

Univerzita Palackého v Olomouci
Filozofická fakulta
Katedra bohemistiky

Česká filologie
Magisterská diplomová práce

Porušování zdvořilostních strategií v reality show

Violations of politeness norms
in language in reality shows

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

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

V Olomouci 11. prosince 2014

Za nekonečnou trpělivost, pochopení, dobré rady a poskytnuté materiály bych ráda poděkovala vedoucí této práce, Mgr. Jindřišce Svobodové, Ph.D. Největší dík však patří mým milovaným prarodičům, Jiřince a Miroslavovi (6. 8. 1932 – 5. 5. 2014), díky jejichž láskyplné péči a podpoře jsem mohla realizovat svá studia.

Obsah

1. Úvod	5
2. Dialog a reality show	7
2.1 Žánry mluvené komunikace	7
2.2 Konverzacionalizace českých médií	9
2.3 Reality show	10
2.4 Reality show <i>Ano, šéfe!</i>	11
2.5 Specifické výrazové prostředky	14
3. Zdvořilost a řečová etiketa	18
3.1 Řečová etiketa	19
3.2 Kooperační princip	20
3.3 Zdvořilostní princip	21
3.4 Teorie zdvořilosti	22
3.5 Koncept tváře	23
3.6 Teorie identity	26
4. Nezdvořilost	28
5. Seznam transkripčních značek	32
6. Analýza projevů nezdvořilosti v pořadu <i>Ano, šéfe!</i>	33
6.1 Přímá nezdvořilost	33
6.2 Pozitivní nezdvořilost	37
6.2.1 Oslovení adresáta	41
6.3 Negativní nezdvořilost	43
6.4 Škádlení, ironie a sarkasmus	46
6.5 Odepřená zdvořilost	50
6.6 Porušování zdvořilostních maxim	51
6.6.1 Maxima taktu	51
6.6.2 Maxima velkorysosti	53
6.6.3 Maxima ocenění	54
6.6.4 Maxima skromnosti	55
6.6.5 Maxima shody	55
6.6.6 Maxima účasti	56
6.7 Rozbor projevů nezdvořilosti	57
7. Závěr	60
8. Seznam literatury	62

1. Úvod

V posledních letech se v programové skladbě televizních stanic, soukromých i veřejnoprávních, velmi často objevuje divácky úspěšný a oblíbený žánr reality show. Podstata reality show spočívá v komunikační aktivitě jejích účastníků, kteří však nejsou školenými mluvčími. V jejich projevech, jež inklinují spíše k nespisovné vrstvě jazyka, přichází do veřejného prostoru také témata každodenního života a televizní divák může sledovat často banální rozhovory o touze zhubnout, o zařizování domácnosti či její rekonstrukci, o vaření atp. Atraktivita pro cílového recipienta tedy spočívá nikoli v diskutovaném tématu, ale spíše ve formě komunikace a v užití specifických výrazových prostředků, neboť předmětem hovoru se obvykle stává vzájemné hodnocení účastníků pořadu spojené nezřídkem až vyhrcozenou kritikou. Často tedy dochází k situacím, jež vybočují z rámce harmonické a bezkonfliktní komunikace. Komunikační partneři se kritikou výrazně poškozují.

K žánru reality show v širším smyslu můžeme zařadit také pořad *Ano, šéfe!*, jehož 5. sérii se budeme věnovat v této práci. Výsledný charakter celého pořadu je významně ovlivněn zejména vysokou frekvencí nezdvořilých projevů moderátora Zdeňka Pohlreicha adresovaných jeho komunikačním partnerům. Nezdvořilost můžeme rozdělit do dvou kategorií – nezáměrnou a chtěnou.¹ Nezáměrná nezdvořilost vzniká omylem, např. zbrklostí mluvčího, neuvážeností, neplánovanou dvojsmyslností výroku nebo neuvědomělou potenciálně nezdvořilou interpretací. Pokud si mluvčí svůj prohřešek uvědomí, obvykle následuje kompenzace v podobě omluvy. Naopak nezdvořilost chtěná je produktem přímo zamýšlena jako nezdvořilá. K jejímu užití může dojít, pokud mluvčí z jakéhokoli důvodu rezignuje na zdvořilou komunikaci a jeho cílem je zaútočit na adresáta, urazit ho a dát tak najevo svůj vztah k němu. Třetí formou chtěné nezdvořilosti je nezdvořilost programová, ta nevyplývá z problematického vztahu komunikantů, je odrazem záměru mluvčího a priori být nezdvořilý, bez ohledu na to, kdo je adresátem.

Předkládaná práce si klade za cíl sledovat a analyzovat projevy nezdvořilosti Zdeňka Pohlreicha a vyhodnotit jeho komunikační strategie. Zaměříme se na to, zda je jeho nezdvořilost programová, zda se projevuje různou měrou při komunikaci se ženami a s muži, a také jakou roli hraje při užití nezdvořilosti sociální postavení komunikačních partnerů.

V první části práce vymezíme žánr reality show a specifikujeme mediální dialog. Zaměříme se také na způsob vyjadřování moderátora, obzvláště na vysokou frekvenci expresivních výrazů a vulgarismů, jež se v jeho projevu objevují.

¹ Hirschová, M.: Nezdvořilost jako pragmalingvistický fenomén. In: *Linguistica Brunensia* 58. Brno 2010, s. 275.

Druhá část práce se zaměří na oblast lingvistické zdvořilosti, nejprve budou shrnuty a popsány dosavadní přístupy k této problematice. Naše pozornost bude zaměřena zejména na nezdvořilost a porušování zdvořilosti. (Projevům zdvořilosti se cíleně věnovat nebudeme, na jejich základě ale vymezíme projevy nezdvořilosti.) Jednotlivé koncepce zdvořilosti nám poslouží jako teoretický podklad pro posuzování a třídění případů porušování zdvořilosti v analyzovaném pořadu, zároveň budou na jejich základě klasifikovány druhy porušování zdvořilostních strategií. Vzhledem k charakteru naší práce jsme se rozhodli užít kvalitativní metody výzkumu.

2. Dialog a reality show

Komunikace je sociální akt, jehož hlavním cílem je uspokojení potřeby sdílení emocí a přenosu informací. Má různě specifickou formu i obsah a podílí se na ní složka verbální a neverbální. Komunikování je podmíněno komunikační kompetencí účastníků, tedy znalostí (vyvíjejících se) pravidel a norem užívání všech složek daného jazyka. K samotné realizaci dochází na základě aplikace těchto znalostí. Komunikační události se odehrávají na pozadí komunikační situace. Ta řečové jednání přímo ovlivňuje a její součástí jsou například proměnné časové, emocionální, prostorové, sociální role a obecné charakteristiky účastníků (věk, nejvyšší dosažené vzdělání, sociální distance...), důležitost mísení verbálních a neverbálních kódů aj.

Dialog jakožto primární forma komunikace má konstitutivní vliv na charakter pořadu, který analyzujeme. Dialog slouží k bezprostřední výměně informací, adresát je v takovém případě aktivní a ze své role příjemce přechází střídavě do role mluvčího, informace proudí obousměrně mezi účastníky rozhovoru. Přímý, okamžitý kontakt komunikačních partnerů je významným znakem dialogu mluveného. Komunikanti jsou při něm přítomni současně na stejném místě, mohou odkazovat na jevy konkrétního prostředí, reagují na sebe spontánně, jejich komunikace je vázána na tutéž situaci.² Dále předkládáme rozlišení žánrů mluvených projevů.

2.1 Žánry mluvené komunikace

V mluvených projevech nalézáme obrovskou různost odvíjející se od rozdílnosti sociálních kontextů a komunikačních situací, v nichž jsou realizovány. I v této variabilitě lze však nalézat jisté podobnosti a struktury, které se tvoří v komunikačních situacích opakujících se v životech mluvčích. Konstituují se takzvané řečové žánry mající shodný komunikační cíl, téma či podmínky komunikace. Žánry se definují jako „intersubjektivně konstruované a relativně ustálené soubory konvencí a systémy praktik, jež mají mluvčí ve svém sociálním a komunikačním jednání k dispozici.“³ Jednotlivé řečové žánry je velmi těžké vymezit, protože se mezi sebou navzájem prostupují a kombinují. Pro jejich klasifikaci můžeme stanovit mnoho různých parametrů – komunikační situace, počet účastníků, jejich sociální postavení, vlastnosti či vzdělání, projednávané téma, komunikační záměr atp. Podobně lze klasifikovat i komunikační situace podle toho, při jaké činnosti se odehrává a kdo je jí účasten, například situace každodenní rodinné, setkání přátel, projednávání pracovních záležitostí,

² Čmejrková, S.: Televizní interview a jiné duely: Mediální dialog jako žánr veřejného projevu. In: *Slovo a slovesnost 60*. Praha 1999, s. 251.

³ Čmejrková, S.: Kontexty a situace mluveného projevu. In: *Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí*. Praha 2011, s. 61.

styk s úřady, mediální komunikace atd. Přikláníme se ke klasifikaci Müllerové podle kritéria soukromosti a veřejnosti.⁴

Komunikace v soukromých situacích neboli „na blízko“ je důvěrně známa každému mluvčímu, neboť je pro nás nejpřirozenější v každodenním lidském kontaktu. Probíhá v neveřejných podmínkách mezi osobami blízkými nebo alespoň známými. Mluví se může cítit bezpečně a uvolněně. Její základní formou je dialog, kdy se rychle střídají mluvčí. Nejvýraznější charakteristikou je spontánnost. Improvizace a nepřipravenost se odráží v tematické rovině i v užití jazykových prostředků. Obvykle se mluvčí přiklání k užití nespisovných prostředků, často se však mísí se spisovnými. Obsahová náplň se omezuje na témata intimní či profesní. Naplňuje typická konverzační schémata přátelských rozhovorů, klábosení, vtípků.⁵

Veřejné komunikační situace se realizují v otevřeném prostředí, nemají soukromý charakter a diskutovaná témata jsou předmětem zájmu širšího okruhu lidí. Jejich cílem je veřejnost informovat, ovlivnit, pobavit či přimět k určitému chování. Určeny jsou širšímu společenství, avšak nepočítá se s bezprostředními mluvčími projevy jeho členů. Pro veřejné projevy je charakteristická připravenost, alespoň do jisté míry, či regulovanost. Tematicky přesahuje problematiku osobního života komunikantů a zaměřuje se spíše na řešení politických, společenských či kulturních otázek. K veřejným projevům patří televizní a rozhlasové vysílání realizované přenosem signálu či internetová komunikace. Veřejná komunikace mívá podobu monologickou i dialogickou. V současnosti se dialogická forma stále více prosazuje a její prvky pronikají do monologických žánrů. „Snaha dialogizovat veřejné, zejména mediální projevy posiluje současnou obecnou tendenci ke stírání hranice mezi veřejnou a neveřejnou sférou komunikace.“⁶ Výrazným rysem veřejných projevů je jejich oficiálnost. Zde se uplatňuje především spisovný jazyk. Nespisovné tvary do komunikace pronikají s nárůstem emocionálnosti, pokud jde o diskuze a rozhovory. Pro veřejné projevy je charakteristický institucionální rámec (školní výuka, soudní líčení, mediální komunikace – talk show, interview, diskuze). Pokud bychom je rozlišovali z hlediska formálnosti/neformálnosti, je pro veřejné komunikáty základní formálnost. Dbá se na dodržování norem příslušných pro danou situaci, což neumožňuje mluvčím uvolněnost v řečovém chování. K pocitu neformálnosti, blízkosti a důvěrnosti komunikačních partnerů přispívá dialogičnost. V neformálních projevech se uplatní nespisovné a hovorové tvary, lexikum expresivní, slangové či vulgární, rozvolněná syntax i kontaktové a výplňkové výrazy. Na hranici mezi formálností a neformálností se pohybují některé mediální pořady.

⁴ Müllerová, O.: Kontexty a situace mluveného projevu. In: *Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí*. Praha 2011, s. 67n.

⁵ Čmejrková, S.: Mluvení a psaní – konstanty a proměnné mezilidské komunikace. In: *ibidem*, s.38.

⁶ Müllerová, O.: Kontexty a situace mluveného projevu. In: *ibidem*, s.70.

2.2 Konverzacionalizace českých médií

Podoba současného českého jazyka je velkou měrou ovlivňována mediální komunikací. Naše soukromé mluvní projevy zůstávají skryty v privátním prostoru, naopak mediální promluvy předkládané v médiích jsou přístupné všem jeho příjemcům k posouzení a sdílení. Jazyk médií nemůže být zcela odlišný od jazyka, který používáme v denním občanském životě. Přesto by měl být reprezentativním vzorem kultivované řeči a měl by příjemce pozitivně ovlivňovat v jejich soukromých řečových projevech.

Jedním z příznačných rysů vývoje médií v českém prostředí od 90. let až do současnosti je proces tzv. bulvarizace. Čmejrková⁷ uvádí teorii mediálních odborníků, která tvrdí, že „vliv médií na společnost závisí na její kulturní úrovni a soustavě hodnot, jimž se média snaží vyjít vstříc, a že tedy média vlastně jen uspokojují poptávku po tématech i způsobu jejich prezentace.“ Pořady ovlivňuje i po formální stránce. Konverzacionalizaci popisuje jako projev demokratizace diskurzu, ta vede ke sbližování komunikace ve spisovném jazyce s běžným, každodenním vyjadřováním. Mezi průvodní projevy demokratizace patří především neoficiálnost, neformálnost, uvolněnost, nenucenost, familiarizace, kolokvializace aj.⁸ Vlivem konverzacionalizace se stává velmi populárním mediálním žánrem dialog, dominuje v pořadech zpravodajských, publicistických i zábavných. V jeho rámci dochází ke značnému oslabování a opouštění oficiálnosti, formálnosti a autoritativnosti. Naopak se mnohem častěji objevuje spontánnost a neoficiálnost, snaha eliminovat znaky nadřazenosti a ukázat divákovi vlídnost a přívětivost.⁹

Čmejrková rozlišuje v mediální komunikaci dva dialogické okruhy – vnější a vnitřní.¹⁰ Vnější dialogický okruh představuje komunikaci s publikem, tato komunikace směřuje k masovému publiku, avšak snaží se působit dojmem, že každý divák je osloven zvlášť jako individualita. Pro naše potřeby je důležitý užší komunikační rámec vztahující se k dění mezi aktéry dialogu ve studiu. Divácká obec čím dál více oceňuje schopnost moderátora reagovat spontánně, živě a vesele. Čmejrková k tomu poznamenává, že pokud člověk mluví „přirozeně, srdečně, vlídně, důvěrně, familiárně, dává tím najevo svůj vřelý vztah k posluchačům a divákům, neodděluje se od nich clonou formálnosti, nepoučuje je a nechová se k nim s nadřazeností či odstupem.“¹¹ Nemluví s nimi řečí „na dálku“, ale řečí „na blízko“. K posílení pocitu přátelskosti mluvího patří prvky řeči „na blízko“, jako je užití kontaktních formulí a částic a nižší stylový rejstřík lexikální, morfologický i syntaktický.

⁷ Čmejrková, S.: Jazyk médií a jeho konverzacionalizace. In: *Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí*. Praha 2010, s. 280.

⁸ *Ibidem* s. 282.

⁹ *Ibidem* s. 283.

¹⁰ *Ibidem* s. 283n.

¹¹ *Ibidem* s. 285.

Prolínání formálních veřejných projevů a spontánnosti spojené se soukromými projevy dnes v médiích pozorujeme čím dál častěji. Jedním z rozšířených televizních žánrů je reality show, jejímž charakteristickým prvkem je zprostředkování komunikační aktivity odehrávající se v užším okruhu účastníků okruhu vnějšího.

2.3 Reality show

V žánru reality show, jehož obliba v posledních letech velmi vzrostla, se spojují tři tendence – dokumentovat, informovat a bavit. V jejích základech, vycházejících z potřeby upoutat diváka, najdeme vzrůstající infotainment – podávání informací zábavnou formou, který se projevil především ve zpravodajství. Jeho účelem je vyvolat v divákovi emoce a pobavit ho. Zpráva má příběh s napětím a překvapením, vstupují do něj osobními postoji i moderátoři ve studiu a s živými vstupy redaktorů v terénu, důležitá je možnost diváka ztotožnit se s emocemi moderátora.¹² Další tendence, která do reality show vstoupila, je spojení dokumentární a zábavní složky – docutainment.¹³ Do každodenního vysílání se reality show mohla prosadit díky zájmu diváků o dokumentaristiku a poptávku po reálných příbězích ze života.

V různých podobách najdeme reality show v mnoha světových zemích a kulturách. Podle Barbapostolové¹⁴ k rozšíření vedlo „stále dostatečně nezdůrazněné nasycení mediálních recipientů dosavadními mediálními produkty.“ Reality show divákovi umožňuje poodkrýt tajemství soukromého života celebrit, ale také běžných lidí, se kterými se lze ztotožnit.

Typickým znakem reality show je účinkování osob, které nejsou herci, představiteli veřejného či politického života ani profesionálními řečníky. Reality show se opírá především o jejich komunikační aktivitu. Komunikace probíhá v pro ně přirozeném prostředí a dotýká se intimních témat. Obvykle je doplněna obrazovým materiálem, který účastníky komunikace zachycuje při běžných každodenních či profesních činnostech. Pro reality show je typická kombinace snímání techniky viditelné i skryté. Běžné je, že natáčecí štáb snímá účastníky v průběhu „reality“ na místě dění. Bousfield¹⁵ k této skutečnosti poznamenává, že přítomnost dalších lidí při komunikačních akcích může vést k jejich zkreslení či deformaci. „Přítomnost štábu může vést k umírněnějšímu, nebo naopak mnohem extrémnějšímu komunikačnímu chování, než je v daném kontextu běžné za obvyklých okolností.“ Ke zkreslení také může dojít tlakem režie, jejímž cílem je předložit divákovi nejzábavnější momenty, jejichž vznik podporuje a částečně tak manipuluje realitou.

¹² Dostupné z <<http://web.archive.org/web/20070715082016/http://www.rozumetmediim.cz/slovnicek/slovnicek/infotainment.pdf>>. Citováno 10. 10. 2014

¹³ Barbapostolová, L.: *Komunikace v televizní reality show*. Nепublikovaná disertační práce, FF UP, Olomouc 2012, s.10.

¹⁴ Ibidem s. 10.

¹⁵ Bousfield, D.: *Impoliteness in Interaction*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Co./John Benjamins North America, 2008.

V reality show tedy divák na obrazovce sleduje rozhovory o banálních věcech, témata určená pro rozhovory v soukromém komunikačním okruhu – vaření, hubnutí, zařizování domácnosti – a často i jejich praktickou realizaci. Do rozhovoru obvykle vstupuje moderátor, zástupce instituce, avšak ani on často není profesionálním řečníkem. Většinou jím bývá odborník na danou problematiku nebo člověk s dlouholetou zkušeností v oboru, jako v případě námi zkoumaného pořadu *Ano, šéfe!* Pokud jsou nabízená témata banální a diváka nemohou obohatit ani vzdělat, je třeba nalézt jiný způsob, jak ho upoutat a udržet si jeho pozornost. Prostředkem tedy bývá forma a výběr specifických výrazových prostředků.

2.4 Reality show *Ano, šéfe!*

Gastronomicko-zábavní televizní pořad *Ano, šéfe!* vznikl v produkci komerční stanice TV Prima, zde byl také vysílán od 5. března 2009 do 26. listopadu 2012. Celkem bylo odvysíláno 5 řad po 12 dílech s 50minutovou stopáží. V současnosti se natáčí 6. řada. Relace byla vysílána ve večerním čase od 21:30 v pátky a dosahovala sledovanosti okolo 700 tisíc diváků, což je více 27% podíl všech diváků.¹⁶ Pořad je založen na předloze britské reality show *Ramsay's Kitchen Nightmares*, jejímž moderátorem je Gordon Ramsay, uznávaný britský kuchař a držitel několika michelinských hvězdiček.¹⁷ Tento pořad měl premiéru v roce 2004 a získal prestižní ocenění BAFTA a Emmy. Tento formát byl divácky velmi úspěšný a jeho mutace nalezneme například v USA, na Slovensku a u nás.

Hlavním protagonistou české verze je uznávaný odborník, profesionální kuchař a majitel prosperujících podniků, Zdeněk Pohlreich. Způsob jeho moderování se stal předmětem mnoha diskuzí, neboť se v jeho projevu kříží vzdělání a celoživotní zkušenost v oboru a květnatě jadrný, často velmi vulgární způsob projevu. Podle Formáčkové pořad „pozvedl o stupínek výš, když do něj vložil svou osobitost – vtip a nevšední pohled na svět.“¹⁸ Mezi české publikum se okamžitě rozšířily jeho „hlášky“, které se vžily do povědomí diváků a do jejich běžně užívaného jazyka (*Ty si myslíš, že mě tady venku vysadil dědeček automobil? – My se nenecháme honit, my jsme v práci, ne na útěku! – Váš kuchař má rád sůl. Asi bydlí ve Slaným. – To nejsou ovocný knedlíky, to jsou amarouny s borůvkama. Vezmi si gumu a vygumuj si to z hlavy! Takovýhle jídlo ne! – To není kuchyň, to je panoptikum devadesátých let!*).

¹⁶ První dva díly série byly odvysílány v pondělí. Poté došlo k přesunu na lukrativnější vysílací čas. <<http://www.mediar.cz/pondelni-show-o-vareni-ano-sefe-na-prime-se-drzi-recept-na-bohatstvi-barrandova-na-minimu/>> Citováno 8. 11. 2014.

