapitoly věnující se zdvořilostním strategiím a jejich porušování. Teoretické kapitoly jsme doplnili podrobnou transkripcí dialogů s komentářem. Na ukázkách jsme chtěli demonstrovat míru a způsob porušení zdvořilostních strategií předvést v praxi. V práci jsme se zaměřili také na projevy přímé nezdvořilosti, pozitivní nezdvořilosti a negativní nezdvořilost. Oblast pozitivní a negativní nezdvořilost jsme podrobili kvantitativnímu výzkumu. Sledovali jsme v rámci celkového počtu komunikátů ty, které vykazovaly známky pozitivní nebo negativní nezdvořilosti. Následně jsme provedli analýzu, kde jsme procentuálně vyjádřili výskyt pozitivní a negativní nezdvořilosti v každé sledované relaci odděleně. V grafu jsme názorně zaznamenali souhrn ze všech sledovaných relací. Podařilo se potvrdit původní hypotézu, že bude docházet k napadání adresátovy pozitivní tváře, tedy k pozitivní nezdvořilosti. Pozitivní nezdvořilost se projevuje v situacích, kdy Zdeněk Pohlreich kritizuje majitele restaurace a kuchaře, případně je verbálně uráží. V menší míře se Zdeněk Pohlreich uchyluje k systematické volbě témat, která jsou pro adresáta nepříjemná.

Při excerpci materiálu jsme se setkávali s řadou expresivních výrazů. Rozhodli jsme se proto zahrnout kapitolu věnující se expresivitě. Při dělení expresivity jsme vycházeli z publikace Jaroslava Zimy *Expresivita slova v současné češtině*. U každého typu expresivity jsme uvedli několik ilustrativních příkladů. Předpokládali jsme, že v pořadu *Ano, šéfe!* bude docházet k expresivitě inherentní, adherentní a kontextové ve stejné míře, a že častěji budou expresivní výrazy součástí komunikátů ohrožujících partnerovu pozitivní tvář. Pro tuto analýzu byly vytvořeny dvě tabulky. V první z nich jsme číselně i procentuálně vyjádřili množství komunikátů obsahujících expresivitu, pozitivní nezdvořilosti obsahující expresivitu a negativní nezdvořilosti obsahující expresivitu ve vybraných dílech pořadu *Ano, šéfe!*. Do druhé tabulky jsme zaznamenali výskyt expresivity inherentní, adherentní a kontextové. Došli jsme k závěru, že expresivní výrazivo je ve větší míře součástí komunikátů ohrožujících partnerovu

pozitivní tvář. Děje se tak z důvodu, že Zdeněk Pohlreich užíváním expresivních slov chce svoji kritiku majitelů nebo kuchařů znásobit a donutit svého komunikačního partnera k reakci. Expresivnost ve vyjadřování slouží k upoutání divákovi pozornosti a k zesměšnění komunikačního partnera, a to především když dochází k otevřené kritice a urážkám adresáta sdělení.

Největší podíl z hlediska typů expresivity patřil expresivitě adherentní, ale rozdíl mezi jednotlivými typy nebyl výrazný. Inherentně expresivní výrazy jsou součástí komunikačních situací, kdy se Zdeněk Pohlreich snaží navodit dojem blízkosti a působit na adresáta familiárním dojmem. Adherentně expresivita se objevuje nejčastěji v dialozích, kdy se snaží svého komunikačního partnera donutit k nějakému jednání nebo se ho snaží ovlivnit. Tyto dvě komunikační strategie jsou v pořadí *Ano, šéfe!* primárními a Zdeněk Pohlreich si s jejich pomocí udržuje roli dominantního aktéra komunikace. Na základě toho jsme v úvodu práce stanovili hypotézu, že jednotlivé druhy expresivity se budou objevovat téměř ve stejné míře a tuto hypotézu se podařilo potvrdit. Pro přehlednější znázornění malého rozdílu mezi jednotlivými typy jsme vytvořili graf, který je součástí analýzy.