¹⁷ Michelinská hvězda je hodnocení udělované francouzskou společností Michelin. Od jedné do tří hvězdiček mohou získat pouze velmi dobré restaurace. Ocenění se neomezují na určité státy, je uznáváno celosvětově. Jeho historie sahá až do roku 1888, proto je velmi lukrativní. Viz Průvodce Michelin dostupné z

<http://cs.wikipedia.org/wiki/Pr%C5%AFvodce_Michelin>. Citováno 8. 11. 2014.

¹⁸ Formáčková, M. (ed.): *Zdeněk Pohlreich v akci aneb Šéfkuchař, co snědl vtipnou kaši*. Praha 2011, s. 6.

V každé epizodě navštíví moderátor a natáčecí štáb restaurační zařízení, jež se potýká s existenčními problémy. Cílem pořadu je pomoci provozovateli, který se do pořadu sám přihlásil, nalézt chyby, jichž se dopouští. „Do roka od otevření zkrachuje devět hospod z deseti kvůli příliš nízkým cenám nebo nepochopení základních principů podnikání“¹⁹, říká Pohlreich, jehož cílem je nabídnout provozovateli možnost, jak nedostatky napravit. Pořad vyniká hlavně emočně vypjatými situacemi a výrazným happy endem, i když se to ve většině případů zdá jako nemožný úkol.

První natáčecí den přijíždí Pohlreich se štábem do produkcí vybraného podniku. Za doprovodu kameramana se krátce projde po městě. Při tom vede monolog určený divákovi, kdy krátce představí restauraci, do které jde. Při příchodu zhodnotí vnější vzhled provozovny a poté si vyžádá jídelní lístek. Obvykle se obsluhy zeptá: „Co je Vaše specialita podniku? Co mi doporučíte?“ Poté konzumuje (ve většině případů pouze ochutnává) připravené pokrmy a doplňuje je jejich nevybíravým a kritickým hodnocením (ZP: *a: fusilli kvatro jako co kvatro, vole ach je: žiš ,teda já kdybych byl náhodou alergickejš na sejra tak mám smůlu vole protože. proč vůbec restaurace v čechách do prdele dělaj pastu ty vole, když to vůbec neuměj ty lidi*). Tato úvodní monologická část trvá 7–10 minut a je oddělena znělkou. Následuje Pohlreichova diskuze s majitelem podniku o servírovaném jídle a zásadních problémech, které v provozu má. Následně si v doprovodu majitele či provozního jde prohlédnout přípravnu pokrmů a seznámit se s personálem. Tato prohlídka se podobá spíše hloubkové kontrole a Pohlreich během ní kritizuje stav zařízení a především jeho čistotu. V průběhu následujících dnů se obvykle v pořadu vyskytuje typický prvek „zatěžkávací zkouška“, kdy Pohlreich pozve místní obyvatele do podniku, zcela naplní jeho kapacitu, a tím personálu připraví stresovou situaci. Poté v doprovodu kamery obchází hosty a ptá se jich na spokojenost s obsluhou, pokrmem a dobou čekání. Velmi často nutí majitele restauračního zařízení ke změnám v interiéru a redukci jídelního lístku. Zásadní část každého dílu tvoří den, který Pohlreich stráví s personálem v kuchyni, aby jim předvedl, jak se podle jeho názoru správně vaří. Tento sestřih je sestaven tak, aby se i televizní divák dozvěděl kuchařské finty a mohl je uplatnit. Poslední natáčecí den pouze zkontroluje, zda kuchaři uvedli do praxe, co se je snažil naučit. Zhruba po měsíci od prvního natáčení přijíždí neohlášen na krátkou kontrolní návštěvu, kdy dojde ke zhodnocení posunu v provozu podniku. V dramatickém závěru pořadu má Pohlreich právo udělit restauraci ocenění v podobě samolepky s jednou až třemi hvězdičkami, která je nalepena na vchodové dveře podniku. Tento prvek je do českého pořadu přidán po vzoru Michelinu. V zahraniční předloze se kontrolně hodnotící návrat do provozovny neobjevuje.

¹⁹ Pohlreich, Z.: *Prostřeno bez servítků*. Praha 2010 s. 95.

Námi zkoumaný pořad *Ano, šéfe!* Barbapostoloso²⁰ řadí mezi reality show přechodného typu, neboť v něm nelze nalézt některá určující kritéria pro reality show v užším smyslu. Například není možné aktuální situaci sledovat na internetu či uskutečnit přímý přenos. Jednotlivé díly jsou předtočeny a sestříhány režii. Umožní sice divákovi náhled do soukromí účastníka, avšak z několika dní natáčení uvidí pouze sestřih v řádu desítek minut. V našem případě natáčení probíhá čtyři dny a výsledná stopáž je 50 minut. Všechny díly spojuje pouze hlavní postava – jednotliví protagonisté se neobjevují v ostatních dílech.²¹ Také zde schází motivace vysokou peněžní výhrou. Jediný bonus, který si účastníci *Ano, šéfe!* mohou odnést, jsou nabyté zkušenosti a vědomosti, v lepším případě hvězdička ocenění udělená moderátorem, jež může být pojmána jako určitý druh reklamy. Podobně by mohla být vnímána i samotná účast, ovšem vzhledem k charakteru pořadu, který se zaměřuje na kritiku a vypichování chyb, může být efekt právě opačný.

Název pořadu *Ano, šéfe!* sám o sobě navozuje atmosféru řádu, disciplíny a poslušnosti. A priori jsou vyloučeny námitky a odmítání. Úvodní znělka pořadu tuto atmosféru dokresluje vyobrazením ideálu perfektně fungující kuchyně, kde všichni spolupracují pod Pohlreichovým vedením, vše jde téměř samo. Disciplínu a poslušnost Pohlreich očekává od svých vlastních zaměstnanců a přenáší si tento požadavek i na provozní a zaměstnance podniků, ve kterých natáčí. Pohlreich situaci komentuje takto: „Svých zaměstnanců se nebojím a nenechám si od nich nic líbit. Tak nemám problém si to s každým vyříkat. Nejsem sice zvědavý na jejich názory, ale chci, aby oni znali ty mé. Žádná parlamentní demokracie, nejlepší je osvícená diktatura.“²² „Disciplína je strašně důležitá, ale každý to snáší jinak. Já se jí podřizuji těžko. Mám rád, když ji můžu aplikovat směrem dolů, ale nemám rád, když ji někdo uplatňuje na mě.“²³ Komunikační situace jsou tedy charakteristické sociální asymetrií, v níž hlavní slovo má Pohlreich, coby odborník a kompromisy či opačný názor nepřipouští. Často tak dochází ke konfliktním situacím.

2.4.2

Popularita Pohlreichovy osoby i pořadu *Ano, šéfe!* je podpořena vydáním kuchařky *Prostřeno bez servítků* (Praha 2010), která se vztahuje k odvysílaným dílům. Součástí kuchařky jsou také Pohlreichovy poznámky k natáčení ve vybraných provozovnách, jež pro něj byly obzvlášť nezapomenutelné v pozitiv-

²⁰ Barbapostoloso²⁰, L.: *Komunikace v televizní reality show*. Nепublikovaná disertační práce, FF UP, Olomouc 2012. s. 15.

²¹ Pouze v několika výjimečných případech se objevují protagonisté z předchozích dílů znovu. Figurují jako hosté pozvaní do podniku, kde se Pohlreich momentálně pohybuje. Předmětem hovorů je ohlédnutí zpět k natáčení v jejich provozovnách a bilancování změn, které v jejich podnikání od té doby nastaly či nenastaly. V jednom případě se pořad opakovaně zaměřuje na setkání s kuchařem, který na Pohlreichovu výzvu podstoupil protialkoholické léčení. Nejprve jej navštíví v léčebně a později jej zve jako hosta, tímto setkáním se jeho polnutý příběh uzavírá.

²² Pohlreich, Z.: *Prostřeno bez servítků*. Praha 2010, s. 234.

²³ *Ibidem*, s. 71.

ním i negativním smyslu. Do již navštívených provozoven se vrací i v další sérii pořadu nazvané Už dost, šéfe!, kterou televize Prima odvysílala v roce 2013. Pohlreich dává druhou šanci na udělení hvězdičky restauračním zařízením, která ji v prvním kole pořadu nezískala, a tak se snaží je rehabilitovat. Sledovanost tohoto pořadu se zakládá na divácké empatii, neboť diváka zajímá, jak známí protagonisté dopadli a jak pokračuje jejich příběh.

Oblíbenost gastronomických reality show u českých diváků je nesporná. To dokládá jejich široká škála především na komerčních televizních stanicích. Divácky velmi oblíbený pořad *Prostřeno*, kdy pětice tzv. obyčejných lidí ze střední vrstvy (nebo mutace s celebritami VIP *Prostřeno*) každý večer v průběhu jednoho týdne navštíví domácnost jednoho z nich na jím uvařenou večeři, je ve vysílacím plánu televize Prima již od roku 2010. Vaření a pečení se známými osobnostmi (Dita P., Jiří Babica, Zdeněk Pohlreich) se na obrazovkách objevuje pravidelně již několik let. v roce 2010 se TV Prima pokusila využít Pohlreichovu popularitu a natočit reality show v užším smyslu, kdy se do jedné budovy nechalo zavřít 12 soutěžících s porotou a plnili kulinářské výzvy s vidinou vysoké finanční výhry (*Na nože!*, 2010). Na veřejnoprávní televizi proběhla doposud jediná sociálně kulinářská reality show *Hospoda U Druhé šance*, která nabízela skupině lidí možnost rekvalifikace a získání stálého zaměstnání v nově otevřené restauraci. v kontextu ostatních pořadů je formát *Ano, šéfe!* zcela ojedinělý.

2.5 Specifické výrazové prostředky

Vzhledem k vysoké frekvenci užívání vulgarismů a expresivních slov v Pohlreichově projevu věnujeme následující podkapitulu rozboru expresivity v češtině a dalším specifickým jeho komunikace.

2.5.1

Expresivita je pojímána jako pragmatická složka významu daného výrazového prostředku, která vyjadřuje citový, hodnotící a volní vztah mluvčího k dané skutečnosti. Užší avšak podobný význam jako expresivita má také emoční, která se však obvykle vztahuje jen k vyjádření pozitivních či negativních emocí. Prostředky k vyjádření expresivity nalézáme ve všech jazykových rovinách (např. hláskosloví – hňup, čvaňhat; tvarosloví – arcilotr, vrahoun). V rámci lexikálních expresiv můžeme vyčlenit tyto typy²⁴:

- vulgarismy – bordel, kurevsky, nasrat;
- depreciativa – slova hanlivá a znevažující (cuchta, pupkatý, nechutný);
- pejorativa – zdechnout, žrát;
- augmentativa – psisko, ušiska;

²⁴ Křístek, M.: Expresivita. In: *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha 2002, s. 132.

- eufemismy – slova zjemňující (skonat místo umřít);
- dětská slova – papat, bumbat;
- hypokoristika – Zdenička, Petříček;
- deminutiva – pejsánek, ručička.

Zima²⁵ rozlišuje tři druhy slovní expresivity. Nejzřetelněji působí expresivita inherentní. Lze ji identifikovat i bez znalosti kontextu. Expresivnost je neoddělitelnou součástí významu slova a často je v přímé souvislosti s jeho hláskovou podobou (např. cmrndat, tlustoch, pikantnůstka, hulit). Druhým typem je expresivita adherentní. Ke slovu, které je ve svém významu neutrální a vyjadřuje věcné pojmy jako odraz skutečnosti, je přidána prostřednictvím kontextu, do kterého je slovo vsazeno. Postupně se větví význam daného slova, které si ponechává svůj původní věcný význam a vedle něj stojí další význam expresivní (např. robota, oťukávat něco). Oba výše uvedené typy jsou ze synchronního hlediska stálé. Třetím typem je expresivita kontextová, která vzniká na rovině stylistické. Výrazový prostředek vybočující ze stylové vrstvy se stává expresivním, může být považován za jeden ze způsobů aktualizace vyjádření. Kontextová expresivita se nedotýká změny významu slova – je pouze jevem stylistickým.

2.5.2 Vyjadřování moderátora

Pohlreichovo vyjadřování lze charakterizovat jako jednoznačně jazykově neformální, jeho promluvy jsou spontánní a nepřipravené, což se promítá do všech jazykových plánů. K uvolněnosti přispívá i převážně dialogický a neformální charakter pořadu. Místy je jeho výslovnost nedbalá, slova je nutno domýšlet a příslušný tvar rekonstruovat na základě kontextu. Volí obecnou češtinu se všemi jejími prvky. Velmi často se objevuje protetické v-: *ve okolí; co si myslej vo tvym podniku; tak tam dáme voko; já bych vod vás potřeboval; můžu udělat vomáčku; děláte vopejkaný brambory; vochutnat to nechcete; vona to není žádná prdel*. Nejfrekventovaněji se objevuje substandardní zakončení adjektiv: *jaký problémy může mít; kus nedopečený vepřový krkovičky; vysvětlete mi to jako tříletému dítěti vo tý rybě; jednoduchý klasický hospodský jídlo*. Dále dochází k nahrazení -ý- za -ej-: *potřebuju rajčatovej protlak; sem celkem zvědavej; ta pánev musí bejt teplá; pár suchejch hub*. Výrazným rysem Pohlreichova projevu je nedůsledná výslovnost: *ste říkal, nepochopim, čoveče, voe, tyvoe, menuje se to, nevím, myslim, projev někýho úsilí, pozdravuj svoji pani*. Nedílnou součástí jeho projevu jsou také slangismy z kuchařského prostředí a světové kuchyně: *[šato: kvizi:n], [fusili kvatro], italský [ňoky]*. Nepřipravenost mluveného projevu se nejvíce projevuje na rovině syntaktické. Mluví často reformuluje svou výpověď, opakuje, doplňuje a opravuje ji: *Já vám jenom chci říct k tomu, co ste tady udělali nebo co se tady odehrálo. Já mam vo dvě věci tady mam velikou starost v tomhle lokálu. A*

²⁵ Zima, J.: *Expresivita slova v současné češtině. Studie lexikologická a stylistická*. Praha 1961, s. 10n.

tady v hlavě máš co, vole? Tam máš porci míchaných vajec nebo co, vole. Co tam máš, že čím čím přemejšlíš teda? Pokavaď, pokavaď, pokavaď se vám ta informace není k ničemu, nechte bejt. Slovosled je často neuspořádaný: To je kolikátá objednávka dneska obědová? Substantiva jsou provázána ukazovacími zájmeny: Když se tam dá to mlíko, tak se tam první musí zamíchat ta mouka, protože když je tam to vajíčko dřív než ta mouka, tak se tam udělají žmolky. To společný podnikání prostě je strašně těžká věc a ty vztahy to rozbíjí neskutečným způsobem. Vysokou frekvenci výskytu mají také slova výplňková a kontaktní částice: *no, co, hele, že, hm, ee*. Volbou výše jmenovaných výrazových prostředků vytváří mluvčí dojem blízkosti, familiárnosti, důvěrnosti. Je projevem demokratizace.

Nejnápadnějším rysem ve vyjadřování Zdeňka Pohlreicha je užívání vulgarismů. Vyskytují se ve velmi časté frekvenci. Vulgarismy jsou obecně považovány za prvek komunikace soukromé, neveřejné. Jsou nositeli expresivního odstínu obhroublosti. Jejich užívání je v rozporu s řečovou etiketou a řadí jejich uživatele mezi mluvčí s nižší společenskou kulturou, obvykle vzbuzuje negativní postoj vůči mluvčímu, který jich užívá.²⁶ Jejich užití odreagovává stres, vyjadřuje agresi a může přinést ulehčení, ale bývá i ventilem zloby a nenávisti často bez vnější příčiny. Návyk častého užívání vulgarismů u mluvčích vede ke sníženému vnímání jejich expresivity a k jejich automatickému vřazování do promluv na místo výrazových prostředků nevulgárních. Vysokou frekvencí užívání pak mohou některé vulgarismy poklesnout na úroveň slov parazitických, jak dokazuje i níže uvedená ukázka z Pohlreichova projevu: „*a:ha: (.) a: fusilli kvatro. jako co kvatro vole, ach je:žiš. teda já kdybych byl náhodou alergickéj na sejra tak mám sůlu vole protože. proč vůbec restaurace v čechách do prdele dělaj pastu ty vole když to vůbec neuměj ty lidi (.) šato kvizín ty vole ua ((tváří se zhnušeně)) co to ty vole je? co to kurva je? ňákej stejk nějakýho pána nevím vole co to je ale (..) aha tak stejk chelčického pána nebo jakej to je je nedopečená krkovička vole s vopečenym buřtem vole (.) no: pěkné (.) vole eště že skončila prohibice už (třeba) () aspoň kořalku voe, to je strašný vole (.) nudličky ty vole, ty vole já se zblázním na tenoučko nakrájenej neznámej původ nějaký hovězí z někoho rozzuřenýho bejka nebo to je z někoho jíýho všude vobloha vole. všude talíř studenej vole jako prdel co to je za jídlo ty vole (.) bramboráček vole minutkový guláš vole. tam je hrdě napsáno že to je domácí bramborák. kdyby ho koupili to je snad lepší vole. tady jako se vaří na úrovni vole roku asi devatenáct sedmdesát čtyři vole. to sou drážďany říznutý (karl marx štatem) ty vole.“ Vysokou frekvencí užití je expresivnost výrazu „vole“ oslabena. Důvodem užití v tomto případě je umožnit průchod návalu negativních emocí, jimiž je mluvčí zaplaven. Možné je i užití vulgarismů pro to, aby byl adresát šokován.²⁷*

²⁶ Jelínek, M.: Vulgarismus. In: *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha 2002, s. 533.

²⁷ Uličný, O.: Lingvistické a psychosociální aspekty užívání agresivních verbálních prostředků, zvl. vulgarismů, v současné veřejné české komunikaci. In: *Eurolingua & Eurolitteraria 2009*, Liberec 2009, s. 44.

V pořadu jsme zaznamenali například tyto expresivně zbarvené výrazy: *padlí na hlavu, držka, ženská, majstrštyk, jak to mrskáte, sranda, kšeft, idiot*; atributy: *příblblej, primitivní, blbej, nechutnej*; a oslovení: *asociální bestie, holečku, blbě*. Další kategorii tvoří hrubé vulgarismy především z oblasti pornolálií a koprolálií, tedy oblasti sexu a vyměšování. Zaznamenali jsme například substantiva: *do prdele, z hovna, kurva, vyližprdel, píčoviny, bordel, průser*; slovesa: *vyseru se, nasereš* a adverbium *kurevsky*.

Způsob Pohlreichova vyjadřování budil od začátku vysílání pořadu otázku, zda jeho projev je programový a patří k image vysílané reality show. Otázku, na kolik je jeho postava přísného dozorce produktem režie, sám zodpověděl takto: „Divácké vlny falešné morálky mě nikdy nebraly, protože jsem nic nepředstíral. Vlítl jsem do toho z první vody načisto. První díl jsme točili v litoměřické restauraci Hrádek, kde vznikl tón celé první série. Nikdo ode mě nic nechtěl, vznikalo to úplně přirozeně, nic nebylo stylizované. Bavilo mě to. [...] Mluvím v pořadu tak, jak mluvím normálně. Takhle lidi mezi sebou přece mluví často. To, že mluvím sprostě, není to podstatné, jde o příběh z restauračního byznysu. Každý se v televizi dívá na něco jiného a já se nebudu přizpůsobovat, aby se to líbilo i těm, kterým se to nelíbí. Restaurální byznys je velmi tvrdý, pro lidi, kteří v něm dělají, nelítostný, takže ta mluva k tomu patří. Není to pro každého. Já to divákům dávám tak, jak je to doopravdy. [...] Navíc je důležité dodat: vulgarismy končí u lítacích dveří do kuchyně. A ještě: když budou můj způsob vyjadřování a mé názory někomu vadit, tak je mi to vlastně jedno – já totiž nekandiduju ve volbách.“²⁸

²⁸ Pohlreich, Z.: *Už dost, šéfe! Co jste v televizi neviděli, neslyšeli a neochutnali*. Praha 2012, s. 38.; Viz také Pohlreich, Z.: *Prostřeno bez servítků*. Praha 2010, s. 170. Pohlreichovo vyjádření potvrzují i výroky jeho dlouholetých přátel a mediálně známých osobností – Pavla Maurera a Romana Vaňka: „Ti z nás, kteří Zdeňka znali již dávno před tím, než se stal mediálně slavným, vědí, že se vůbec nechová jinak. Je stále stejný. Na nic si nehraje. Ani v kuchyni, ani v životě. Neodpouští jiným ani sobě amatérismus. ... Odpusťte mu tedy, že je někdy malinko drsnější, když se snaží pomoci ostatním. Je to trochu tím, že televizní role si to žádá a ve své krvelačnosti bohužel klade na protagonisty čím dál větší nároky, ale je to i tím, že Zdeněk takový ve skutečnosti vždy byl. Říkal věci natvrdo a přímo, bez servítků. Nehraje před kamerou žádné velké divadlo, ale prostě přirozeně sám sebe. Můžeme s ním nesouhlasit, omlouvat ho či hanět, ale nikdy mu nemůžeme upřít respekt, oborovou profesionalitu a schopnost posunovat naši gastronomii kupředu.“

3. Zdvořilost a řečová etiketa

Zdvořilost a komunikace jsou spolu neodmyslitelně spjaty. S projevy zdvořilosti má osobní zkušenost každý mluvčí, neboť jsou klíčem k úspěšnému průběhu konkrétní komunikační události. Většinou dokážeme intuitivně rozlišit, která formulace je v daném kontextu zdvořilejší a měla by být užitá, abychom dosáhli svého sdělovacího záměru. Řídíme se však podle osobního pocitu a jednotlivé prvky, které zdvořilost tvoří, obvykle nejsme schopni izolovat a pojmenovat.²⁹ S projevy jazykové zdvořilosti se setkáváme ve všech společenstvích bez ohledu na jejich socioekonomickou komplexnost či dílčí izolaci. Řečové modely vyjádření zdvořilosti se mohou u jednotlivých sociálních skupin, stejně jako u jednotlivců téže kultury lišit. Také míra projevoování zdvořilosti je individuální.³⁰

Potřeba norem společenského chování a pravidel společného soužití lidí je patrná na historickém vývoji civilizací. Stanovení hranic, které jsou přijatelné a očekávané jednotlivci, je podmínkou pro úspěšné fungování jakékoli společnosti. Slovník spisovné češtiny definuje zdvořilost jako „způsob chování a jednání uznávaný v určité společnosti jako slušný, ohleduplný, uctivý“.³¹ Rozdíl mezi slušností a zdvořilostí popsal zakladatel novodobé české etikety Jiří Guth-Jarkovský takto: „Slušnost je člověku blahovolné a dobrotivé smýšlení člověka vždy hotového k jistým obětem a jistému sebezapření, jehož vyžaduje život společenský vůči spolubližním.“³² Zdvořilost je tedy v obecném smyslu uvědoměným vnějším výrazem slušnosti. Člověk úmyslně omezuje svou sebestřednost a individualismus, aby se dobrovolně podřídil pravidlům společenského života v chování řečovém i neřečovém. Normy chování nejsou pevně dané a neměnné, odrážejí vývoj společenského dění. Tyto normy vycházejí ze společné znalosti a zkušenosti lidí, jakým způsobem užívat jazykové prostředky a řečové modely. Závaznost normy nabývají, pokud se je uživatelé naučí shodně interpretovat. Soubor norem a tradic společenského chování obnáší etiketa. Zdvořilosti se tedy musíme učit, na rozdíl od slušnosti, jež může být člověku vrozená.³³

Obecně tedy zdvořilost můžeme vymezit jako sociálně podmíněný jev chování, který mluvčího ovlivňuje v tom, jaké volí řečové strategie a jak vybírá jazykové prostředky, aby komunikace byla co nejefektivnější pro realizování jeho cílů, přiměřená konkrétní situaci a jeho vztahu k adresátovi. V komunikaci se nevyhneme snaze ovlivňovat své okolí. Znalost zdvořilých způsobů a jejich využívání zaručuje komunikační úspěšnost. Hirschová definuje zdvořilost

²⁹ Berger, T.: Specifický poměr zdvořilosti a oslovování v češtině. In: *Čeština - univerzálie a specifika 4*. Praha 2002, s. 189.