## Anotace

- Jméno a příjmení autora:** Pavla Feledíková
- Název fakulty a katedry:** Filozofická fakulta univerzity Palackého  
v Olomouci, Katedra bohemistiky
- Název práce:** Porušování zdvořilostních strategií a expresivita v pořadu  
Ano, šéfe!
- Název práce v angličtině:** Violations of polite strategies and an expressivity used in the  
tv show Ano, šéfe!
- Vedoucí práce:** Mgr. Jindřiška Svobodová, Ph.D.
- Rok obhajoby:** 2015
- Počet znaků:** 86 824
- Použitá literatura:** 37 (+ 9 internetových zdrojů)
- Klíčová slova:** komunikace, mediální komunikace, reality show, Ano, šéfe!,  
Zdeněk Pohlreich, zdvořilost, zdvořilostní maximy, nezdvořilost,  
koncept tváře, expresivita
- Key words:** communication, media communication, reality show, Ano, šéfe!,  
Zdeněk Pohlreich, politeness, politeness maxims, impoliteness,  
theory of politeness, expressivity

### Anotace práce:

Předložená bakalářská práce je zaměřena na mediální komunikaci v reality show *Ano, šéfe!*. V rámci sledovaných relací jsme se zaměřili na projevy porušování zdvořilostních strategií, klasifikaci projevů nezdvořilosti Zdeňka Pohlreicha a expresivnost v jeho vyjadřování. Vytvořili jsme si teoretická východiska, kterými jsou Leechovy zdvořilostní maximy, koncept tváře podle Ervinga Goffmana, zdvořilostní strategie Penelope Brownové a Stephena Levinsona a nezdvořilostní strategie popsané Jonathanem Culpeperem. Naším cílem bylo analyzovat a okomentovat projevy porušování zdvořilosti. Dále jsme se zaměřili na kvantitativní výzkum míry výskytu pozitivní a negativní nezdvořilosti a typ expresivity, která byla nejčastěji užívána, přičemž jsme vycházeli z hypotéz uvedených v úvodu práce.

### Anotace práce v angličtině:

The thesis occupies with media communication in tv reality show *Ano, šéfe!*. In monitored broadcasts we addressed violation of politeness strategies and impoliteness. The following theories are based on teoretical resources: Geoffrey Leech's politeness maxims, theory od politeness proposed by Penelope Brown and Stephen C. Levinson aby impoliteness strategies suggested by Jonathan Culpeper. We excerpted a material which was analysed and we provided a commentary. We did a quantitative research, where we focused on an amount of a positive and a negative impoliteness and a type of expressivity, which was used the most. We worked on assumption we stated in the introduction of this thesis.

## Summary

The aim of this thesis is to theoretically and practically analyze politeness strategies, violation of politeness strategies, impoliteness and expressivity in a TV reality show *Ano, šéfe!*. A main character and a dominant communication participant is Zdeněk Pohlreich. He is trying to add interests to his utterances using special expressions and thanks to that he is trying to threaten face of his communication partner, keep his attention, force him to reaction and make an impression to a viewer.

Our analysis of an impoliteness is based on theoretical base suggested by Jonathan Culpeper. In this work we focused on two impoliteness types: positive impoliteness and negative impoliteness and we looked into a rate of each of them in monitored broadcasts.

The second analysis is related to each type of expression used in monitored broadcasts. We excerpted expressive expressions and tried to find out which one of three types of expression is occurred the most.

## Literatura

- AUSTIN, L. John: How to do things with words. Clarendon Press, 1975.
- BARBAPOSTOLOSOVÁ, Lucie: Komunikace v televizní reality show. Nepublikovaná disertační práce. Olomouc: FF UP, 2012.
- BOORSTIN, J. Daniel: The republic of technology: reflections on our future community. New York: Harper & Row, 1978.
- BROWNOVÁ, Penelope – LEVINSON, Stephen: Politeness. Some universals in language usage. Cambridge 1987.
- CULPEPER, Jonathan: Towards an anatomy of impoliteness. In: Journal of Pragmatics, č. 25. 1996.
- ČERMÁK, František: Jazyk a jazykověda. Praha: Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0154-0.
- ČMEJRKOVÁ, Světlá: Čeština mediální, mluvená a psaná. In: Přednášky z 49. běhu Letní školy slovanských jazyků. Praha: FF UK 2006.
- ČMEJRKOVÁ, Světlá: Od partnerského rozhovoru k talk-show. In: Přednášky z 50. běhu Letní školy slovanských jazyků. Praha: FF UK 2007.
- ČMEJRKOVÁ, Světlá: Užívání a prožívání jazyka: K 90. narozeninám Františka Daneše. Praha: Karolinum, 2010. ISBN 978-80-2461-756-5.
- ČMEJRKOVÁ, Světlá: Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí. Praha: Academia, 2011. ISBN 978-80-200-1970-7.
- ČMEJRKOVÁ, Světlá – KADERKA, Petr – ULÍČNÝ, Oldřich: Pragmatické aspekty češtiny; Studie k moderní mluvnici češtině. Olomouc: Univerzita Palackého, 2013. ISBN 978-80-244-3527-5.
- DE VITO, A. Joseph: Základy mezilidské komunikace. Praha: Grada Publishing, 2001. ISBN 80-7169-988-8. s 502.
- FERGUSON, A. Charles: Dialect, register, and genre. Working assumptions about conventionalization. In: BIBER, D. – FINEGAN, E. (eds.): Sociolinguistic Perspectives on Genre. Oxford: Oxford University Press, 1994.
- FILIPEC, Josef – ČERMÁK, František: Česká lexikologie. Praha: Academia, 1985.
- GOFFMAN, Erving: Interaction Ritual. Chicago: Aldine Publishing, 1967.
- GRICE, H. Pole: Logic and conversation. In: COLE, Petr – MORGAN, Jerry L. (eds.). Syntax and semantics 3: Speechacts. New York: Academia Press.
- HIRSCHOVÁ, Milada: Pragmatika v češtině. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2006. ISBN 80-244-1283-7.
- HIRSCHOVÁ, Milada: Nezdvořilost jako pragmalingvistický fenomén. In: Linguistica Brunensia 58. Brno, 2010.

- HOFFMANNOVÁ, J.: Dialog a mluvená komunikace jako předmět zájmu (slovanské) stylistiky. In: Česká slavistika 2003. Praha: Academia 2003.
- JIRÁK, Jan. – KÖPPLOVÁ, Barbara: Média a jejich role ve společnosti. In: Metodický portál <http://www.rvp.cz/clanek/438/555> (10. 5. 2006).
- Kolektiv autorů: Encyklopedický slovník češtiny. Praha: Nakladatelství lidové noviny, 2002. ISBN 978-80-7106-484-8.
- Kolektiv autorů: Slovník české frazeologie a idiomatiky. Přirovnání. Praha: Leda, 2009. ISBN 978-80-7335-216-5.
- KOŘENSKÝ, Jan – HOFFMANNOVÁ, Jana – JAKLOVÁ, Alena – MÜLLEROVÁ, Olga: Komplexní analýza komunikačního procesu a textu. České Budějovice, 1987.
- LAKOFFOVÁ, Robin: The Logic of Politeness; or, Minding Your p's and q's. Papers from the Ninth Regional Meeting. Chicago: Chicago Linguistic Society, 1973.
- LAMSER, Václav: Komunikace a společnost: Úvod do teorie společenské komunikace. 1. vyd. Praha: Academia, 1969.
- MALETZKE, Gerhard: Psychologie der Massenkommunikation. Mnichov, 1963.
- MAREŠ, Petr: Spisovnost a nespisovnost, formálnost a neformálnost. In: Přednášky z 46. běhu Letní školy slovanských jazyků. Praha: UK, 2003.
- MAREŠ, Petr: Rozvrstvení češtiny a podoby současné veřejné komunikace. In: Přednášky z 49. běhu Letní školy slovanských jazyků. Praha: UK 2006.
- MUKAŘOVSKÝ, Jan: Cestami poetiky a estetiky. Praha: Československý spisovatel, 1971.
- PETŘÍKOVÁ, Jana – ŠTĚPÁNEK, David: Média - prostředky transferu informací. Brno: Masarykovy univerzita, 1998. ISBN 80-210-1992-1.
- POKORNÝ, Jan: Lingvistická antropologie. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-2843-8.
- REIFOVÁ, Irena: Slovník mediální komunikace. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.
- SVOBODOVÁ, Jindřiška: Záměrné ohrožování tváře jako prostředek komunikační strategie ve specifickém typu mediálního dialogu. In: HRADILOVÁ, Darina a kol.: Proměny slova. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013.
- ŠVEHLOVÁ, Milena. Zdvořilost a řečová etiketa. In: Sborník prací PdF UK. Filologické studie XIX. Praha: UK, 1994.
- WRIGHT, R. Charles: Psychologie a sociologie hromadného sdělování. Sešity novináře, ročník III, 1968.
- ZIMA, Jaroslav: Expresivita slova v současné češtině. Studie lexikologická a stylistická. Praha: ČSAV, 1961.
- ŽANTOVSKÝ, Petr: Co je a není infotainment. In: Česká média, 2008.