³⁰ Švehlová, M.: Zdvořilost a řečová etiketa. In: *Filologické studie XIX*. Praha 1994, s. 39.

³¹ Havránek, B. a kol.: Zdvořilost. In: *Slovník spisovného jazyka českého*. Dostupné z <<http://sjc.ujc.cas.cz/search.php?heslo=zdvo%C5%99ilost&sti=117514&where=hesla&hsubstr=no>>. Citováno 18. 10. 2014.

³² Guth-Jarkovský, J.: *Společenský katechismus*. Praha 2009, s. 45.

³³ Špaček, L.: *Nová velká kniha etikety*. Praha 2010, s. 11.

v pragmalingvistickém smyslu jako „soubor řečových strategií, způsobů užívání jazyka, které jako svůj hlavní cíl mají nejen bezproblémovou komunikaci, ale zejména seberealizaci a sebeobranu komunikujícího individua v interakci s jinými komunikanty.“³⁴ Přímým opakem zdvořilosti je nezdvořilost, tedy jednání, jež je bezohledné a nerespektuje zájmy a potřeby ostatních.

Pozornost jazykového bádání se ke zdvořilosti obrátila teprve nedávno (60. léta 20. století). Obecněji se jí do té doby věnovalo pouze řečnictví. Lingvistika se zajímala především o jazykový systém a jeho strukturu, o systémové roviny a jednotky (podle F. de Saussura *langue*).³⁵ Podle Bergera³⁶ toto zpoždění souvisí s tím, že se jedná o výzkum otázek spojených s pragmatikou – tedy užíváním jazyka v konkrétních situacích a o vztah mezi jazykem a jeho uživateli v určité situaci (tedy *parole*). K obratu došlo díky sociální antropologii a sociolingvistice a jejich zájmu o kategorie osoby při vymezování sociálních rolí. Důležitou roli v tomto obratu sehrála teorie mluvních aktů J. L. Austina a J. R. Searla. Při zkoumání zdvořilosti jsou ústředním bodem různé aspekty „nepřímosti“, jinak řečeno rozdíly mezi tím, co je přímo vyjádřeno významem výpovědi a jejím intendovaným smyslem. Nepřímé vyjádření je následkem snahy najít harmonii mezi vlastním komunikačním cílem a snahou dosáhnout ho s ohledem na tušené zájmy adresáta.³⁷

3.1 Řečová etiketa

V české lingvistice se výzkum zdvořilosti objevuje pod pojmem řečová etiketa od 80. let 20. století. Věnovala se jí především Milena Švehlová. Řečová etiketa je podle Švehlové³⁸ „komplikovaný systém řečových modelů, vzorců, jež v rámci verbální interakce můžeme považovat za sice stále otevřený, leč v podstatě dějinami zkonstruovaný a ověřený, tudíž značně formálně uzavřený vyjadřovací mikrosystém fungující v interakci specifickým způsobem“. Funkcí řečové etikety je skrýt své skutečné pocity před ostatními, týká se to jak těch negativních, tak i přehnaně pozitivních; nezpůsobit nevíтанá překvapení a vyhnout se čemukoli, co by naznačovalo rozrušení nebo ztrátu sebekontroly. V některých kulturách úzce souvisí s náboženskými hodnotami a pojetím osobnosti (konfucianství, jazyková etiketa na Jávě).³⁹

Zdvořilostní formule a stereotypně užívané obraty řečové etikety jsou specifické pro oblasti oslovení, pozdravů, poděkování, výzev, pozvání, vyjádření souhlasu/nesouhlasu či výtek a pro loučení. Řečová etiketa nejen popisuje, ale

³⁴ Hirschová, M.: Nezdvořilost jako pragmalingvistický fenomén. In: *Lingistica Brunensia* 58. Brno 2010, s. 273.

³⁵ Müllerová, O.; Hoffmannová, J.: *Kapitoly o dialogu*. Praha 1994, s. 8.

³⁶ Berger, T.: Specifický poměr zdvořilosti a oslovování v češtině. In: *Čeština – univerzália a specifika* 4. Praha 2002, s. 189.

³⁷ Hirschová, M.: Nezdvořilost jako pragmalingvistický fenomén. In: *ibidem*, s. 273.

³⁸ Švehlová, M.: Zdvořilost a řečová etiketa. In: *Filologické studie XIX*. Praha 1994, s. 48.

³⁹ Pokorný, J.: *Lingvistická antropologie. Jazyk, mysl a kultura*. Praha 2010, s. 302.

do značné míry také stanovuje, které lexikální prostředky a formy vyjádření se ve výše uvedených komunikačních situacích považují za zdvořilé. Pro specifické oblasti nalezneme příručky, např. obchodní korespondence s pevně stanovenými formulacemi a strukturou dopisu pro jednotlivé úkony (objednávky, reklamace, urgence), lexikony společenského chování předepisující vhodné či vyžadované pozdravy a oslovení v různých situacích.⁴⁰ Užití různých druhů formulí se odvíjí od sociálních rolí a pozic komunikantů (jinak pozdravíme rodinného příslušníka a jinak policistu), reflektují jejich věk, pohlaví, příslušnost k různým skupinám, vzájemnou sympatii, blízkost názorů či hodnot a mnoho dalších pragmatických faktorů.

Specifickým rysem formulí řečové etikety, které se obvykle skládají z několika slov, je jejich interpretování jako celku. Význam tohoto celku je odlišný od sémantiky jednotlivých výrazů. Rozdíl vyplyne například srovnáním formule „Šťastnou cestu!“ a věty „Silničáři se usmívali při budování nové cesty.“ Užívání formulí řečové etikety si mluvčí musí osvojit. Tyto formule nevytváří v konkrétní situaci podle řečových šablon, do komunikace vstupují jako hotové, předpřipravené jednotky.⁴¹

3.2 Kooperální princip

Prvním předpokladem pro úspěšnost komunikace je fakt, že mluvčí i adresát spolu kooperují. Sloveso kooperovat vychází z latinského slova *operari*, jehož význam je pracovat, zaměstnávat se něčím, co stojí za námahu. Vztahuje se ke zcela konkrétnímu cíli, nikoli k neurčité činnosti. Předpona *ko-* stanovuje, že se nejedná o aktivitu individuální, ale minimálně dvou osob, tedy spolupráci. Výsledkem kooperace není dosažení cíle pouze jednoho účastníka, ale vyhovění cílů obou. v podstatě mají jeden společný cíl, kterým je domluvit se.⁴² Bez splnění předpokladu kooperace není možné realizovat smysluplné a racionální sdělení. Americký filozof H. Paul Grice tento fakt povýšil na obecný princip komunikace – kooperální princip. Autor jej vystihuje takto: „Make your conversational contribution such as is required, at the stage at which it occurs, by the accepted purpose or direction of the talk exchange in which you are engaged.“⁴³ Pravidla, jimiž se řídíme, pokud máme zájem na bezkonfliktní a plynulé komunikaci, formuloval do čtyř základních maxim:⁴⁴

- Maxima kvantity – Řekni toho tolik, kolik je pro daný účel komunikace potřeba. Neříkej více, než je nutné.

⁴⁰ U nás v současnosti především Ladislav Špaček.

⁴¹ Švehlová, M.: Zdvorilost a řečová etiketa. In: *Filologické studie XIX*. Praha 1994, s. 49.

⁴² Křivohlavý, J.: *Já a ty. O zdravých vztazích mezi lidmi*. Praha 1986, s. 184.

⁴³ Grice, H. P.: *Logic and Conversation*. In: *Syntax and Semantics, Vol. 3, Speech Acts*. New York 1975, s. 45. „Váš příspěvek do konverzace, ve stadiu ve kterém se zrovna nachází, by měl odpovídat přijatému směru nebo účelu slovní výměny, které se účastníte.“

⁴⁴ Zítková, D.: *Komunikační přístup ke zdvořilosti a jeho aplikace na reklamní texty*. Liberec 2008, s. 10.

- Maxima kvality – Vynasnaž se, aby tvůj příspěvek byl pravdivý: Neříkej nic, o pravdivosti čeho nejsi přesvědčen. Netvrď to, pro co nemáš odpovídající důkazy.
- Maxima relevance – Mluv k věci, aby byla udržena plynulost konverzace. Nevracej se již k probraným tématům, neopakuj, co již bylo řečeno.
- Maxima způsobu – Buď srozumitelný: Vyhni se nejasnosti výrazu, dvojznačnosti, nebuď rozvláčný, ani vágní. Buď stručný, jasný a vyjadřuj se uspořádaně.

Konverzační maximy nemají preskriptivní charakter a jejich porušení nemá za následek nesprávnou výpověď (na rozdíl od porušení gramatických pravidel). Jejich užití oceníme především v seriózních konverzacích zaměřených na výměnu informací. Porušování maxim je velmi časté v rozhovorech, jejichž cílem je pobavit (při vyprávění anekdot nemluví pravdu). Jazyková komika se obvykle zakládá na dvojznačném vyjádření. Stručnost a úspornost není ani cílem veškerých společenských konverzací.⁴⁵ Důvodem pro porušení maxim může být také snaha zachovat zdvořilost. Porušení maxim vede ke vzniku komunikační implikatury – vyvození a doplnění složek vyjádření, které nejsou explicitně řečeny, avšak mluvčí je implikuje.⁴⁶

3.3 Zdvořilostní princip

Na kooperační princip H. P. Grice navazuje Geoffrey Leech a doplňuje jej o princip zdvořilostní. Skrze něj se snaží vysvětlit, proč mluvčí tak často komunikují nepřímě a nutí adresáty zapojovat implikatury. Zdvořilostní princip je podle Leecheho v některých situacích důležitější než princip spolupráce, především tehdy, potřebujeme-li vyjádřit pro adresáta záporně hodnocené nebo nepříznivé skutečnosti. Bez vzájemného projevu zdvořilosti by komunikace selhala a kooperační princip by se vůbec nemohl uplatnit. Leechem formulované maximy mají formu korespondujících dvojic založených na opozici produktora a adresáta. Jejich postavení je asymetrické, v konverzaci vždy výše postaveným je adresát. První, silnější člen maximy vždy vyjadřuje to, co se nedělá a čemu je lépe se vyhnout (negativní zdvořilost).⁴⁷

Obecně je zdvořilostní princip formulován jako snaha o minimalizaci vyjádření nezdvořilých přesvědčení a maximalizaci vyjádření přesvědčení zdvořilých. Opírají se o něj tyto maximy:

- Maxima taktu – minimalizuj náklady (neprospěch) druhého a maximalizuj jeho prospěch.

⁴⁵ Müllerová, O.; Hoffmannová, J.: *Kapitoly o dialogu*. Praha 1994, s. 38.

⁴⁶ Hirschová, M.: *Pragmatika v češtině*. Olomouc 2006, s. 140.

⁴⁷ *Ibidem* 157.

- Maxima velkorysosti – minimalizuj svůj prospěch a maximalizuj své náklady (nepospěch).
- Maxima souhlasu – minimalizuj nechválení (kritiku) druhého, maximalizuj schvalování (chválu) druhého.
- Maxima skromnosti – minimalizuj sebechválu, maximalizuj sebekritiku.
- Maxima shody – minimalizuj neshodu mezi sebou a druhým, maximalizuj soulad mezi sebou a druhým.
- Maxima účasti – minimalizuj neúčast s adresátem, maximalizuj účast s druhým, projevuj sympatie, dej najevo zájem o jeho osobu.

Striktní dodržování těchto pravidel není zárukou úspěšné komunikace. Chejnová popisuje jev zvaný hypertrofie zdvořilosti, který může vést až ke konfliktu, protože ne v každé situaci je adekvátní přehnaná skromnost mluvčího, která může adresáta uvést do rozpaků, přílišné vyjadřování komplimentů nemusí být posluchači příjemné a přehnaný zájem o jeho osobu může vnímat jako vnučování se. Jednotlivé maximy nejsou na stejné úrovni důležitosti. Hirschová přisuzuje větší váhu prvním čtyřem maximám, první a třetí jsou nejvýznamnější, týkají se totiž adresáta, na nějž je zdvořilost orientovaná nejvýrazněji.⁴⁸

3.4 Teorie zdvořilosti

Z myšlenek H. P. Grice vychází také Robin Lakoffová, která stanovuje dvě pravidla pragmatické kompetence⁴⁹, která mají lidem pomáhat ke kooperativnímu jednání bez zbytečně vynakládaného úsilí a konfliktních situací:

- Vyjadřuj se jasně.
- Buď zdvořilý.

Tato pravidla klade na stejnou úroveň jako dodržování syntaktické či sémantické správnosti. První pravidlo vychází z kooperačního principu a druhé zohledňuje zdvořilost. Komunikační záměr rozhoduje o tom, ke kterému pravidlu se mluvčí přikloní. Zdvořilost je upřednostněna, pokud je cílem rozhovoru zachovat přátelské vztahy, pro získání přesných informací se více hodí pravidlo jasnosti postavené na Griceových maximách.

Své pojetí zdvořilosti formuluje ve třech zásadách:

- Do not impose (nenaléhej, nevnucuj).
- Give options (dej možnost volby).
- Make the addressee feel good – be friendly (buď přátelský, aby se adresát cítil dobře).⁵⁰

⁴⁸ Hirschová, M.: *Pragmatika v češtině*. Olomouc 2006, s. 140.

⁴⁹ Chejnová, P.: Zdvořilost jako lingvistický problém. In: *Multidisciplinární komunikace – Problém a princip všeobecného vzdělávání*. Praha 2005, s. 421.

⁵⁰ Hirschová, M.: *ibidem*, s. 140.

Lakoffová rozlišuje situace, kdy je vhodné jednotlivé zásady užít. První pravidlo v sobě zahrnuje formálnost, tedy neosobní zdvořilost, a je vyžadováno v situacích, kdy k sobě mluvčí a adresát nemají osobní vztah. S neformální zdvořilostí souvisí pravidlo druhé, jehož cílem je dát adresátovi co největší volnost v učinění rozhodnutí, tedy opak snahy o manipulaci s ním. Rovnocennost a přátelství požadované v posledním pravidle uplatníme v důvěrné zdvořilosti, kdy komunikanti mají mezi sebou blízký vztah.⁵¹

Zítková shrnuje problematičnost těchto pravidel, na kterou ve svých výzkumech upozorňují například K. Jaszczoltová a B. Fraser. Autorka jasně nestanovuje, jak od sebe odlišit navrhované tři úrovně zdvořilosti – neosobní, neformální a důvěrná. Lze také zpochybnit, zda existují pouze tato tři pravidla, která nejsou jednoznačně vymezena, vzájemně se překrývají a jejich použití je nejasné.⁵²

3.5 Koncept tváře

Základní myšlenkou, z níž Penelope Brownová a Stephen Levinson vycházejí, je obecný problém s vnitřní agresí v jakékoli sociální skupině. Agrese je společná všem živočichům a ohrožuje vztahy nejen vnější, ale i uvnitř skupiny.⁵³ Ve své teorii rozvinuli Griceovu myšlenku, že mimo jím vymezených maxim existují i jiné, např. maxima zdvořilosti. Kooperační princip považují za bezpříznakový komunikační rámec, kterým je nutné se v konverzaci řídit. Hlavní motivací k odchýlení se od tohoto rámce, tedy porušení Griceových maxim, je podle autorů snaha jednat zdvořile.⁵⁴ Svou teorii formulovali jako univerzální model. Tato myšlenka je často vystavována kritice, neboť nebere v úvahu kulturní specifika a nativní pohled na vyjadřování zdvořilosti v jazyce. Společnosti a kultury se v nakládání se zdvořilostí velmi liší.⁵⁵

Svou teorii představují na modelovém komunikantovi, který je rodilým mluvčím přirozeného jazyka, dokáže racionálně uvažovat a využívat prostředků (např. komunikačních) k dosažení svých cílů. A také má pozitivní a negativní tvář.⁵⁶ Termín tvář je převzat ze sociální psychologie a navazuje na práci E. Goffmana (1972). Známe jej z některých frazémů – neztratit tvář, tvářit se, zachovat si tvář. Vystihuje potřebu sebehodnocení a sebeprojekce každého účastníka komunikace. Tato potřeba však může být realizována pouze prostřednictvím interakce s jinými osobami, které projekci našeho ega potvrdí. Tvář je vlastní každému člověku, silně ji ovlivňuje naše individualita a společenství, ze kterého pocházíme. Koncept tváře vychází z čínské kultury. Západní pojetí

⁵¹ Zítková, D.: *Komunikační přístup ke zdvořilosti a jeho aplikace na reklamní texty*. Liberec 2008, s. 20.

⁵² *Ibidem* s. 21.

⁵³ Chejnová, P.: Zdvořilost jako lingvistický problém. In: *Multidisciplinární komunikace – Problém a princip všeobecného vzdělávání*. Praha 2005, s. 421.

⁵⁴ Zítková, D.: *ibidem*, s. 11.

⁵⁵ Pokorný, J.: *Lingvistická antropologie. Jazyk, mysl a kultura*. Praha 2010, s. 301.

⁵⁶ Chejnová, P.: *ibidem*, s. 422.

tváře se vyznačuje přílišnou individualističností, racionalitou a opomíjením aspektů tváře, které charakterizují čínské pojetí – vzájemnost, hierarchičnost, morálnost.⁵⁷

Každý účastník komunikace má tvář pozitivní a negativní. Pozitivní tvář zahrnuje touhu po souhlasu a harmonii v mezilidských vztazích a požadavek, aby komunikantovo jednání bylo uznáváno a hodnoceno pozitivně jeho okolím a aby jeho potřeby byly vnímány jako žádoucí. Je spojena s příslušností k určité sociální skupině, která sdílí stejné hodnoty. Negativní tvář představuje touhu nebýt omezován ve vlastním jednání a nebýt okolím k ničemu nucen.⁵⁸ Respektování negativní tváře je běžné ve formální zdvořilosti.

Zítková upozorňuje na odlišné pojetí tváře u E. Goffmana.⁵⁹ Pro něj je tvář souhrnem představ, které si každý komunikant sám o sobě vytvořil v souladu se sociálními atributy uznávanými při interakci, jakýsi ideální obraz sebe sama. Tvář je tedy nestabilní a proměnlivá, protože se v každé komunikaci formuje či modifikuje znovu. Těchto sebeprojekcí pozitivních i negativních mívá mluvčí několik. Pokud si je mluvčí vědom, že komunikuje před posluchači, náhodnými či televizním publikem, sebeprojekce mluvčích k sobě navzájem bude odlišná od sebeprojekce vůči posluchačům. Komunikace se řídí dvěma pravidly – pravidlem sebeúcty a ohleduplnosti. To umožňuje komunikantům, aby si navzájem umožnili zachovat tvář.⁶⁰

3.5.1

Brownová a Levinson popisují jednání, které může ohrozit tvář adresáta i mluvčího. Adresátovu negativní tvář mohou ohrozit rozkazy, žádosti, nabídky, varování, upomínky a další. Na pozitivní tvář adresáta má vliv kritika, pohrdání, výsměch, nastolení tabuizovaného tématu v hovoru. Mluvčí sám ohrožuje svou negativní tvář, pokud dá nedobrovolný slib, přijme adresátovu nabídku nebo vyjádří dík. Pozitivní tvář mluvčího poškozují přijetí viny, osobní zpověď či ztráta emoční kontroly nad sebou samým. Závažnost ohrožení tváře posuzují podle tří sociologických proměnných – sociální odstup mezi adresátem a mluvčím, moc adresáta nad mluvčím a absolutní hodnocení nátlaku v dané kultuře. Podle součtu těchto faktorů se mluvčí rozhodne pro jednu ze strategií pro vykonání či nevykonání konkrétního jednání.⁶¹

První zdvořilostní strategií je přímé jednání. Mluvčí se na adresáta neohlíží. V podstatě jedná nezdvořile, protože mu to okolnosti dovolují nebo si to situace žádá. Pokud někomu hrozí, že jej srazí automobil, vykřikneme *Pozor!* místo pro-

⁵⁷ Pokorný, J.: *Lingvistická antropologie. Jazyk, mysl a kultura*. Praha 2010, s. 301.