## Internetové zdroje

*Ano, šéfe!*. Sekce Pořady. Stanice Prima. Dostupné z <http://www.iprima.cz/anosefe>.

<http://www.iprima.cz/anosefe/moderator/pohltreicho-cesky-slovník>.

<http://ssjc.ujc.cas.cz/>

DANEŠ, František: Kultura mluvených projevů. Naše řeč, ročník 52, číslo 2-3. [online], Ústav pro jazyk český AV ČR, 1999. [cit. 12. 7. 2015]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=5437>

DAVIDOVÁ, Dana: Jazykový kód neoficiálních projevů na území českého Slezska. Naše řeč, ročník 80, číslo 3. [online]. Ústav pro jazyk český AV ČR, 1997. [cit. 8. 10. 2014]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7380>.

FIRBAS, Jan: A functional view of 'ordo naturalis' In: Sborník prací Filozofické fakulty Brněnské univerzity. Brno studies in english 13. [online]. 1979 [cit. 18. 11. 2014]. Dostupné z: [http://digilib.phil.muni.cz/bitstream/handle/11222.digilib/118085/1\\_BrnoStudiesEnglish\\_13-1979-1\\_5.pdf](http://digilib.phil.muni.cz/bitstream/handle/11222.digilib/118085/1_BrnoStudiesEnglish_13-1979-1_5.pdf). s. 29-59.

CHROMÝ, Jan: Postoje k jazyku, technika spojitých masek a čeština. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR. [online]. [cit. 12. 12. 2014]. Dostupné z: [http://www.lingvistika.cz/download/knihovna/Chromy\\_postoje.pdf](http://www.lingvistika.cz/download/knihovna/Chromy_postoje.pdf). s. 259-260.

KOCH, von Peter – OESTERREICHER, Wulf: Sprache der Nähe – Sprache der Distanz. [online]. 1985. [cit. 9. 8. 2015]. Dostupné z: [http://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/fileadmin/Redaktion/Institute/RomanischesSeminar/Romanistik\\_IV/frzmed\\_Ko\\_Oe\\_NaeheDistanz.pdf](http://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/fileadmin/Redaktion/Institute/RomanischesSeminar/Romanistik_IV/frzmed_Ko_Oe_NaeheDistanz.pdf). Více k tomu

KUČEROVÁ, Helena: Komunikace. Obecné zákonitosti vzniku, transformování a přenosu zpráv. [online]. Aktualizace 22. 2. 2010. [cit. 17. 11. 2014]. Dostupné z <http://info.sks.cz/users/ku/ZIZ/komunika>.

## **Seznam tabulek a grafů**

### **Tabulky**

Tabulka 1: 1 řada pořadu Ano, šéfe!, 2. díl

Tabulka 2: 1. řada pořadu Ano, šéfe!, 3. díl

Tabulka 3: 3. řada pořadu Ano šéfe!, 6. díl

Tabulka 4: 3. řada pořadu Ano šéfe!, 7. díl

Tabulka 5: Komunikáty obsahující expresivitu

Tabulka 6: Jednotlivé typy expresivity

### **Grafy**

Graf 1: Souhrnný poměr pozitivní a negativní nezdvořilosti

Graf 2: Poměr jednotlivých typů expresivity