⁵⁸ Zítková, D.: *Komunikační přístup ke zdvořilosti a jeho aplikace na reklamní texty*. Liberec 2008, s. 12.

⁵⁹ *Ibidem* s. 11.

⁶⁰ Hirschová, M.: Nezdvořilost jako pragmalingvistický fenomén. In: *Linguistica Brunensia* 58. Brno 2010, s. 275.

⁶¹ Zítková, D.: *ibidem*, s. 13n.

nesení formulace ve smyslu *Promiňte, mám dojem, že vám hrozí nebezpečí od právě projíždějícího automobilu*. Do této kategorie patří i realizace řečových aktů, které samy o sobě adresáta ohrožují jen minimálně, jako jsou nabídky či pozvání, jež jsou v adresátově zájmu. Přímocíarost je také přípustná v situaci, kdy je mezi komunikanty velmi blízký vztah.⁶²

Pozitivní zdvořilost se zakládá na projevech vzájemné solidarity, která je založena na shodných názorech, hodnotách, cílech. Dominuje zde snaha o vzájemný souhlas a vzájemné pozitivní hodnocení řečového chování.⁶³ Pokud se pozitivní zdvořilost projevuje mezi osobami blízkými, jde o bezpříznakové konverzace, kterými si potvrzují svůj vztah. Zvláštním uznáním pozitivní tváře v důvěrném vztahu může být podhodnocení: *Nejsi nejhorší kuchařka; Nakonec to nedopadlo nejhůř*.

Příznakovou se pozitivní zdvořilost stává v komunikaci mezi partnery s jistým sociálním odstupem. Vztahuje se k projevování zájmu a schvalování všeho, co souvisí s adresátem. Zde panuje jistá škála vhodnosti témat podle sociální distance mezi komunikanty. Mezi více vzdálenými komunikačními partnery není obvyklé oceňovat adresátův pracovní výsledek, děti, dům, oblečení atd. Pokud dojde k překročení zdvořilostní hranice ve snaze zapůsobit na adresátovu pozitivní tvář nebo sblížit se s ním, popisuje Hirschová⁶⁴ tento parazitický řečový akt založený na neupřímnosti jako lichocení. Vyznačuje se přeháněním či zveličováním dané situace ve spojení se snahou vyvolat adresátovu reakci: *Vy prostě nikdy neztratíte nervy. Nechápu, jak to děláte! Je k nám ale přílišerná cesta, že?*

K této strategii také patří snaha vyhnout se nesouladu, která mluvčího vede k tomu, aby za určitých okolností neprojevil svůj názor zcela upřímně – tedy se uchýlil k nepravdě, aby adresáta neranil či nezpůsobil konflikt. Pokud se zdržíme kritiky nebo pochválíme něco, co nám nechutná, nejde o lež, jejímž záměrem by bylo poškodit adresáta. Společenské lži porušují maximu kvality.⁶⁵

Na negativní tvář adresáta se zaměřují projevy negativní zdvořilosti, jejichž cílem je respektovat to, o čem si mluvčí myslí, že si to adresát nepřeje. Podstatou negativní zdvořilosti je to, „co se nedělá“. Je kompromisem mezi snahou dosáhnout svého a povinností adresáta k ničemu nenutit. Podle Hirschové je tato oblast z hlediska formálního společenského chování nejvíce propracovaná a nejvíce konvencionalizovaná z hlediska jazykového chování.⁶⁶ Výsledkem je nepřímé vyjadřování, které nechává adresátovi možnost odmítnout a pro mluvčího je výhodou řada konvencionalizovaných frází, kterými může nejsnáze dosáhnout svého cíle. Spadají sem prosby a žádosti formulované otázkou po adresátově možnosti požadavek provést: *Mohla byste, můžete, byla byste tak*

⁶² Hirschová, M.: *Pragmatika v češtině*. Olomouc 2006, s. 172.

⁶³ Švehlová, M.: *Zdvořilost a řečová etiketa*. In: *Filologické studie XIX*. Praha 1994, s. 45.

⁶⁴ Hirschová, M.: *ibidem*, s. 173.

⁶⁵ *Ibidem* s.174.

⁶⁶ *Ibidem* s.174.

laskava, ...? nebo fráze vyjadřující pochybnost o adresátově ochotě danou věc vykonat: *Asi pro vás nebude možné to udělat hned, že?*

Poslední možnou strategií je nepřímé vyjádření. Taková vyjádření záměrně porušují jednu či více konverzačních maxim a jsou vědomě nejednoznačná. Spadají sem vyjádření ironická, řečnické otázky, tautologie nebo neúplné výroky. Interpretace se odvíjí od vztahu mluvčího a adresáta. Čím bližší vztah mají, zpravidla se zmenšuje i subjektivní vnímání míry nejednoznačnosti.

3.6 Teorie identity

Přístup ke konceptu tváře Helen Spencer-Oateyová obohacuje o teorii identity vycházející ze sociální psychologie. O sebepojetí se vyjadřuje takto: „The self-concept is a multi-faceted, dynamic construal that contains beliefs about one's attributes as well as episodic and semantic memories about the self. It operates as a schema, controlling the processing of self-relevant information.“⁶⁷ Sebpoejetí zahrnuje víru ve své vlastní charakteristiky a vlastnosti, kterých může být mnoho. Zahrnují například tyto prvky:

- osobnostní povahové rysy – plachost, srdečnost, pýcha;
- schopnosti a dovednosti – je rychlý běžec, umí dobře jezdit na koni;
- vnější rysy – má kudrnaté vlasy, je velmi vysoký;
- typické projevy chování – každé ráno pije kávu, často pláče;
- víra či přesvědčení – je křesťan, demokrat;
- sociální postavení – výkonný ředitel, podnikatel, řemeslník;
- jazyková příslušnost – mluví anglicky, čínsky, česky;
- začlenění k určité skupině – metalista, postcrosser, mormon.⁶⁸

Každému z těchto prvků přisuzujeme jinou hodnotu. Některé na sobě hodnotíme pozitivně, jiné negativně, ke zbývajícím máme neutrální postoj. Podobně některé aspekty jsou pro naši identitu určující více než jiné. Uplatňuje se zde také časové hledisko, neboť některé atributy vnímáme jako rozhodující pro to, kým jsme byli v minulosti. Jiné pro to, jak sami sebe vnímáme právě teď a podobně charakteristiky, které bychom rádi měli v budoucnu. Dalším možným hlediskem je aktuálnost, jež rozlišuje to, kým v tuto chvíli jsme a kým bychom rádi ideálně byli.

V představě sebe sama rozlišujeme tři různé roviny – individuální, interpersonální a skupinovou. Na úrovni individuální nacházíme „personal self“ (já), které zahrnuje náš osobitý koncept sebe sama. Interpersonální pojetí „relational

⁶⁷ Spencer-Oatey, H.: Theories of identity and the analysis of face. In: *Journal of Pragmatics* 39. Cambridge 2007, s. 640. „Sebpoejetí je mnohostranný, dynamický konstrukt, který zahrnuje přesvědčení o vlastnostech druhého, stejně jako epizodické a sémantické vzpomínky na sebe sama. Sebpoejetí pracuje jako schéma kontrolující zpracování relevantních informací o sobě samém.“

⁶⁸ *Ibidem*, s. 642.

self“ (já ve vztazích) představuje naše sebepojetí odvozené od vztahů a rolí, které hrajeme ve vztazích s druhými lidmi. Na skupinové úrovni nalézáme „collective self“ (kolektivní já) vztahující se k členství v různých skupinách⁶⁹.

Díky identitě mohou lidé nalézt rovnováhu mezi sounáležitostí či blízkostí k ostatním a udržení si svého osobního prostoru. Identita pomáhá lidem najít jejich místo v sociálním světě. Definiuje, kam náleží a kam ne ve vztazích k druhým. Skrze různé aspekty vlastní identity a jejich pozitivního hodnocení druhými mohou lidé nalézt sebeúctu a vážit si sebe sama.

⁶⁹ Spencer-Oatey, H.: Theories of identity and the analysis of face. In: *Journal of Pragmatics* 39. Cambridge 2007, s. 642.

4. Nezdvořilost

Na rozdíl od zdvořilosti se nezdvořilost za posledních 20 let nestala středem zájmu lingvistického bádání v takové míře. Většina prací se zabývá strategiemi, jejichž cílem je úspěšná harmonická komunikace, ale oblast projevů nezdvořilosti, verbálních útoků a poškozování tváře zůstává opomíjena. Na tuto myšlenku upozorňuje Jonathan Culpeper, který se na výzkum nezdvořilosti zaměřil.⁷⁰ Shledává, že je stejně obtížné vymezit definici nezdvořilosti jako definici toho, co zdvořilé je.

Pro nezdvořilost navrhuje dvě kategorie – nezdvořilost inherentní a žertovnou (mock impoliteness or banter). Inherentní nezdvořilost ohrožuje a poškozuje tvář adresáta. Jako příklad uvádí zdvořile formulovanou žádost „Mohl by ses prosím přestat šfouřit v nose?“⁷¹ Jako nezdvořilou tuto žádost autor vyhodnocuje, neboť upozorňuje na společensky nežádoucí chování, tím tedy poškozuje adresátovu tvář, ač tak možná nečiní záměrně. Účelem žertovné nezdvořilosti není adresáta urazit či poškodit. Uvádí situaci, kdy hostitel vítá příchozího, který přišel o dvě hodiny později, protože si spletl 17 hodin a 7 hodin večer, slovy „Ty popleto!“.⁷² Tento výrok příchozího nijak nepoškodí a on se může začlenit mezi hosty.

Na základě práce Brownové a Levinsona stanovuje pět strategií, kterými může mluvčí ohrozit či poškodit tvář adresáta.⁷³ Zdvořilostní strategie převádí do jejich opaku.

- Přímá nezdvořilost (bald on record impoliteness) – chování ohrožující tvář je jasné, přímé a jednoznačné.
- Pozitivní nezdvořilost (positive impoliteness) – poškozuje pozitivní tvář adresáta, projevuje se nezájmem o adresáta, ignorováním nastoleného tématu, nesouhlasu, užitím nadávek, uváděním adresáta do rozpaků, záměrnou snahou vyvolat konflikt, nastolováním témat, jež jsou pro adresáta nepříjemná.
- Negativní nezdvořilost (negative impoliteness) – útočí na negativní tvář adresáta zastrásováním, ponižováním, zveřejněním intimních informací o adresátovi, zdůrazňováním vlastní převahy (projevit se může i v neverbálním chování, např. narušením osobního prostoru).
- Sarkasmus, falešná zdvořilost (sarcasm, mock politeness) – použití zdvořilostní strategie, která však je neupřímná, ironie.

⁷⁰ Culpeper, J.: Towards an anatomy of impoliteness. In: *Journal of Pragmatics*, vol. 25, no. 3. 1996, s. 349.

⁷¹ „Do you think you could possibly not pick your nose?“ Ibidem, s. 351.

⁷² „You silly bugger!“ Ibidem, s. 352.

⁷³ Ibidem, s. 356n.

- Nepoužití zdvořilosti (withhold politeness) – odepření projevu zdvořilosti v okamžiku, kdy je očekávána (nepoděkování, nepozdravení).

Užití těchto strategií nelze automaticky považovat za nezdvořilé. Výsledné hodnocení podmiňuje subjektivní interpretace adresáta a komunikační kontext. Na nezdvořilost nelze pohlížet normativně, neboť se formuje, až v dané komunikační situaci.⁷⁴ Novější pohledy na nezdvořilost od výše uvedeného členění upouští a za základní rozlišení nezdvořilosti se pokládá přímé a nepřímé nezdvořilé komunikační jednání. Dále se diferencuje nezdvořilost a hrubost.⁷⁵

Pro stanovení nezdvořilosti se jako výchozí, neutrální situace předpokládá kooperativnost, vstřícnost a nekonfliktnost mluvčích. Pro identifikování nezdvořilosti je nutné podat celkový kontext komunikační události, určit sociální role komunikujících a vztahovou síť mezi nimi. Vztahy mezi komunikujícími jsou určující, neboť na jejich základě může být za nezdvořilou považována i výpověď, jež je vnějškově zcela nekonfliktní. Například výpověď *Včera se mi nechtělo nic dělat* je vytržena z kontextu zcela zdvořilá. Ovšem pokud je zasazena do rozhovoru nadřazeného s podřízeným jako odpověď na otázku, proč zadaný úkol není splněn, můžeme ji jasně hodnotit jako nezdvořilou pro danou situaci.

V některých případech vyplývajících právě ze sociálního postavení komunikantů může být nezdvořilost tolerována. Námi analyzovaná reality show *Ano, šéfe!* je postavena na vyjádření kritiky a negativního postoje vůči komunikačnímu partnerovi. Kritizujícím však je osobnost s dlouholetou oborovou zkušeností, která ji ke kritice opravňuje. Navíc kritika je zde prostředkem k tomu, aby mohla být napravena adresátova situace, ve které si neví rady, a sám o pomoc odborníka požádal. Bez vyjádření toho, co je činěno špatně, nemůže dojít ke zlepšení.⁷⁶

Hrubé jednání na rozdíl od nezdvořilosti lze jasně identifikovat podle použitých vulgarismů. Za hrubé vůči adresátovi považujeme výrazně negativně hodnotící výroky, urážky či ponižující výpovědi. V komunikačním kontextu může být za hrubost považováno i bezohledné vyjádření nerespektující adresátův psychický stav (*Už víš, jakej náhrobek necháte mámě udělat?*), ačkoli neobsahuje žádné vulgarismy. Od hrubosti odlišujeme verbální agresi, která v sobě zahrnuje jakékoli řečové jednání útočící na tvář komunikačního partnera bez ohledu na užití vulgarismů.⁷⁷ Cílem verbální agrese je adresáta urazit nebo ho k něčemu přinutit. Agresí se vyznačuje především záměr, lexikum může být užito bezpříznakové.

⁷⁴ Viz Hirschová, M.: *Nezdvořilost jako pragmalingvistický fenomén*, s. 278 nebo Zítková, D.: *Komunikační přístup ke zdvořilosti a jeho aplikace na reklamy*, s. 52.

⁷⁵ Hirschová, M.: *Nezdvořilost jako pragmalingvistický fenomén*. In: *Linguistica Brunensia* 58, Brno 2010, s. 278.

⁷⁶ Svobodová, J., Hirschová, M.: *Komunikační strategie v jednom typu mediálního diskurzu, televizní talk show*. V tisku, s. 44.

⁷⁷ Hirschová, M.: *Nezdvořilost jako pragmalingvistický fenomén*, s. 280

Pokud se mluvčí uchýlí k nezdvořilému či hrubému řečovému jednání,⁷⁸ ohrožuje svou vlastní pozitivní tvář, neboť jeho jednání nebude s nejvyšší pravděpodobností adresátem akceptováno. Může dojít až k vyvolání konfliktu. V některých případech jsou hrubé výpovědi pouze prostředkem ventilování emocí – úleku či vzteku. Jsou spontánně vysloveny v reakci na danou situaci a nepředpokládají adresátovu reakci. Pokud si mluvčí uvědomí, že porušil komunikační normy, následuje za jeho výpovědí omluva. K otevřenému a záměrnému užití hrubosti či urážek dochází k emočně vypjatých situacích a konfliktech.

V některých specifických prostředích se s útokem na adresátovu tvář počítá, neboť vychází ze sociálního rozdělení rolí komunikantů, jak bylo zmíněno výše. Takovým prostředím je například vojenský výcvik nebo sportovní trénink. Můžeme sem zařadit i specifickou situaci námi analyzované reality show, jejíž podstatou je vyjádření negativního hodnocení. Asymetrie v komunikaci je způsobena postavením nadřízeného, který svou vůli přímo uplatňuje vůči podřízenému. Pozitivní tvář adresáta ohrožuje přímým vyjádřením kritiky jeho činů, výsledků a schopností. Uchyluje se k ironii či výsměchu, zvýšení hlasu a užití vulgarismů. Nezdvořilé počínání nadřízeného však nepoškozují jeho vlastní pozitivní tvář.

Mezi komunikační strategie porušující zdvořilost řadíme také drzost.⁷⁹ Pokud nezdvořilost směřuje od nadřízeného k podřízenému, pak drzá výpověď je typická ve směru opačném – od podřízeného k nadřízenému. Lze ji definovat jako užití výpovědi nenáležitě smělé či upřímné v dané situaci. Mluvčí tak projevuje nedostatek respektu vůči adresátovi a odmítá dodržet konvenční normu. Drzost může být projevem záměrným i nezáměrným. Konečné posouzení však opět spočívá na adresátovi. Cílem záměrné drzosti je obvykle provokace, tedy snaha přimět adresáta k reakci. Tímto jednáním však mluvčí ohrožuje adresátovu negativní tvář.

Pokud se adresát ocitne v situaci ohrožující jeho tvář, může reagovat odmítnutím. Tím jasně mluvčímu sděluje, že jeho komunikační jednání nebude akceptováno. Případně může odmítnutí spojit s výtkou, jejímž cílem je nastolit opět komunikaci nekonfliktní a kooperativní. Tyto strategie může užít především adresát sociálně nadřazený. Pokud je mluvčí, jenž porušil komunikační normy, ochoten dále kooperovat, následuje jeho omluva nebo jiná kompenzační výpověď. Druhou strategií adresáta je možnost přijmout konfliktní situaci a zareagovat také nezdvořilým útokem na mluvčího.⁸⁰ Pokud je však adresát v diskurzu, jež nezdvořilost předpokládá (armáda, sportovní trénink), obvykle nemá možnost na nezdvořilost reagovat jinak než uposlechnutím či souhlasem. Pokud by se vymezil, poruší své pravomocí a může vyvolat konflikt.

⁷⁸ Hirschová, M.: Nezdvořilost jako pragmalingvistický fenomén. In: *Linguistica Brunensia* 58, Brno 2010, s. 281.

⁷⁹ Svobodová, J., Hirschová, M.: *Komunikační strategie v jednom typu mediálního diskurzu, televizní talk show*. V tisku, s. 47.

⁸⁰ Hirschová, M.: Nezdvořilost jako pragmalingvistický fenomén, s. 282.

Hlavní rozdíl mezi zdvořilostí a nezdvořilostí Hirschová⁸¹ definuje jako problematické rozlišení nezdvořilých výpovědí v komunikaci. Nezdvořilost mimo vulgarismů není vyjádřena příznakovým lexikem. Naopak ustálené zdvořilostní formule lze identifikovat snáze. Více než vyjadřovací prostředky jsou pro nezdvořilost určující vztahy mezi komunikanty a příjemcovo vyhodnocení situace jako tvář ohrožující. Pokud se rozhodne nezdvořilost ignorovat, pak nezdvořilá výpověď komunikaci neovlivní.

⁸¹ Hirschová, M.: Nezdvořilost jako pragmalingvistický fenomén, s. 282.

5. Seznam transkripčních značek

Materiál pro analýzu jsme získali přepisem dvanácti dílů s přibližně padesátiminutovou dotací páté řady reality show *Ano, šéfe!* vysílané v pravidelné relaci od 10. září 2012 na televizní stanici Prima Family.⁸²

Při přepisech rozhovorů jsme se řídili pokyny z *Manuálu pro přepisovatele televizních diskuzních pořadů: Jak přepisovat audiovizuální záznam rozhovoru?* Petra Kaderky a Zdeňky Svobodové (2006). V přepisu se objevují tvary slov ve skutečném použití (typ musím místo musím, výjimka místo výjimka apod.). Vulgarismům se nevyhýbáme, protože je považujeme za součást jazykového materiálu a nespatřujeme důvod k jejich cenzuře. Hezitační (či výplňkové) zvuky neznačíme nijak speciálně, přepisem spíše parafrázujeme jejich vyslovenou podobu (ee, hm). Interpunkci se v přepisech vyhýbáme. Komentář pro co nejvěrnější popis komplexnosti komunikační situace je označen dvojitými kulatými závorkami.

(.)	pauza, zaznamenány jsou slyšitelné pauzy bez měření délky, výrazně delší pauza je pak značena dvěma či třemi značkami
e, ee	hezitační zvuk
:	prodloužení samohlásky
[]	současně pronesené úseky replik (tzv. overloap)
?	stoupavá intonace
.	klesavá intonace
,	pokračovací intonace, tzv. polokadence
=	okamžité, až překotné navázání na repliku partnera
((smích))	komentář autora transkriptu
<>	mluvčí hovoří se smíchem
(člověk)	předpokládaný, ale nesrozumitelný výraz
()	nesrozumitelné místo
(...) (...)	vytržení repliky z kompletního rozhovoru

Pro potřeby naší práce jsme odhlédli od fonetické transkripce a zaznamenali jsme v přepisech pouze jevy uvedené výše.

⁸² Videozáznam je dostupný z <<http://pohlreich.eu/ano-sefe-online/5-rada/>>.

6. Analýza projevů nezdvořilosti v pořadu *Ano, šéfe!*

Pro následující analýzu jsme se rozhodli použít pět Culpeprem popsaných superstrategií nezdvořilosti. Dále budeme pozorovat porušování Leechových zdvořilostních maxim. V souladu s charakterem excerpovaného materiálu jsme pro analýzu zvolili kvalitativní metody.

Za výchozí bod pro klasifikaci nezdvořilosti považujeme racionální komunikační situaci, jež odpovídá podmínkám kooperačního principu. Situaci, v níž si mluvčí navzájem projevují vstřícnost a snaží se o nekonfliktnost a zachování harmonie. Pro identifikaci nezdvořilosti považujeme za důležité popsat komunikační situaci a vztahovou síť komunikantů spolu s jejich sociálními rolemi. V našem případě se obvykle promítá sociální asymetrie participantů vycházející ze samotné podstaty analyzovaného pořadu – Pohlreich, (odborník) a majitel či zaměstnanec provozovny.

6.1 Přímá nezdvořilost

Projevem přímé nezdvořilosti je frontální útok na partnerovu tvář. V tomto jednání můžeme jasně rozpoznat záměrnou nezdvořilost, se kterou útočník pracuje. Odmítá respektovat pozitivní i negativní tvář komunikačního partnera. V níže uvedené ukázce vyvrcholila dlouhodobě emočně vypjatá situace konfliktem mezi Zdeňkem Pohlreichem (dále ZP) a Gabrielou Babejnovou (dále GB), manželkou majitele provozovny Kongo, kde se natáčel 10. díl.

((Po provedení změn v jídelním lístku, které nebyly s Pohlreichem konzultovány, Pohlreich beze slova začne rozkládat po kuchyni 24 talířů, podkres dramatická hudba. Situaci zcela zmateně a nechápavě přihlíží kuchařky Monika (KM) a Renata a Gabriela Babejnová))

ZP: těch talířů je tady stejně, jako všech položek který sou na vašem jídelním lístku (.) já mám pro vás jednoduchej úkol. vemte si jídelní lístek, a všechny ty jídla mi navařte.

GB: a já mám takovou všetečnou otázku. co s těma jídlama uvařenejma potom budeme dělat?

ZP: v každý slušný restauraci, změna v jídelním lístku začíná něčim co se jmenuje takzvanéjt tejt ((myšleno taste)) panel. aby všichni lidi co sou v tom byznysu nějakým způsobem zapojený zkontrolovali jestli se jim to zdá bejt dobrý, jak proporčně tak chutí. je to daleko férovější postup než tu věc zkoušet na platících hostech.

GB: budu [oponovat, můžu]?

ZP: [vy se v životě]. nemusíte oponovat! vy se v životě. já jenom, ste mi oponovala

dva dny jo a já toho mám akorát pocad'

GB: *jasně.*

ZP: *jo a jestli prostě to spolu máme dodělat, tak já si přeju abyste mě poslouchala, co vám říkám*

GB: *takže nemůžu mít vlastní názor?*

ZP: *můžete. ale neříkejte mi ho, jo*

GB: *dobře ((uraženě))*

ZP: *fajn ((odchází z kuchyně))*

KM: *takže my dem vařit*

((stříh))

V první části komunikační situace Pohlreich sice podrážděně, přesto však v rámci kooperačního principu odpovídá na otázku Babejnové, aby jí objasnil své jednání, jež se z ekonomického hlediska může zdát nevhodné a nesmyslné. V další replice již Babejnovou nenechá domluvit, dochází k takzvanému *overlappingu*, vlastně jí „skáče do řeči“. Pohlreichova reakce na asertivní jednání komunikačního partnera je agresivní. Z pohledu teorie identity zde akcentuje své postavení moderátora pořadu a odborníka, v němž je aktuálně Babejnové nadřazen, ačkoli se v tuto chvíli nachází na území, kde za běžných okolností je autoritou právě ona. Nepřijímá ji jako rovnocenného komunikačního partnera, komunikační situace je značně asymetrická. Klíčový pro výběr komunikačních strategií je pro něj fakt, že si jej Babejnová a její manžel pozvali, aby jim poradil, jak podnik vést úspěšněji, a z toho vyvozuje, že jeho rady a doporučení jsou na místě, na rozdíl od námitek, které má Babejnová. Neuznává její odborné znalosti a zkušenosti, nepřijímá její úhel pohledu. Pohlreichovo emoční rozčilení je patrné z rozbité větné stavby. Výpovědi zůstávají nedokončeny, opakují se, jsou obsahově nesoudržné. Výrazná je i řeč těla, frazém *mám toho pocad'* Pohlreich doplňuje gestem, kdy si rukou naznačuje linii pod bradou jako pomyslnou čáru, zobrazující míru jeho rozčilení. Babejnová přilhlíží s rukama založenýma, jasným gestem nepřístupnosti, bariéry mezi mluvčími. Její replika *jasně* je ironická. Pohlreich ohrožuje její tvář vyjádřením vlastní převahy a přáním, aby Babejnová plnila jeho doporučení. Zde také zaznívá latentní výhružka, že pokud nebudou dodrženy tyto podmínky, bude natáčení pořadu zmařeno vinou Babejnové a jejího odmítavého postoje. V této situaci dochází k ponížení komunikačního partnera, neboť se rozhovor odehrává před personálem podniku a televizním štábem, v důsledku také před televizním divákem. Z Leechova pohledu Pohlreich porušuje maximy taktu a shody, jeho jednání je pravým opakem zdvořilostní snahy o překonávání přirozeného sklonu prosazovat sám sebe, vyvyšovat se, nenaslouchat či „skákat do řeči“. Komunikační situace je uzavřena replikou kuchařky Moniky, která jasně dala najevo, že pochopila, že v danou chvíli není autoritou Babejnová.

K přímému útoku na adresátovu tvář došlo i v následující ukázce, kdy v průběhu natáčení vyšlo na povrch nečestné jednání českého majitele restauračního zařízení v Německu, Romana Šmola (dále MR), který zneužíval mentálního handicapu jednoho ze svých stálých hostů a pravidelně po dobu několika let mu každý týden místo objednaného lososa servíroval pangase, tedy maso mnohem podřadnější, aby ušetřil své náklady. Jako omluvu pro své jednání použil argument, že postižení hostovi neumožní pocítit rozdíl mezi objednaným a servírovaným a pochutná si i na podřadné rybě.

((Po bouřlivé výměně názorů, která proběhla v kuchyni mezi Šmolem a jeho manželkou za přítomnosti Pohlreicha a štábu, si Pohlreich Šmola odvádí na chodbu, do ústraní. Stojí naproti sobě.))

ZP: ty vole tohle přece nemůžeš udělat (.) to je normální prachsprostej lidskej humus vole

MR: je no

ZP: jestli vo tom budeš přemýšlet, vo tom celým kšeftě takhle, tak ti to přece musí něco říkat, že když si schopn udělat takovouhle věc ty vole. tak jak ta hospoda ty vole. jak řešíš asi vostatní věci nebo (...) a jestli prostě si ten byznys zesral tim, že tady máte bůhví jaký slevový věci a ty musíš dělat takovouhle věc. potřebuješ ty peníze. to bych to radši. bych to normálně zavřel ty jo. je to hnus ty jo

MR: je

ZP: je to normálně morální ty vole úpadek ty vole. já sem ten poslední kdo vo tom chce kázat, ale tohle prostě tohle ty vole nesmíš udělat.

MR: jo

ZP: mně jich je normálně zkurveně lidsky líto vole. chápeš to tu čest nebo tu pověst máš jenom jednu vole

MR: zkurvil sem to no (.) jo uznávám

ZP: já bych byl hrozně nerad vole, abych tady něco podobnýho vole v tvým podání ještě viděl vole

MR: dobře

ZP: protože je to nechutný vole

MR: je

ZP: je to humus (...) myslel sem si vole, že se tady na tebe vyseru, ale překonal sem se

MR: to sem rád

ZP: lidsky mě sereš ale

MR: to se může stát ne?

ZP: to se nesmí stát!

MR: no tak

ZP: to je právě ta prdel vole

((střih))

Na rozdíl od předchozí situace Pohlreich bere svého komunikačního partnera do soukromí, svědkem jejich rozhovoru je pouze kameraman (a případný televizní divák), nikoli Šmolovi zaměstnanci či manželka. Tím Pohlreich ohrožení partnerovy tváře zmenšuje. Šmol Pohlreichovy výtky přijímá, neboť si uvědomuje svůj prohřešek. Dovoluje mu poškozovat svou pozitivní tvář. Proti jeho výpadům se nebrání, aby situaci sám pro sebe ještě nezhoršil. Naopak se snaží si svou tvář udržet v rámci možností alespoň uznáním vlastní chyby. Komunikační situace je opět značně asymetrická. Pohlreich zde vystupuje v roli morálního karatele, ačkoli se sám této role zřiká (*já sem ten poslední kdo vo tom chce kázat*). Emoční náboj situace a rozčilení mluvčího jasně vyplývá z expresivních výrazů, které Pohlreich používá. Vedle vulgarismů (*zesral, zkurveně, prdel*) se hojně objevují také depreciativa (*prachsprostej, humus, nechutný*). K užití vulgarismů se uchyluje i Šmol, aby i v této vypjaté situaci zdůraznil svůj soulad s mluvčím. Tento jev, kdy Pohlreichův komunikační partner sám přistoupí na užívání vulgárních výrazů, v námi sledovaných dílech není častý. Došlo k němu pouze dvakrát, v obou případech se jednalo o muže, pro něž bylo důležité zdůraznit svou soudržnost se skupinou a „nezůstat pozadu“, oba byli prezentováni jako vnímaví a citliví muži, vulgarismy jim pomáhaly tvořit image ostřílenosti, nedotknutelnosti. V Pohlreichových replikách opět dochází k narušení větné stavby a její koherence. Nepřipravený projev mluvčího se vyznačuje vysokou frekvencí výplňkových slov (*ty vole, vole, ty jo*). Uchyluje se k užití prvků z hovorové a nespisovné jazykové vrstvy. V průběhu konverzace se Pohlreich dopouští nezdvořilosti pozitivní i negativní. Jednak nastoluje téma a priori pro adresáta nepříjemné. Navíc v hovoru užívá imperativů (*nesmíš, nemůžeš*), kterými omezuje Šmolovu možnost rozhodnout se podle vlastní svobodné vůle, nedává mu na výběr. Zvolenou nezdvořilostní strategií kompenzuje užitím třetí osoby singuláru, místo první. Své hodnocení tedy formuluje slovy *to je normální prachsprostej lidskej humus nebo je to normálně morální ty vole úpadek*, z tohoto vyjádření vyplývá, že má na mysli Šmolův morální úpadek, ovšem vyjádření zjemňuje. Do dané situace se promítá i rozdíl v blízkosti mluvčích oproti předchozí uvedené situaci (mezi Pohlreichem a Babejnovou byl odstup ve formě vzájemného vykání). Zde jsou mluvčí stejného pohlaví, přibližně stejného věku a již na začátku natáčení se dohodli na vzájemném tykání (ZP: *nemůžem si tykat // MR: asi jo*). Důsledkem této blízkosti je i níže uvedená ukázka, ve které Pohlreich opět používá strategii přímé a negativní nezdvořilosti.

((Pohlreich se Šmolem se schází ráno k dalšímu natáčecímu dni. Sedí spolu u venkovního stolu, Šmol nabízí k snídani skleničku šampaňského. Pohlreich se Šmola před kamerou vyptává na důvod, proč úroveň jeho podnikání tak poklesla. Šmol mluví o svém nevydařeném manželství, jehož důsledkem bylo zanedbání restaurace.))
ZP: je ti vole jedna pade a kolik novejš startů chceš jako absolvovat ještě

MR: *no to už moc ne asi*

ZP: *kolik myslíš že ti zbejvá času?*

MR: *moc ne*

ZP: *zbejvá ti hovno. se s tebou bavim jak kdybys byl malej kluk, ale ty se tak chováš*

MR: *jo*

ZP: *ty seš takový velký mimino prostě. sympatický energický utržený vod řetězu vole roman ale na férovku fakt, sereš to jak můžeš vole*

MR: *mhm*

V rozhovoru je navozeno intimní a ne zcela příjemné téma, tím je porušena maxima taktu. Pohlreichova přímá otázka *he:le tak co, proč myslíš že ta hospoda je v prdeli, jak je?* negativně hodnotí současnou situaci Šmolova podnikání užitým vulgárním frazémem „být v prdeli“. Útočným tónem v rozhovoru pokračuje i dále narážkou na Šmolův věk. Nesnaží se být v souladu s adresátem. Porušuje hranici důvěrnosti a zachází k intimnímu tématu, které není přímo spojeno s profesními záležitostmi. Staví se do role muže s velkou životní zkušeností, ačkoli věkový rozdíl mezi oběma mluvčími je minimální. Otcovským způsobem Šmola kárá za jeho nerozvážnost. Samotné sdělení *sereš to jak můžeš* opět kompenzuje předchozím pokusem o vyzdvihnutí pozitivních vlastností adresáta (*sympatický energický*). Šmol Pohlreichovu agresivitu opět přechází souhlasným gestem. Neoponuje, nesnaží se Pohlreichovo tvrzení vyvrátit.

Strategii přímé nezdvořilosti v rámci sledovaných dílů Pohlreich používá zřídka. Obvykle v emočně vypjatých situacích. Svůj útok na partnerovu tvář se většinou snaží kompenzovat.

6.2 Pozitivní nezdvořilost

Pozitivní nezdvořilost využívá strategií přímo poškozujících adresátovu pozitivní tvář. Mezi tyto strategie patří projevování nezájmu, neprojevení soucitu vůči adresátovi, ignorování druhého, vyloučení osoby z aktuální činnosti či stranění se ho. Dalším typem pozitivní nezdvořilosti může být užívání nevhodných identifikačních znaků (oslovím-li přezdívkou osobu neznámou či naopak budu formální ve styku se známou osobou), hanlivé oslovení, či užívání žargonu, kterým příjemce bude zmaten. V neposlední řadě adresátovu tvář ohroží úmyslné vyhledávání a nastolování nepřijemných a citlivých témat.⁸³

V následující ukázce ze 6. dílu dochází k vyhrocení situace mezi Pohlreichem a Michalem Němcem (dále MN), provozovatelem Rybářské bašty, jehož zvláštní záliba je v umísťování reklamních plakátů a cedulí po celém podniku. Tato libůstka je Pohlreichem opakovaně kritizována. Němec se vždy snaží oponovat či ospravedlnit.

⁸³ Barbapostolosoová, L.: *Komunikace v televizní reality show*. Nepublikovaná disertační práce, FF UP, Olomouc 2012, s. 95.

((Pohlreich a Němec se vrací do provozovny z oběda v konkurenční restauraci. Zastavují se u stánku se zmrzlinou náležíci k Němcově podniku, který je již zdálky vidět podle mnoha stejných reklamních poutačů.))

ZP: hele co to zase tady máš? teď sme dojedli oběd ty vole, a zase čumim na šest zmrzlin nebo co

MN: no tak aby to bylo vidět že jo, že máme zmrzku

ZP: ty vole ty seš úplně vole perverzní vole, ale tohleto zmrzlina vole. kofola cedule. ty si vůbec nic nepochopil vole

MN: ale počkej to není finále zdeňku

V první části rozhovoru Pohlreich opakovaně poukazuje na názorovou neshodu mezi ním a Němcem. Svůj názor prosazuje jako jediný správný a možný. Němec se snaží vysvětlit své pohnutky pro toto jednání, souhlas skupiny se snaží získat kontaktní částicí že jo. Na jeho obhajobu reaguje Pohlreich útočným a urážlivým vyjádřením *seš úplně vole perverzní*. Napadá estetické cítění komunikačního partnera, vyjadřuje jeho vybočování z běžných norem. Porušuje tak Leechovy maximy shody a taktu. Replikou *ty si vůbec nic nepochopil* dokonce útočí na jeho inteligenci. Němec se stále snaží obhájit a vysvětlit, že na změnách, které mu Pohlreich navrhl, teprve pracuje, a je brzy na vyjádření konečných soudů. Pohlreich opět používá slova inherentně expresivní, rozčilení je patrné z porušené větné stavby. Rozhovor dále pokračuje:

((Pohlreich a Němec se zastavují u vývěsní vitríny před restaurací, v níž visí nabídka denního menu, úmyslně natočená křivě.))

ZP: proč to máš zase na dvě facky tamhle to menu takhle? proč máš zase tady ty úchylný cedule?

MN: na dvě facky je tohle jo?

ZP: no zmrzlina jedna druhá třetí. to je nakřivo schválně?

MN: jo

ZP: a teď mi to teda vysvětlí. co to znamená. že je to schválně

MN: to je eee z nějakýho jinýho podniku, kde nám řekli jako pír ((myšleno PR)) že-

ZP: =já se nebavim vo jiným podniku já se bavim vo tobě

MN: dobře upoutá to víc pozornost, když ta cedule je nakřivo

ZP: ti řek kdo?

MN: nějakej chytřej pán co dělá reklamu. ale méno si nepamatuju

ZP: chytřej pa:n. tak to byl nějakej debil z reklamky vole. ti řekne že to má bejt nakřivo, aby si toho někdo všim?

MN: jo

ZP: a tady v hlavě máš co vole? tam máš porci míchaných vajec nebo co vole. co tam máš že čím. čím přemejšlíš teda?

MN: ale mně to přijde dobrý

ZP: *co to je za idiocii vole že to je nakřivo vole že jako můžu přít vole a říct co bych si tak asi dneska dal vole ((paroduje, převádí chůzi nakřivo, aby mohl číst menu)) to myslíš vážně?*

MN: *ne fakt mi to někdo řek*

ZP: *ty normálně bereš drogy*

MN: *neberu neberu.*

ZP: *to není normální ((střih))*

V této části rozhovoru je jasně patrná Pohlreichova snaha ovlivnit příjemcův názor a dosáhnout změny v jeho jednání. Doposud použité vyjadřovací prostředky k tomuto cíli nevedly, proto své sdělení intenzifikuje skrze vulgární a hrubé prvky. Přímo útočí na pozitivní tvář svého komunikačního partnera, opakovaně jej uráží a zpochybňuje jeho schopnost samostatného zdravého úsudku. Obviňuje jej z manipulovatelnosti a netaktně se dotýká jeho inteligence. Odmítá možnost, že by někdo mohl mít na věc jiný pohled než on. Ve způsobu ponížení adresáta prokazuje jistou hravost, vynalézavost a originalitu, jejímž cílem je pobavit televizního diváka (*v hlavě máš porci míchaných vajec*). Právě tento typ Pohlreichových výroků je charakteristickým rysem pořadu, jež přináší diváckou oblibu a vysokou sledovanost. Němec se snaží na Pohlreichovy výpady reagovat a obhájit se nebo vysvětlit své pohnutky pro dané jednání. Pohlreich mu nedopřává prostor, je verbálně agresivní, skáče mu do řeči. Záměrně zůstává u tématu, jež je adresátovi nepříjemné. V jeho projevu se objevuje ironie (*chytřej pá:n*) a také parodické nonverbální prostředky vedoucí k zesměšnění jednání komunikačního partnera. Na další partnerovy chabé pokusy bránit se, stát si za svým názorem a uchovat si tvář reaguje stále útočněji, až vygraduje ve stereotypní názor, že adresát bere drogy, a tudíž je jeho vnímání narušené.

V následující ukázce z dílu natočeného na farmě Bolka Polívky, mediálně známé osoby, ohrožuje Pohlreich pozitivní tvář vedoucí kuchyně Moniky (dále KM), neboť vyzdvihuje porušení hygienických norem, na kterých velmi lpí, a ke kterému podle něj v provozovně došlo.

((V kuchyni se komunikační situace účastní kuchařka Monika, její kolegyně Věra. Přihlíží majitel provozovny Bolek Polívka.))

ZP: *věrko prosim vás. ten pořádek tady dámy prostě nemáte*

KM: *já si stojim že tu pořádek je*

ZP: *není*

KM: *a z hygienických směrnic mám tam co kde [mám]*

ZP: *[já seru] já se vyseru na hygienický [směrnice]*

KM: *[zdendo ale] tak co mám dělat, když mám jeden chladák*

ZP: *= mě teď zajímá teď se [bavíme jako]*

KM: *[to mě teď štveš]*

ZP: *[ted' se bavíme vo vo kuchařských věcech]*

KM: *[neříkám kdyby tam byla špína] nebo něco takovýho tak řeknu ano máte pravdu*

ZP: *máte tady bordel jako v tanku*

KM: *nemám*

ZP: *drahoušku máte [tady]*

KM: *[nemám]*

ZP: *nechutnej bordel dokonce*

KM: *=nemám*

ZP: *ale jo*

KM: *[nemám]*

ZP: *[máte]*

KM: *ne nemám*

ZP: *a jako když budete tisíckrát říkat že ne, tak ta pravda bude pořád stejná*

Chování ohrožující pozitivní tvář zde vyvrcholí otevřeným konfliktem. Pohlreich opět akcentuje své postavení odborníka a znalce. Zarytě trvá na svém názoru, že v kuchyni je nepořádek a odmítá připustit, že personál dělá vše, co je v rámci jeho možností. Komunikační partnerce nedává prostor pro vyjádření názoru nebo pro argumentaci, vzájemně se přerušují a repliky splývají v jednu. Pro zdůraznění ignorace tématu, jež chce Monika nastolit, se Pohlreich uchyluje k užití vulgarismů a hanlivých slov, jimiž ventiluje emoční napětí a vyvíjí na adresáta nátlak, aby změnil jeho názor. Ke gradaci dochází i deminutivním oslovením *drahoušku*, jež ve vztahu těchto dvou cizích lidí není na místě a evokuje Pohlreichovu snahu prokázat svou nadřazenost nad komunikačním partnerem. Způsobem argumentace porušuje konverzační maximu způsobu, své myšlenky formuluje vágně a nejednoznačně. Monika se staví do opozice, v rozčilení přechází od vykání k tykání a Pohlreicha oslovuje křestním jménem. Snaží se v rámci kooperačního principu zachovat s komunikačním partnerem shodu. Její snaha komunikačním partnerem není akceptována, vůči tomu se verbálně vymezuje poznámkou *to mě ted' štveš*, která však také zůstává bez odpovědi. Vyhnout se konfliktu a zachovat si svou tvář je pro Moniku důležité kvůli přítomnosti zaměstnavatele, který hádce mlčky přihlíží. Konflikt se dotýká i jej samého a jeho mediálního obrazu, k jehož poškození může dojít otevřenou kritikou podniku, který vlastní. Do rozhovoru vstupuje následující replikou, ve snaze konflikt zažehnat:

BP: *tak já u toho tady nebudu. u toho nebudu jak se tady vodkrejvaj mrazáky*

ZP: *ale to je docela, já tu určitě nejsem kvůli tomu (..) abych z někoho z vás dělal blbce, určitě ne*

BP: *=na mě neukazuj*

ZP: *já se tady prostě, jestli mě necháte, tak já se vám budu snažit jako prostě ukázat,*

co myslím že byste měli dělat jinak

BP: tak [vidíš] ((směrem k Monice))

Zde zaznamenáváme změnu v Pohlreichově komunikačním jednání, svou pozornost obrací od Moniky k Polívkovi. Sociální rozdělení rolí je jiné než s Monikou. Do rozhovoru se dostává odborník Pohlreich a majitel podniku, dva muži v přibližně stejném věku, oba mediálně známí. Pohlreich nabízí kompenzační výrok s opakovaným ujištěním, že jeho cílem není podnik a jeho majitele poškodit, ale naopak mu pomoci. Od direktivního vyjádření přechází k nabídce pomoci, která může a nemusí být přijata. Svou nezdvořilost vůči Monice si tedy uvědomuje a v rozhovoru s Polívkou se jí již vyvaruje.

6.2.1 Oslovení adresáta

Ke strategii ohrožující pozitivní tvář adresáta patří také užívání oslovení. Oslovení v konverzaci plní především kontaktní funkci, označuje toho, ke komu se obrací řeč. Konvencionalizovaný sociální aspekt oslovení spočívá v jeho přijatelnosti pro adresáta. Oslovení často bývá prvním krokem k dialogu, k získání posluchačovy pozornosti. Způsob oslovení předznamenává ráz celé interakce. Také určuje sociální skupinu, k níž adresát náleží. Lze jím vyjádřit společenskou nadřazenost, rovnost či závislost mluvčího vůči adresátovi.

V češtině rozlišujeme dva způsoby oslovování – jmenné a zájmené. V rámci zájmeného oslovení disponuje čeština tykáním, jež je výrazem důvěrnosti, známosti, přátelství a malé sociální distance mezi mluvčími. Naopak vykání vyjadřuje zdvořilost, neznámost, formálnost a distanci. Jmenné oslovování lze realizovat prostřednictvím oslovení křestním jménem, příjmením či titulem.⁸⁴

Ke zvláštní asymetrii dochází mezi vykáním a tykáním, tento případ jsme v pořadu našli. V pěti z dvanácti analyzovaných dílů se Pohlreich s majiteli provozoven dohodl na tykání. S ostatními majiteli a jejich manželkami či přítelkyněmi si vyká. Tento akt snížení sociální distance je vždy explicitně zobrazen v sestřihu z natáčení. Ve třech případech k tykání bylo přistoupeno již na začátku dílu. Obvykle se na možnost tykání dotazoval Pohlreich mužů v přibližně stejném věku. V díle s Bolkem Polívkou vzešla iniciativa od mediálně známějšího herce. V dalších dvou případech ke změně z vykání na tykání došlo až v průběhu pořadu. Obvykle ve chvíli, kdy se Pohlreich chystal vyjádřit nevybíravou kritiku komunikačního partnera, dotázal se na možnost tykání, jak ilustruje následující ukázka.

ZP: jak se menujete křestním ménem

MN: michal

84 Kněřová, M.: Ke způsobům oslovování v mluvených projevech. In: Naše řeč 78, 1995, č. 1, s. 37.

ZP: *můžu vám tykat michale?*

MN: *jo*

ZP: *jo tak michale mezi náma dvouma, děláš ze sebe vola*

Jiným způsobem se však Pohlreich chová vůči kuchařům, kteří jsou oproti kuchařkám ve většině, a ostatnímu personálu, s nímž se v průběhu natáčení setkává. Zde se projevuje jasná sociální asymetrie, kterou Pohlreich projevuje právě vůči mladším mužům. Při prvním setkání s nimi automaticky přistupuje k tykání, přičemž sám očekává, že mu bude vykáno. Někteří mladí muži jsou tím uvedeni do rozpaků, neboť z Pohlreichova jednání často vyzařuje despekt vůči jejich osobě, avšak nastavené rozdělení rolí akceptují, aniž by se vůči němu ohradili. Při setkání s ženami – kuchařkami projevuje Pohlreich poněkud více zdvořilosti, neboť se jich dotazuje, zda je může oslovovat křestním jménem. Pouze v jednom ze tří dílů, kde se setkává s ženou v kuchyni, v průběhu natáčení dojde ke změně z vykání na tykání – ovšem opět pouze jednostranně, kuchařka Pohlreichovi stále vyká. Obecně tedy lze konstatovat, že rozhodující roli v přístupu k mluvčímu hraje jeho věk a pohlaví. K ženám středního věku se Pohlreich chová zdvořileji než k ženám mladým a všem mužům, kteří nejsou ve vedoucí pozici.

V oslovení komunikačních partnerů, se kterými si Pohlreich vyká, obvykle užívá oslovovacích výrazů, jejichž účelem je mírnit interakční napětí. Oslovovací výraz je obvykle ve formě propria, tedy *pane Babejn, pane Oktábec, pane Král*. Pro oslovení užíváme vokativu, avšak z výše uvedených ukázek je jasně patrné, že Pohlreich vždy oslovuje nominativem. V několika málo případech Pohlreich své komunikační partnery oslovuje titulem, např. *paní majitelová, pane šéf*. Tímto oslovením však signalizuje negativní hodnocení, ironii či sarkasmus vůči adresátovi, jak vyplývá z kontextu i pozměněné intonace. U žen kuchařek je pro něj specifické dotazování na možnost použít v oslovení křestní jméno. Tuto neutrální formu jména (*Gabrielo, Pavlo, Moniko*) zaměňuje za hypokoristikum v případě, že dotyčnou osobu kárá či nesouhlasí s jejím jednáním, pak se objevuje například výpověď *ale Martičko*, to snad nemyslíte vážně. K užití hypokoristik se uchyluje v několika případech i u mužů, v obdobné situaci, kdy se jim snaží něco vytknout nebo vstupuje do role učitele a žáka (*Rostlo, Pepí, Tomíno*).

Další formou oslovení, jež se v analyzovaném materiálu velmi často vyskytuje, je oslovení apelativní, které vyjadřuje emoční vztahy komunikačních partnerů. Nevyšší frekvenci má oslovení *chlapče, příteli můj milovanej* či *chlapci, kluci, hošani, dámy, děcka* pro oslovení více komunikačních partnerů. Právě oslovením *chlapče/chlapci* signalizuje nerovnost sociálního postavení, své partnery staví do role mladých a nezkušených oproti sobě samému. K užití apelativního hypokoristika se uchyluje také v afektu, kdy svého komunikačního partnera oslovuje například *drahoušku*, čímž však nevyjadřuje emoce pozitivní, jež jsou běžně

v tomto oslovení inherentně obsaženy. Naopak jej užívá jako prostředek posměchu či ironie.

Do kategorie oslovení, jež zcela ohrožuje adresátovu tvář, spadají oslovení pomocí prostředků expresivní povahy, jejichž podstatou je tykání, a odráží emoční vztah k adresátovi.⁸⁵ Většinou je pro Pohlreicha podnětem pro jejich užití reakce na nějakou skutečnost z adresátova prostředí či aktuální událost, například *ty hostivařská topinko, ty asociální bestie, blboun jeden, psychopate*. Ve výše uvedených případech adresát vždy oslovení přešel bez reakce, aby nebyla narušena harmonie mezi mluvčími. Takovou situaci ilustruje i jeho útok na tvář pomocné kuchařky Růženy, který vygraduje hanlivým oslovením.

ZP: *a krájejte ty knedlíky rovně jo. z toho nebudete dělat vobložený chlebičky.*

PR: *ne*

ZP: *babo děsná*

Inherentně expresivním oslovením *babo děsná*, jež kontrastuje s vykáním v předchozí replice, vyjadřuje svůj nepřilíš pozitivní vztah ke komunikační partnerce. Ten se projevuje po celou dobu natáčení, kdy ji Pohlreich ponižuje pro jistou mentální zaostalost a stává se předmětem jeho vtipů.

V některých případech je možné také vysledovat motivaci škádlením komunikacího partnera (*plešoun jeden estetickéj*).

6.3 Negativní nezdvořilost

Strategii negativní nezdvořilosti mluvčí uplatňuje, pokud chce poškodit negativní tvář adresáta. Vědomě se dopouští věcí, které se nedělají v kooperativní komunikaci, jež má proběhnout bezkonfliktně. Příjemce může být zstrašován, zesměšňován. Dochází k opovržení adresátem (například užitím deminutiv za účelem pohany) či vnikání do jeho osobního prostoru fyzického i psychického. Explicitně jsou zdůrazňována negativa adresáta a stavěna do opozice s pozitivy mluvčího, vyzdvihovány jsou nesplněné závazky či dluhy. Barbapostolová⁸⁶ uvádí, že tuto superstrategii mluvčí nejčastěji užívají v komunikaci s osobami blízkými. Vůči nim si dovolujeme zásadnější porušení bontonu a útoky na negativní tvář než ve směru k osobám, které známe krátce. V těchto situacích nebývá negativní nezdvořilost projevem neúcty, ale spíše možností využívat nezdvořilých prostředků bez nutnosti následné kompenzace. V Pohlreichově případě se prvky negativní nezdvořilosti objevují především v komunikaci s osobami neznámými, kde bychom porušování zdvořilostních pravidel v této míře nepředpokládali.

⁸⁵ Švehlová, M.: K problematice oslovení v češtině. In: *Rozumět jazyku*. Praha 1995, s. 79.

⁸⁶ Barbapostolová, L.: *Komunikace v televizní reality show*. Nepublikovaná disertační práce, FF UP, Olomouc 2012, s. 98.

V následující situaci dochází k ponížení mladého kuchaře Tomáše, s nímž se Pohlreich setkává poprvé v životě. Místo pozdravu při vstupu do kuchyně se táže po odpadkovém koši. Kvalitu uvařeného jídla nekritizuje slovně, ale přistupuje ke strategii ještě útočnější a demonstrativnější. Zároveň dochází k ohrožení negativní tváře majitele provozovny, jež je za kvalitu servírovaného jídla ve vlastním podniku zodpovědný.

((Pohlreich vchází v doprovodu majitele Jaraby poprvé do kuchyně, nese čtyři talíře s jídlem, která mu uvařil přihlížející kuchař Tomáš.))

ZP: kde tady máte koš, prosím vás

JR: koš?

ZP: na odpadky

JR: můžu to tam sypat?

ZP: já si to tam hodím sám (...) ta:k a máme to

Hlavním komunikačním kanálem je zde Pohlreichovo neverbální jednání. Akt vyhození téměř netknutého jídla do odpadu je ponižující nejen pro kuchaře, který nedostává příležitost k vlastní obhajobě ani k jakémukoli jinému vyjádření. Ohrožení tváře pociťuje i Jaraba, který se snaží situaci zmírnit tím, že by jídlo do odpadu vyhodil sám. V tomto případě mu Pohlreich odpírá zdvořilost a trvá na tom, že tento akt provede sám. Záměrně oba muže uráží a zneužívá rozdělení sociálních rolí. Výrazně se zde promítá jeho pocit nadřazenosti vůči mladším mužům, především kuchaři Tomášovi, který je krátce po vyučení, tedy z Pohlreichova pohledu zcela nezkušený. Jediný náznak kooperačního principu zaznívá v poslední části jeho výpovědi *t:ak a máme to*, kdy použil sloveso v první osobě plurálu, čímž signalizuje, že se zahrnuje mezi zúčastněné komunikanty (*a máme to* by v této situaci bylo ještě více urážlivější). Svým komunikačním jednáním porušuje Leechovy maximy ocenění a taktu, nesnaží se zachovat soulad mezi mluvčími či se vyvarovat neshod. Svou otázkou po odpadkovém koši zároveň porušuje Greceovu maximu kvantity a způsobu, neboť jeho vyjádření je příliš stručné a nejednoznačné. Nutí adresáta ke konverzační implikatuře.

V mnoha případech Pohlreich vyvíjí na své komunikační partnery nátlak, aby činili věci, jenž jim nejsou příjemné. To dokumentuje i následující ukázka, ve které přiměje kuchařky Moniku a Renatu, dvě ženy v přibližně stejném věku, jako je on sám, aby se zapřísahaly, že danou chybu v přípravě pokrmu, na kterou je opakovaně upozorňoval, již nikdy nebudou opakovat.

ZP: nikdy, velký slovo nikdy. masa který jsou dělaný na rychlo na objednávku podle minut jak chcete, se nepodlejvají vodou nikdy ano (...) nikdy. řekněte, stoupněte si vedle mě ((otáčí je na kameru)) zvedněte pravou ruku opakujte po mně

KM: ano

ZP: *pane šéf, už nikdy nedám maso na studenou pánev a nebudu ho podlejvat vodou. k tomu mi dopomáhej bůh ((KM a KR opravdu opakují slovo od slova s rukou pozvednutou k přísaze))*

ZP: *tak*

Obě ženy bez námitek přistoupily na rozdělení rolí, do kterých je Pohlreich postavil. Opět zde vzniká silná sociální asymetrie. Pohlreich si vynucuje změnu jejich jednání nejen verbální, ale nutí je i k určitým fyzickým úkonům. v tomto případě se zaštiťuje svou instituciálností a využívá přítomnosti kamery. Pocit participantů natáčení, že jsou snímáni kamerou, se promítá v jejich snížené snaze odporovat a chránit si vlastní tvář. Podobná situace nastala i s provozním Ervinem z restaurace U klauna.

ZP: *co tady kouříš? co tady vyhuluješ?*

ER: *((nervózní smích))*

ZP: *kurva tady se má kouřit akorát z komína*

ER: *((zahodí cigaretu)) pracovat se musí*

ZP: *dělej*

V tomto případě Pohlreich používá expresivnějšího způsobu vyjadřování, neboť mluví s mladým mužem. V jeho jednání se obecně dá popsat tendence být méně zdvořilý vůči mužům. Opět se uchyluje i k použití vulgarismu. Ervin, na první pohled introvertní muž, který je z natáčení evidentně nervózní, opět nevzdoruje a vyhoví pokynů, ač mu to není příjemné. Podobně pokorně reaguje i na nezdvornou výzvu, aby změnil svůj pracovní úbor, neboť dělá podniku ostudu.

Následující dvě ukázky jsou dokladem strategie, při níž je využito zesměšnění komunikačního partnera ke kritice jeho jednání. V obou případech Pohlreich mluví s mladými muži, majiteli podniků.

ZP: *máš nějaký peníze?*

JR: *jestli mám nějaký peníze?*

ZP: *jestli po mně budeš vopakovat ty votázky ty voe, tak si mě nežádej*

JR: *já si u toho rozmejšlim odpověď. mám nějaký peníze*

ZP: *=jo my netočíme vojnu a mír, jo to musí bejt za padesát minut odvysílaný*

V této ukázce nejprve Pohlreich útočí na tvář komunikačního partnera výhružkou *si mě nežádej*. V replice se také objevuje kontaktní partikule *vole*, která odráží sníženou distanci mezi mluvčími, kteří si začali tykat již na začátku natáčení. Tato výhružka vyjadřuje sociální role, jež jsou rozděleny opět velmi nerovnoměrně, pokud si Pohlreich vůči svému komunikačnímu partnerovi dovozuje takto káravě výchovnou poznámku, kterou bychom spíše očekávali v dia-

logu učitele se žákem nebo rodiče s dítětem. Pohlreich také odmítá uznat osobní prostor svého partnera, který potřebuje čas pro úspěšnou komunikaci. Jeho obhajobu opět odmítá vyslechnout a okamžitě na jeho repliku navazuje posměšnou narážkou na domnělou pomalost v partnerových reakcích. Propojuje ji se stereotypem týkajícím se délky známé ruské epopoje Lva Nikolajeviče Tolstého. Toto spojení je prostředkem komiky pro pobavení televizního diváka. Podobně absurdní přirovnání používá ve druhém případě, kdy kritizuje snahu majitele podniku, který zareagoval na jeho doporučení, aby zvážil rozsah nabízených pokrmů ve své provozovně, a jako nejdostupnější řešení zvolil proškrtání jídelního lístku tlustým černým fixem.

ZP: marceli (...) když se podívám do tohletoho ((ukazuje proškrtaný jídelní lístek)) tak bych se prostě zblil (...) tohle má stejnej výsledek jako když si stokilová bába vezme bikiny na na pláži a tady si prostě přišije sem na dietě počkejte bude to lepší jako jo, prostě to je strašný.

V tomto případě je mezi muži větší odstup, k tykání nepřistoupili po celou dobu natáčení. Přesto se Pohlreich vyjadřuje velmi expresivním způsobem, ať už inherentně expresivním výrokem bych se prostě zblil, či kontextově expresivním přirovnáním výsledku adresátovy činnosti k obecně nepřilíš pozitivně hodnocené představě obnažené obézní ženy s příslibem nápravy jejího stavu, avšak s velmi nejistým výsledkem. Touto replikou porušuje většinou Leechových maxim zdvořilostního principu – od maximy taktu a velkorysosti po maximy shody a souladu. I přesto je jeho nezdvořilost komunikačním partnerem přijata, aniž by byla podnětem pro konflikt.

6.4 Škádlení, ironie a sarkasmus

Ironie je Nekulou⁸⁷ označena jako „hra na sdělení“, neboť ironií vyjadřujeme něco jiného, než myslíme, obvykle pravý opak. Někdy může být také pojímána jako prostředek pokárání, posměchu či výsměchu. Leech formuluje princip ironie jako nadstavbu zdvořilostního principu: „Jestliže musíš někoho urazit, udělej to takovým způsobem, který nebude v otevřeném konfliktu s principem zdvořilosti a dovolí adresátovi dospět k urážlivému smyslu tvé výpovědi prostřednictvím implikatury.“⁸⁸ Při užití ironie dochází k porušení Griceovy maximy kvality, a tím tedy porušení kooperačního principu, neboť právě maxima kvality je nadřazena všem maximám ostatním. Mluvčí porušuje princip kooperace, jehož základem je upřímnost. Ironický mluvčí vrší překážky v komunikaci a nutí adresáta k vytvoření významu implikovaného. Protiklad mezi tím, co mluvčí vyřkne, a tím, co touto promluvou skutečně míní, je rovněž podstatou lži. Rozdíl mezi lži-

⁸⁷ Nekula, M.: Pragmalingvistická interpretace irone. In: *Slovo a Slovesnost 51*, Praha 1990, s. 95.

⁸⁸ Hirschová, M.: *Pragmatika v češtině*. Praha 2006, s. 193.

vou výpovědí a ironií spočívá právě v identifikování prostředků, které mají adresáta upozornit na ironii, v případě lži má být tento rozpor a porušení maximy kvality adresátovi zatajen. v případě ironie „se protiklad doslovného a intendo- vaného významu neskrývá, naopak má být adresátem rozeznán a intendo vaný význam má být identifikován, ironie bývá tedy signalizována“.⁸⁹ Obvyklými prostředky pro rozklíčování ironie jsou barva hlasu a intonace. Nekula⁹⁰ zpochybňuje možnost jednoznačného a nesporného vymezení výrazových prostředků ironie: „ironie totiž nemá vlastní výrazové prostředky, jejichž primární funkcí by bylo vyjadřovat a signalizovat ironii“. Při sledování Pohlreichova projevu se však dají odhalit často užitá prostředky, jimiž ironii signalizuje, až se již jedná o suprasegmentální prvky jako přehánění délky, intonace, přehrávání, nebo naopak apatickou melodii a falzeto, jímž se napodobují a parodují ženy, lze označit za jednoznačné známky ironie. Avšak obecně definovat výrazové prostředky ironie, jež by měly všeobecnou platnost, je velmi obtížné. Ironie bývá totiž kromě intonace a gest určována i komunikační situací, zakotveností v ní a kontextem, například v případech, v nichž je ironie vyvozena z kontrastu vzhledem k předchozím informacím. Šíře a rozmanitost těchto komunikačních situací znesnadňuje klasifikaci a definici výrazových prostředků ironie.

Pojem ironie je spojen s termínem sarkasmus, obecně je sarkasmus považován za vyhlaceno, kousavější formu ironie. Mezi těmito pojmy existuje vztah inkluze, často bývají tyto výrazy volně zaměňovány, hranice mezi nimi se stírají a jsou obtížně rozeznatelné. Mezi sarkasmem a škádlením je však znatelný rozdíl. Ironie a sarkasmus jsou prostředky posměšné nezdvořilosti a působí sociální nepohodu mezi komunikanty. Naopak škádlení je spojeno s komunikací za účelem sblížení, udržování intimity. Může z něj pramenit sociální harmonie.

V následující ukázce, kdy se manželka majitele restaurace Gabriela Babejnová (dále jen GB) rozhodne splnit Pohlreichovo přání a vstoupí do role kuchařky, která mu sama připraví palačinku, ačkoli to obvykle není náplň její práce a nemá v tom praxi, dochází od škádlení přes ironickou repliku až k sarkastickému napodobení a zesměšnění adresáta.

((Babejnová v kuchyni připravuje palačinku, její aktivitě přihlížejí kuchařky Renata a Marta

GB: hele já bych řekla že z té palačinky asi nic nebude. máme tady nějakou vobracečku?

ZP: vobracečka na žaludek by se spíš hodila asi vole

GB: kde je nějaká?

ZP: he he he he

GB: v klidu ((otočí připálenou palačinku)) ty vole to asi ne todle.

ZP: no na tu se těším

GB: udělejte někdo panu polrajchovi snídani ((záběr na plesnivou marmeládu)) tak

⁸⁹ Hirschová, M.: Pragmatika v češtině. Praha 2006, s. 192.

⁹⁰ Nekula, M.: Pragmalingvistická interpretace ironie. In: *Slovo a Slovesnost* 51, Praha 1990, s. 10.

tohle asi ne. máme jinou marmeládu?

ZP: uuuu

GB: to je vaše ostuda dámy

ZP: to je vaše ostuda. mně ta restaurace jenom patří.

Komunikační situace se odehrává v kuchyni za přítomnosti obou kuchařek. Babejnová přecenila své síly a Pohlreich zcela nezdvořile a záměrně svým kritickým vyjadřováním porušuje Leechovy maximy velkorysosti, ocenění a taktu. Výraznou mimikou (zvednuté obočí, nakrčený nos) signalizuje naprostý nesoulad s replikou *no na tu se těším*, čímž svou komunikační partnerku ironicky uráží. Situace se vyhrocuje, po nálezu plesnivé marmelády. Výtka Babejnové určená oběma kuchařkám se v Pohlreichově podání obrací proti ní samé, neboť ji paroduje opakováním její repliky *to je vaše ostuda*, ovšem se změněnou barvou hlasu a intonací. Svůj sarkastický výrok podporuje posměšným komentářem, že Babejnová, coby spolumajitelka, se stavem kuchyně nemá nic společného. Do této situace se Babejnová dostala sama, přeceněním svých sil. Pro zachování vlastní tváře podstupuje sebekritiku a nakonec zachází tak daleko, že spálenou palačinku, na první pohled nepoživatelnou, sama konzumuje.

Jednou z Pohlreichových strategií nezdvořilosti je užívání ironických kontextově expresivních přirovnání. Paradoxně právě tento způsob jeho projevu je jedním z důvodů divácké úspěšnosti pořadu. Tuto strategii používá např. v následující ukázce.

((Bolek Polívka (BP) komentuje sváteční oblek manažera svého podniku směrem ke své partnerce Monice Černé a Pohlreichovi.))

BP: panu heřmánkovi to sluší

ZP: všechen co-

BP: sluší mu to. men in blek.

ZP: men in blek vole. sluší mu to jak čuníkovi podprsenka (.) vypadá krásně (.) fešák.

Na Polívkovu upřímnou pochvalnou poznámku Pohlreich reaguje způsobem naprosto opačným. Nejprve zopakuje Polívkovu repliku s ironickou intonací a dále ji rozvíjí absurdním přirovnáním k hospodářskému zvířeti oděnému do dámského spodního prádla. Tato myšlenka je urážlivá nejen pro toho, o kom se mluví, ale také pro adresáty, jež naslouchají. Pohlreich porušuje pravidla etikety a navozuje téma tabuizované pro rozhovor na veřejnosti. Sám se touto myšlenkou baví a s krátkými pomlkami na ni navazuje stále v ironické barvě hlasu. Ironie se odráží i v jeho práci s mimickými svaly. Svě komunikační partnery a jejich odezvu netaktně ignoruje. Polívka i Černá se zříkají reakce na Pohlreichovu výpověď, nezdvořilost přecházejí mlčky.

Další z komunikačních strategií, kterou Pohlreich využívá, je pokus o ironické škádlení. Ovšem, jak vyplývá z následujících dvou ukázek, ne vždy je dosaženo shody s adresátem.

((Pohlreich vstupuje do kuchyně a poprvé se setkává s velmi mladým kuchařem Tomášem Kubickou.))

ZP: =já jsem polrajch. dobrý den

KT: kubica

ZP: babica?

KT: kubica

ZP: kubica. chutnalo to jako vod toho prvního.

KT: no: já vím já sem byl [nervózní asi]

V této komunikační situaci Pohlreich využívá komického efektu podobnosti jmen kuchaře Kubici a známého českého kuchaře Babici, jehož práci Pohlreich již dříve opakovaně v mediálním prostředí kritizoval. V tomto kontextu se slovní hříčka mění v sarkastickou poznámku. To si adresát plně uvědomuje a snaží se omluvit kvalitu připraveného jídla svou nervozitou v následující replice, do které Pohlreich nezdvořile vstupuje, aniž by jej nechal domluvit. Do jeho postoje se opět projevuje pocit sociální nadřazenosti vůči mladšímu komunikačnímu partnerovi.

Ani v následující ukázce zdánlivé škádlení není pro harmonii komunikačních partnerů přínosem.

ZP: jo bingo (.) bolel na hrad

BP: no <neříkej to dvakrát>

ZP: sem myslel na vopuštěnej. he he

BP: (...) deš tam zase zpátky eště?

V první části komunikační situace se zdá, že Pohlreichova hyperbolická replika bolel na hrad je míněna jako pochvala za jednání vykonané adresátem. Tak je adresátem také vysvětlena, pozitivně ve smyslu návrhu postavit jej do čela státu na Pražský hrad, sídlo českých prezidentů, jak vyplývá z reakce pronesené se smíchem. Ovšem Pohlreich svou myšlenku proměňuje v sarkasmus, když adresátovi dovysvětlí, jak svůj výrok myslel – opuštěný hrad naopak je sídlem vyhnanců, lapků a strašidel. Pohlreichovo porušení Griceovy maximy kvality, která adresáta donutila uchýlit se ke konverzační implikatuře, je zde doplňující informací obráceno proti Polívkovi. Ten na porušení maximy taktu nereaguje, nezdvořilost přechází mlčením a poté mění téma rozhovoru.

6.5 Odepřená zdvořilost

Pátá Culpeperem⁹¹ definovaná superstrategie zahrnuje jednání, kdy zdvořilostní operace schází tam, kde bychom je předpokládali. Jako příklad uvádí nepoděkování za dar. Ač k této absenci může dojít nezáměrně, darující ji může považovat za schválnost. Tento typ jednání Culpeper zasazuje především do prostředí, kde panuje jasná hierarchie mezi mluvčími, například v armádě. Zde je zdvořilost převýšena nutností uposlechnout povelu. Sociální asymetrii tohoto typu nalzáme i v analyzovaném pořadu, kdy se Pohlreich často staví do role já šéfuji – ty poslouchej. Přesto však toto rozdělení rolí není definitivní a participanti mají možnost se vůči němu vymezit. Obvykle však mluvčí nemají zájem na vyvolání konfliktu a projevy nezdvořilosti přecházejí mlčky v zájmu zachování vzájemné harmonie. Výraznou roli v motivaci pro tento způsob jednání může hrát právě přítomnost natáčecího štábu a vědomí, že jakékoli nestandardní jednání může být ze záznamu použito proti nim, čímž by svou tvář poškodili ještě více, než v dané situaci, kdy je na ni útočeno.

V následující ukázce Pohlreich ve velmi vyhrocené konfliktní situaci odepírá komunikačním partnerům právo na vyjádření se k problematice. Ze svého postu nadřízeného komunikaci ukončuje a adresáty opouští, aniž by se zajímal o to, zda si nepřejí ještě něco mu říci.

((Pohlreich v kuchyni diskutuje s majitelem podniku, jeho manželkou a oběma kuchařkami o porušení hygienických norem u skladování mražených potravin, o nichž všichni zúčastnění v podniku ví a tolerují je.))

ZP: (...) proč to tam je to je moje otázka jako. ((zvyšuje hlas)) tý sem se zeptal, ta to ví. vás sem se zeptal vy to víte taky. vy vo tom víte taky. jak to do prdele můžete tolerovat takovouhle věc? jak můžete se pokoušet prodávat lidem servis na jedny straně, a na druhý straně mít tam prostě s prominutím nasráno. to přece není možný. uvidíme se zítra. čau.

V afektu se Pohlreich uchyluje až ke zvýšení hlasu, jež je jasným signálem, že si mluvčí nepřeje být přerušen ostatními účastníky hovoru. Nápadné zesílení hlasu, k němuž v této situaci došlo, je nejčastějším prostředkem, jak svému komunikačnímu partnerovi dát najevo, že ještě nebylo vyřčeno vše, co říci chci. Pohlreich tak odráží pokusy všech ostatních, kteří se do rozhovoru snaží vstoupit. Jejich snaha je čitelná z mimiky, gest či nadechnutí se k promluvě.⁹² Svůj mluvní proud ukončuje oznámením, že odchází, a pozdravem. Následuje záběr kamery na Pohlreicha, jak prochází dveřmi, a na rozpačité obličejové ostatních účastníků hovoru. K podobné situaci dochází i v následující ukázce.

⁹¹ Culpeper, J.: Towards an anatomy of impoliteness. In: *Journal of Pragmatics*. 1996, č. 25, s. 357.

⁹² Havlík, M.: Prozódie a projektivita. In: *Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí*. Praha 2011, s. 245.

((Pohlreich v doprovodu provozovatele podniku poprvé vchází do kuchyně, aby se seznámil s kuchařem Lukášem (KL), v ruce nese talíře s uvařeným jídlem.))

KL: dobrý den šéfe

ZP: dobrý den. já sem si tady něco přines. já sem polrajch dobrý den, máte tady někde koš na odpadky? asi nemáte. jo vochtutnat to nechcete. tohle jídlo z těch všech co tam byly, bylo možná to nejhorší protože to nemá vůbec žádný vopodstatnění jo. vopečený vepřový maso s pomerančema nic neznamená ((jídlo sype do koše a pokračuje v rozmluvě s provozovatelem podniku))

Kuchař, s nímž se Pohlreich setkává poprvé v životě, nedostává prostor pro obhajobu své tváře, na niž je zaútočeno. Jeho snahu o zapojení se do rozhovoru Pohlreich ignoruje a obrací se na dalšího účastníka komunikační situace, na provozovatele restaurace. Svým přístupem demonstruje nezájem o názor a pocity sociálně podřazeného adresáta, kterým je Lukáš v roli personálu podniku. Asymetrie této situace vyplývá i ze záběru zařazeného režii do pozdější části pořadu, kdy Lukáš dostává možnost se k proběhlé situaci vyjádřit na kameru, ovšem bez přímé přítomnosti Pohlreicha:

KL: určitě je to nepřijemnej pocit pro každýho kuchaře, když vidí že jeho jídlo mizí v koši

Dohledat další příklady této superstrategie, kdy ostatním komunikujícím nebylo umožněno zapojit se do komunikační aktivity či jim byla odepřena zdvořilost v námi zpracovaném materiálu, bylo těžké. Proto tuto strategii považujeme za marginální.

6.6 Porušování zdvořilostních maxim

Při sledování přepsaného materiálu jsme dospěli k závěru, že nejvýrazněji dochází k porušování Leechových zdvořilostních maxim taktu, velkorysosti, ocenění a do jisté míry také maximy souhlasu. Tento fakt vyplývá z pojetí a specifiky pořadu, jenž je primárně zaměřen na odhalování chyb, kritiku a nastolování nepříjemných témat, což samo o sobě předpokládá, že bude docházet ke konfliktním situacím mezi mluvčími. Z Pohlreichova jednání je jasně patrná racionalita, touha nazývat věci pravými jmény a v mnoha případech absolutní rezignace na zdvořilost. Porušování jednotlivých maxim dokládáme na následujících příkladech.

6.6.1 Maxima taktu

Porušování maximy taktu se v Pohlreichově komunikaci projevuje přímočarostí a nastolováním témat, jež nejsou adresátovi zcela příjemná. Netaktními

otázkami porušuje zásadu formálnosti, jež spočívá v udržování společenské distance mezi mluvčími. Svým jednáním neprojevuje respekt ani ohled vůči komunikačnímu partnerovi, což často může přivodit jeho rozpaky, jako v následující ukázce, v níž se zcela bez okolků táže provozního podniku na finanční situaci:

ZP: je to zlatý důl?

PR: prosím?

ZP: je to zlatý důl? nebo není.

Expresivně formulovanou otázkou, v níž se objevuje frazém *zlatý důl*⁹³ – tedy zdroj velkého a dlouhodobého finančního zisku, svého komunikačního partnera zaskočil, jak vyplývá z jeho otázky *prosím?*, která nesignalizuje, že by předchozí replice neporozuměl kvůli komunikačnímu šumu. Pohlreich svou otázku doslovně opakuje, aniž by bral ohledy na adresáta a jeho odmítavý přístup k tématu, jež nastolil.

K podobné situaci dochází i s dalším majitelem podniku, jehož uvádí do rozpaků svou přímostí, s níž se táže na finanční situaci provozovny. Situace je o to výraznější, že se jedná o první otázku, kterou Pohlreich pokládá poté, co se s majitelem navzájem představují.

ZP: vyděláváte, proděláváte, tady jak to tady funguje?

MO: tak samozřejmě, dostali sme se už do takovýho skluzu že už nevyděláváme

ZP: takže už je mínus jo, abysme si řekli

MO: ano je mínus

ZP: tak kolik.

Výraznou roli v dialogu hraje absence jakýchkoli zdvořilostních formulí, jimiž by zmírnil dopad tématu na adresátovu tvář, neboť přiznat vlastní špatnou finanční situaci jej nestaví do dobrého světla jako profesionála a úspěšného podnikatele, jehož tvář si chce jistě zachovat. V tomto případě však můžeme přihlídnout k potřebě ožehavé téma financí probrat, neboť je zásadním pro hledání řešení problematické situace v podniku. K této otázce tedy Pohlreicha pobízí jeho role v podniku, která je srovnatelná s rolí lékaře a pacienta. Toto právo však není omluvou pro absenci zdvořilostních projevů.

Netaktní poznámkou k rodinnému a sexuálnímu životu uvádí do rozpaků i manželku jednoho z majitelů, s níž natáčí rozhovor:

ZP: co ten váš chlap, já sem se s ním bavil o tom jak mu jde ta hospoda. tak říkal že moc nežijete

MA: když začne jaro tak manžela vidím téměř naposled, a pak možná s koncem roku. leden únor se víc vidíme

⁹³ *Slovník české frazeologie a idiomatiky, výrazy neslovesné.* Praha 2009, s.78.

ZP: *tak tohle ste stihli ((hlavou ukáže na kočárek))*

MA: *jo no. tak to sme zvládli. ale ne jako je tady dnes a denně od rána do večera, on tady i spí*

Ženiny rozpaky jsou patrné ve výrazu obličeje i ve větné stavbě repliky, jíž se snaží hovor opět vrátit k původnímu tématu.

6.6.2 Maxima velkorysosti

Slovník spisovné češtiny vykládá velkorysost jako vlastnost člověka „přístupujícího k řešení věci ze širokého hlediska se zřetelem k podstatě věci a s pomínutím podřadných okolností“.⁹⁴ K problematičnosti této maximy přispívá její nejednoznačnost a poměrně intuitivní vnímání tohoto pojmu. V následujících dvou ukázkách Pohlreich zřetelně porušuje definici maximy velkorysosti, neboť neminimalizuje svůj prospěch. Naopak se velmi jasně vymezuje vůči adresátovi.

ZP: *přestaň se gebit (..) nebo běž vodsud', běž šmikej, když tě to nezajímá (.) se mi tu směje ty vole, jak kdybych byl nějaký blbeček ty vole. to nemám rád (.) mně to nevadí klidně se směj, ale směj se jinde mě to ruší okej? fajn. na personál musí být člověk pes. občas.*

V uvedené situaci se projevila sociální asymetrie, velmi často pocíťovaná ve vztahu k personálu. Pohlreich z pozice učitele nevybíravým způsobem projevils nelibost vůči pomocné kuchařce, která se téměř neobjevila v záběru. Svou autoritu aplikoval imperativním vyjádřením, jímž danou osobu vykázal z místnosti. Tímto aktem nejen porušil maximu velkorysosti, ale také ohrozil negativní tvář adresáta. Svě jednání ospravedlňuje právě specifícností svého nadřízeného postavení.

Podobně se vymezuje vůči kuchaři Vladimírovi, který se mu snaží podat pomocnou ruku při vaření. Záběry, kdy Pohlreich učí kuchaře vařit, jsou velmi významnou částí pořadu. Ve většině dílů ostatní stojí tiše „v pozoru“ a přihlíží kulinářské show. Zde však Vladimír spontánně zareaguje, snaží se zasáhnout do situace, jež z jeho pohledu vyžaduje pomoc.

ZP: *já to vyřeším neboj, já to umim, já už sem velkej kluk*

KV: *já vim že si velkej kluk*

ZP: *sme ze stejný školy vole, tak těžko to budeš umět líp než já vole*

Pohlreich se uchyluje k verbální agresi, aby si uchránil svůj osobní prostor, do kterého mu Vladimír bezděky vstupuje. Vedle nezdvořilého odmítnutí se uchyluje až k napadení pozitivní tváře adresáta, kdy argumentuje faktem, že jsou

⁹⁴ Slovník spisovné češtiny, dostupný z < <http://ssjc.ujc.cas.cz/search.php?hledej=Hledat&heslo=velkorysost&sti=EMPTY&where=hesla&hsubstr=no>>. Citováno 3. 12. 2014

staří spolužáci, vychází ze stejných vstupních podmínek, avšak to, jak s nimi každý z nich naložil, je jiné. Z této dvojice se Pohlreich považuje za úspěšnějšího, proto se uchyluje k replice těžko to budeš umět líp než já vole. Adresát je jeho reakcí zaskočen a uveden do rozpaků. Přesto nezdvořilost mlčky akceptuje, aby nevyvolal konflikt.

6.6.3 Maxima ocenění

Jak již bylo zmíněno výše, maxima ocenění je v rámci pořadu Ano, šéfe! nejčastěji porušovanou maximou. Objevuje se ve formě kritiky či výtky proti komunikačnímu partnerovi, neboť je definována právě jako minimalizace jeho kritiky a maximalizace chvály. Pro Pohlreichovu kritiku je typické užívání expresivně zabarvených až vulgárních atributů a přirovnání, například idiotský názvy v meníčku, zoufalá gastronomie, je to superhnusný, je to tvrdý jak broky, stojí to za vyližprdel. Tyto způsoby kritiky jsou součástí Pohlreichovy image, jež má velký ohlas v divácké obci. Komunikační partneři obvykle jeho hodnocení přijímají, aniž by se vůči němu vymezili.

V některých případech Pohlreich své kritické hodnocení mírní kompenzačním výrokem, jež samotné kritice předchází, jako v následujících dvou ukázkách.

ZP: já si myslím že byste měli ten (.) nic ve zlym ten hnusnej nechutnej bolševickéj skanzen kteréj máte místo restaurace, byste měli proměnit v prostor kde těm lidem se bude sedět aspoň trošku, normálním způsobem.

ZP: váš kuchař já si myslím, promiňte že vám to řeknu ale já bych ho teda s chutí nakopal do prdele protože: (.) to nejlevnější jídlo který tady děláte, tak paradoxně bylo to vepřový v tý mrkvi který samozřejmě samo vo sobě je sto let za vopicema, a ten zbytek (.) to je na zabití jo protože samozřejmě váš kuchař, nebo kdo to teda je, neumí udělat ani blbou omeletu. naservíroval mi smradlavou rybu kterou kdybych nedej bože byl dost votrlej na to abych ji sněd, tak si myslím že bych ji cejtil v žaludku eště zejtra.

Přesto je však dopad takovýchto výroků na tvář adresáta značný, neboť jsou veřejně pojmenovány všechny jeho profesní nedostatky. Obecně předkládanou omluvou pro tuto otevřenou nezdvořilost je touha adresátovi pomoci. Tento přístup se setkává s úspěchem, ačkoli porušuje veškerá pravidla zdvořilostního principu, stal se divácky velmi oblíbeným. Hrubost je v pořadu očekávána a tolerována. Mluví tedy neohrožuje svou vlastní tvář, jak bychom předpokládali v běžné neveřejné komunikaci.

6.6.4 Maxima skromnosti

Tato maxima je v pořadí zcela marginální. Vyskytuje se pouze v sebeironických poznámkách, které však Pohlreich nepronáší často. Pro ilustraci uvádíme příklad, kdy odmítá pochvalu od svého komunikačního partnera za uvažené pokrmy.

JR: *to je sen*

ZP: *není to žádný sen. to je úplně jednoduchá kuchyň kdybych to nedělal já tak bych řek že je primitivní jako (..) je to o:ka.*

JR: *nevím mě to zaskočilo*

Tímto jednáním je možné vzbudit sympatii nejen komunikačního partnera, ale i diváka.

6.6.5 Maxima shody

K porušování maximy shody či souhlasu s adresátem dochází pouze ve specifických situacích, kdy se adresát rozhodne oponovat, vyjádřit vlastní názor nebo obhájit své jednání. Do otevřeného konfliktu s Pohlreichem v námi sledovaném materiálu vstoupili čtyři lidé – 3 majitelé a jedna kuchařka. Z pohledu genderu je situace vyrovnaná. Nelze tedy říci, že by se více vymezovali muži či ženy.

Následujícímu úryvku předchází dlouhá diskuze o čistotě v kuchyni. Pohlreich uplatňuje opět svou autoritu a jasně svému komunikačnímu partnerovi dává najevo, že není prostor pro vyjádření jeho názoru.

ZP: *hele ta kuchyň prostě není čistá. ta kuchyň prostě není čistá (..) já mám následující návrh*

MN: *ano*

ZP: *já udělám to nejlepší co umím abych vám v tý hospodě pomoh jo, a vy mi za to slíbíte že mi přestanete vysvětlovat nesmysly který sou evidentní (..) ne? je to dobrej dýl ((míněno deal))*

MN: *jo*

ZP: *jo vy mě přestanete bulšitovat, a já budu dělat co všechno budu moct abych vám pomoh jo. protože tohle mě nebaví tahle diskuze*

MN: *nevymejšlim si kraviny ale chápu že jo*

ZP: *samozřejmě že jo*

MN: *vymýšlím. dobře.*

Mimo porušení maximy shody zde Pohlreich přímo útočí na pozitivní tvář příjemce vyjádřením, že snaha vyjádřit vlastní názor je rovna výmluvám a pronášení nesmyslů, které ho obtěžují. Na toto osočení se snaží adresát reagoval, avšak Pohlreich setrvává v ofenzivní verbální agresi. Adresát tedy přistoupí k uznání jeho pravdy, aby kooperační princip zůstal zachován.

Jinými způsoby, jak Pohlreich porušuje maximu shody, je například roztrhání jídelního lístku, který mu podal majitel podniku s prosbou o radu, jak jej vylepšit. Tento akt opět provází verbálním komentářem. Velmi netaktně se zachoval i v následující situaci, kdy mu majitel jedné provozovny sděluje svůj nápad na podnikatelský záměr.

MO: celou dobu sem to trošičku tak jako by tajil a tutlal ale měl bych eště takovej nápad, takovej koncept a rád bych slyšel váš názor na to. já sem, neustále o tom přemýšlím a chtěl bych jednou vytvořit krásnou hospodu. hospodu ne restauraci, a měla by se menovat u hovna. ráno by se podávalo něco řidčejšího odpoledne něco pevnějšího (.) no nebyla by to [restaurace pro matky s dětmi]

ZP: [budto bych na tvým místě] budto bych vyměnil doktora anebo bych si nechal předepsat jiný prášky

MO: jo

Také v tomto případě Pohlreichův útok zůstává bez odezvy. Adresát jej přijímá a nezdvořilost přehlíží.

6.6.6 Maxima účasti

Podstatou maximy účasti je projevit zájem o adresáta, snažit se o empatii, být vnímavý vůči jeho potřebám a pocitům a stavět je na první místo. K porušování této maximy v Pohlreichově postoji vůči komunikačním partnerům dochází velmi často. Pro ilustraci uvádíme konfliktní situaci, ve které svou komunikační partnerku přiměl k slzám.

GB: prostě tady de vo to že já se vůbec vo tom mrazáku v tý televizi ani před [veřejností bavit nebudu prostě] ((má slzy v očích, hlas se jí láme))

ZP: [dobře dobře dobře to přece] není přijatelný standard toho jak se může člověk přijatelně chovat, to přece není v pořádku. neříkejte mi že to je v pořádku ((zvyšuje hlas)) (.) není prostě. i vy to přece víte

GB: já nevím co je v nepořádku na zamražených věcech, teda fakt nevím ((odvrací se od kamery se slzami))

ZP: nevíte

GB: a fakt prase nejsem teda ((odchází))

ZP: aaaa:h ((chytá se za hlavu))

Obecně situace, kdy komunikant prožívá tak velkou sociální úzkost, že je dohnán k slzám, není zcela obvyklá. V naší kultuře není běžné projevovat své emoce viditelně, což se v případě Babejnové stalo. I přes toto gesto Pohlreich odmítá reagovat na emoce, které projevila, a ustoupit ze svého tvrzení v její neprospěch, nebo alespoň projevit náznak kompenzace, který bychom v této

situaci očekávali. Naopak užitým citoslovcem aaaa:h provázeným výrazným gestem značícím zoufalství vyjadřuje svůj odmítavý postoj vůči Babejnové, s jejímiž názory ani emocemi se nechce ztotožnit.

6.7 Rozbor projevů nezdvořilosti

V úvodu práce jsme si stanovili několik výzkumných otázek:
Jakého druhu je Pohlreichova nezdvořilost? Je programová či nezáměrná?
Hraje v jeho komunikaci nějakou roli sociální postavení jejích účastníků?
Jsou rozdíly v jeho komunikačním jednání s muži a ženami?
Kterou z Culpeperových nezdvořilostních superstrategií Pohlreich obvykle užívá k ohrožení tváře komunikačních partnerů?
Které z Leechových zdvořilostních maxim jsou porušovány nejčastěji?

Předpokládanou hypotézu, že Pohlreichova nezdvořilost je programová, výše uvedená analýza potvrzuje. V případě nezáměrné nezdvořilosti následuje snaha o kompenzaci, jež se v excerpovaném materiálu v poměru k frekvenci nezdvořilého jednání vyskytuje zcela minimálně. V určitých situacích nacházíme v Pohlreichově jednání jistou schematičnost, například při kritice předkládaných pokrmů či interiéru podniku, do něž vstupuje, v úvodu jednotlivých dílů. Zde není důležité, kdo je příjemcem sdělení, nezdvořilost není odrazem vztahu či postoje vůči adresátovi, neboť ten je v tuto chvíli osobou neznámou – vždy se jedná o první konfrontaci s Pohlreichem bez předchozího vztahu komunikačních partnerů.

Pro analyzovaný materiál je charakteristická sociální asymetrie mezi mluvčími, kterou si obě strany uvědomují. Toto rozdělení rolí vycházející z dichotomie odborník – laik všichni účastníci přijímají, neboť jsou si vědomi toho, že svým dobrovolným přihlášením do pořadu tuto roli odsouhlasili. Ze samotné podstaty Ano, šéfe! tedy vyplývá, že právě kritika a vyhledávání chyb jsou prostředky, jimiž může být účastníkovi pomoheno v hledání nejlepšího řešení jeho vlastní problematické situace. Toto přijetí rolí Pohlreichovi umožňuje využívat strategií ohrožujících tvář, aniž by ohrozil svou vlastní, čímž se průběh komunikační situace výrazně odlišuje od běžných každodenních dialogů. Pokud je nezdvořilost jednoho účastníka východiskem pro nezdvořilost druhého, dochází v tomto pořadu k tolerantnímu jednání komunikačních partnerů, kteří se v rámci zachování kooperačního principu pokouší vyhnout konfliktu a Pohlreichovu nezdvořilost v naprosté většině případů akceptují a mlčky přecházejí.

Prohlubování sociální asymetrie se projevuje mezi Pohlreichem a personálem provozoven, se kterým přichází do kontaktu. Tyto kolektivy jsou obvykle mužské a většina kuchařů je nejméně o generaci mladší než Pohlreich. Z jeho jednání je patrný nedostatek respektu vůči mladým lidem, které pokládá za nezkušené a bez práva na vlastní názor. Automaticky přistupuje k tykání, přičemž sám

vyžaduje vykání. Výrazně asymetrický vztah k této skupině komunikačních partnerů vyplývá také ze způsobu jejich oslovení „chlapci, kluci“, jímž explicitně zdůrazňuje jejich mladost a profesní nezralost.

K jiné situaci dochází, pokud je adresátem majitel provozovny či jeho manželka/partnerka. Vůči nim Pohlreich projevuje více úcty, neboť je považuje za sociálně sobě rovné. Na snížení sociální distance prostřednictvím tykání se nejprve dotyčného dotazuje. V případě jednání, kterým útočí na tvář komunikačního partnera, lze alespoň v některých případech nalézt snahu o kompenzaci, oproti předcházející skupině, kdy kompenzační strategie zcela absentují bez ohledu na způsob a míru poškození tváře adresáta.

V jednání s ženami nacházíme také rozdíly oproti jednání s muži. Pokud je kuchařkou žena, nedotazuje se Pohlreich na možnost tykání, ale na oslovení křestním jménem. Frekvence vulgarismů v jeho komunikaci s ženami je výrazně nižší než s muži, většinou téměř minimální, omezuje i užívání kontaktní partikule vole. V konfliktních situacích bez ohledu na sociální postavení ženy však se svou zdvořilostí odhazuje i galantnost a uchyluje se k užívání nezdvořilostních superstrategií. Pokud je žena mladá v postavení podřízeném Pohlreichovi (obvykle servírka), nalézáme podobné rysy chování jako při komunikaci s mladými kuchaři – tykání, otevřené napadání a káraní. V těchto situacích je pro Pohlreicha důležitějším osobnostním rysem profesní postavení ženy než její pohlaví.

Při sledování projevů Culpeprových superstrategií jsme našli jasnou převahu pokusů o napadání pozitivní tváře nad ohrožováním tváře negativní. Nelze však stanovit přesnou hranici mezi užitím jednotlivých strategií pozitivní a negativní nezdvořilosti, protože se v dané komunikační situaci mohou prolínat a prostupovat. Užívání této nezdvořilostní strategie opět souvisí s charakterem pořadu, neboť právě kritika adresáta je jedním z jeho základních prvků. Na kritiku obvykle adresát nereaguje opozicí, naopak přistupuje k sebekritice a Pohlreichův názor potvrzuje. Pokud se však adresát pokusí vyjádřit svůj názor, dochází ke konfliktu. V konfliktních situacích je využívána přímá nezdvořilost, jež je otevřená, cílená. Druhou strategií, jež se objevovala v konfliktních situacích, je zdvořilost odepřená, zde se Pohlreich dopouští především odpírání práva komunikačního partnera vyjádřit vlastní názor či reagovat na jeho příkrou kritiku. Adresáta ignoruje nebo se domáhá pozornosti zvýšením hlasu. Obvykle je konflikt důsledkem dlouhodobě emočně vypjaté situace v průběhu natáčení. V rámci analyzovaného materiálu se konfliktní situace vyskytovaly velmi zřídka.

Negativní nezdvořilostí Pohlreich inherentně porušuje zásadu Robbin Lakoffové „Dej možnost volby“, neboť své komunikační partnery nutí ke konání věcí, které jim nejsou příjemné. Zde se opět odráží jeho akcentace nadřazeného

postavení vůči zaměstnancům provozoven – vymáhání přísah, přímé rozkazy či jejich zesměšnění.

Ironie je vděčným způsobem, jak pobavit televizního diváka. Ironické a sarkastické poznámky jsou pro Pohlreicha charakteristické, jak značí i knižní vydání souboru těchto „hlášek“. Mezi adresáty však nemají takovou oblibu jako mezi diváky, neboť poškozují jejich tvář a často jsou prostředkem k tomu, jak je urazit, ponížit či zesměšnit.

S charakteristikou pořadu a jeho moderátora souvisí i frekvence porušování jednotlivých Leechových zdvořilostních maxim. Nejvýrazněji je porušována maxima taktu, neboť nastolování pro adresáta nepříjemných témat a kladení přímých otázek jsou Pohlreichovy oblíbené strategie. Apeluje tak na své zaštitění institucí, jež mu dává pravomoc pro získání citlivých informací, a kladení těchto otázek neprovází žádné zdvořilostní formule. Maxima ocenění, jejímž naplněním je minimalizovat adresátovy ztráty, tedy vyhnout se kritice, je v přímém rozporu s podstatou Ano, šéfe! Pro Pohlreichovu kritiku je charakteristická vysoká míra expresivních atributů, jimiž pojmenovává zcela přímo a racionálně veškeré nedostatky, které v provozovně nachází. Nesnaží se chyby zlehčovat, zastírat ani sdělení pro adresáta jakýmkoli způsobem uhlazovat. Zde je patrná naprostá rezignace na zdvořilost.

S již uvedenou sociální asymetrií a Pohlreichovým vyžadováním disciplíny souvisí i porušování maximy shody. Situace, kdy může být tato maxima porušena, jsou řídké. Důvodem je již zmíněné přijetí rolí a malá potřeba adresátů vymezovat se. Přesto ve všech případech, kdy se adresát vymezil, byla Pohlreichem tato maxima porušena. Podobně je porušována i maxima účasti, jež není uplatněna v okamžicích, kdy vypukne otevřený konflikt.

Posledním specifickým bodem Pohlreichova projevu je užívání kontaktové partikule vole ve velmi vysoké frekvenci. Tato partikule je součástí rozhovorů, jež dennodenně slyšíme kolem sebe. Její užívání proniklo do mnoha komunikačních situací. Expresivita tohoto termínu je značně oslabena, neboť se spíše než prostředkem k uražení či projevu nezdvořilosti stala určitou komunikační berličkou při produkci mluveného projevu. Funkci parazitického slova, jež mluvčímu dává prostor pro další formulaci myšlenek, jež chce říci, či prostě pomáhá vyjádřit citové napětí situace, má i v projevu Pohlreichově. Jeho vysoká frekvence užití je především v situacích, kdy vyjadřuje nelibost, jež se ho silně dotýká. Cílem užívání tohoto slova není komunikačního partnera ohrozit. To koresponduje i s tvrzením, že dnešní společnost značně zhrubla, neboť vulgarismy se vkrádají do situací, kde dřív jejich užití bylo tabuizováno, např. do veřejného života, sdělovacích prostředků či vyjadřování politiků.⁹⁵

⁹⁵ Hoffmanová, J.: Zdvořilost a konverzace (v různých situacích). In: *Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí*. Praha 2010, s. 170.

7. Závěr

Cílem této práce bylo excerpovat, klasifikovat a vyhodnotit prostředky, jež jsou užívány při porušování zdvořilostních strategií v televizní reality show *Ano, šéfe!*

V první části práce jsme se věnovali komunikaci, především dialogu, protože právě na dialogu je založen námi analyzovaný pořad. Rozlišili jsme žánry mluvené komunikace podle způsobu kontaktu komunikačních partnerů na komunikaci „na blízko“ a „na dálku“. Jedním z vlivů prolínání témat určených ke komunikaci na blízko do sdělovacích prostředků je konverzacionalizace médií. K proudu tzv. docutainmentu vstupujícím čím dál častěji na televizní obrazovky patří reality show, v níž se divákovi předkládají ve veřejném prostoru banální témata určená pro soukromou komunikaci. Spolu s tématy do tohoto prostoru vstupuje i způsob komunikace určený pro soukromé dialogy. Oslabuje se formálnost, opouští oficiálnost a naopak vstupuje snaha ukázat vlídnost a přívětivost spolu se spontaneitou. Dochází také k porušování norem spisovné češtiny v projevu účastníků televizních pořadů. Běžným jevem je i překračování či úplná absence zdvořilostních norem.

Tyto rysy vykazuje také reality show *Ano, šéfe!*, pro níž je základním stavebním kamenem řečová aktivita mluvčích, kteří nejsou školenými řečníky. Velký vliv na jejich projev má také přítomnost kamer, před kterými obvykle nejsou zvyklí vystupovat. K charakteristikám pořadu se mimo jiné váže i vysoká frekvence expresivních a vulgárních výrazů v projevu moderátora Zdeňka Pohlreicha.

Zvláštní pozornost jsme věnovali dosavadním přístupům k lingvistické zdvořilosti. Vycházeli jsme z kooperačního principu H. P. Grice, který G. Leech rozšířil o princip zdvořilostní. Dále jsme se zaměřili na tři zásady zdvořilosti R. Lakoffové. Významnou roli v dosavadních bádáních hraje koncept tváře podle P. Brownové a S. Levinsona. Z tohoto konceptu vycházel J. Culpeper při výzkumu nezdvořilosti. Na tomto teoretickém podkladě jsme postavili analýzu excerpovaného materiálu, jejíž základní otázkou bylo, jakého druhu je Pohlreichova nezdvořilost, zda se jedná o nezdvořilost nezáměrnou či programovou.

Na analyzovaném materiálu jsme v jednotlivých příkladech doložili výskyt všech pěti nezdvořilostních superstrategií a dále porušování především třech zdvořilostních maxim. Z analýzy vyplynul rozdíl v Pohlreichově jednání s osobami sociálně podřízenými a rovnocennými, podobně jako rozdíl v chování vůči mužům a ženám. Roli hraje také věk adresáta. Typickou nezdvořilostní strategií je útok na pozitivní tvář adresáta, vyzdvihování jeho chyb a otevřená kritika. S tímto tvrzením koresponduje i časté porušování maximy ocenění a souhlasu. Zde je nutné také zmínit časté kladení přímých otázek k osobním tématům,

jež porušují maximu taktu. Obvyklou reakcí adresáta na výpady proti němu a absenci zdvořilosti je mlčení. Tato reakce vyplývá z přijetí rozdělení sociálních rolí na odborníka a laika. Pohlreichova nezdvořilost je programová, neboť ke komunikačním partnerům nemá osobní vztah, jenž by mohl být důvodem pro porušení zdvořilostních norem.

Naší otázkou zůstává, jaký vliv na televizní diváky má vysílání obdobných televizních pořadů, v nichž je cíleně a otevřeně porušována zdvořilost a útočeno na důstojnost adresáta.

8. Seznam literatury

- Barbapostolová, L.: *Komunikace v televizní reality show*. Nepublikovaná disertační práce, FF UP, Olomouc 2012.
- Berger, T.: Specifický poměr zdvořilosti a oslovení v češtině. In: *Čeština – univerzálie a specifika 4*. Praha 2002.
- Bousfield, D.: *Impoliteness in Interaction*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Co./John Benjamins North America, 2008.
- Brovjáčková, Z.: *Porušování zdvořilosti v talk-show ve veřejnoprávní a komerční televizi*. Nepublikovaná magisterská práce, FF UP, Olomouc 2012.
- Brown, P. – Levinson, S.: *Politeness. Some universals in language usage*. Cambridge 1987.
- Culpeper, J.: Towards an anatomy of impoliteness. In: *Journal of Pragmatics*. 1996, č. 25, s. 349-367.
- Čermák, F. – Sgall, P.: Výzkum mluvené češtiny: jeho situace a problémy. In: *Slovo a slovesnost*, 58, 1997.
- Čermák, F.: *Základy lingvistické metodologie. Nástin hlavních principů na pozadí obecné teorie vědy*. Praha 1997.
- Čmejrková, S. – Hoffmannová, J.: *Jazyk, média, politika*. Praha 2003.
- Čmejrková, S.: *Ty, já a oni v jazyce a v literatuře*. Sborník mezinárodní konference PF UJEP v Ústí na Labem, 2008.
- Čmejrková, S.: *Jazyk médií a jeho konverzacionalizace*. In: *Jazykovědné aktuality* 45, 2008.
- Formáčková, M. (ed.): *Zdeněk Pohlreich v akci aneb Šéfkuchař, co snědl vtipnou kaši*. Praha 2011.
- Guth-Jarkovský, J.: *Společenský katechismus*. Praha 2009.
- Grice, H.-P.: Logic and conversation. In: *Speech Acts*, New York, 1975.
- Hirschová, M.: *Pragmatika v češtině*. Praha 2006.
- Hirschová, M.: Nezdvornost jako pragmalingvistický fenomén. In: *Linguistica Brunensia* 58, Brno 2010.
- Hirschová, M.; Svobodová, J.: *Komunikační strategie v jednom typu mediálního diskurzu, televizní talk show*. V tisku.

- Hoffmannová, J. – Müllerová, O.: *Kapitoly o dialogu*. Praha 1994.
- Chejnová, P.: Zdvořilost jako lingvistický problém. In: *Multidisciplinární komunikace – Problém a princip všeobecného vzdělávání*. Praha 2005.
- Kaderka, P.; Svobodová, Z.: Jak přepisovat audiovizuální záznam rozhovoru? Manuál pro řepisovatele televizních diskusních pořadů. In: *Jazykovědné aktuality 43*. Praha 2006.
- Kněřová, M.: Ke způsobům oslovení v mluvených projevech. In: *Naše řeč 78*, 1995, č. 1.
- Kol. autorů: *Encyklopedický slovník češtiny*. Brno 2002
- Kol. autorů: *Slovník české frazeologie a idiomatiky, výrazy neslovesné*. Praha 2009.
- Kol. autorů: *Slovník spisovné češtiny*. Praha 1998.
- Korda, J.: *Úvod do studia televize*. Olomouc 2005.
- Košenský, J. – Hoffmannová, J. – Jaklová, A. – Müllerová, O.: *Komplexní analýza komunikačního procesu a textu*. České Budějovice, 1987.
- Křivohlavý, J.: *Jak si navzájem lépe porozumíme*. Praha 1988.
- Lakoff, R.: The Logic of Politeness; or, Minding Your P's and q's. In: *Chicago Linguistic Society: Papers from the Ninth Regional Meeting*. Chicago: 1973.
- Leech, G.: *Principles of Pragmatics*. London 1990.
- Müllerová, O. – Hoffmannová, J.: *Kapitoly o dialogu*. Praha 1994.
- Müllerová, O. – Hoffmannová, J. – Schneiderová, E.: *Mluvená čeština v autentických textech*. Praha 1992.
- Nekula, M.: Pragmalingvistická interpretace ironie. In: *Slovo a Slovesnost 51*, Praha 1990.
- Nekula, M.: Signalizování ironie. In: *Slovo a slovesnost 52*. Praha 1991.
- Patočka, O.: *O tykání a vykání*. Praha: Grada, 2000.
- Pohlreich, Z.: *Prostřeno bez servítků*. Praha 2010.
- Pohlreich, Z.: *Už dost, šéfe! Co jste v televizi neviděli, neslyšeli a neochutnali*. Praha 2012.
- Pokorný, J.: *Lingvistická antropologie*. Praha 2010.
- Pravdová, M.: Infotainment, politainment, edutainment aneb K jazyku masových médií. In: *Naše řeč 86*, 2003.
- Raible, W.: Literacy and orality. In: N. J. Smelser, P. B. Batles (eds.) *International Encyclopedia of social and behavioral sciences*. Freiburg 2002.

Spencer-Oatyová, H.: Theories of identity and the analysis of face. In: *Journal of Pragmatics* 39. Cambridge 2007

Svobodová, J.: *Záměrné ohrožování tváře jako prostředek komunikační strategie ve specifickém typu mediálního dialogu*. V tisku. Olomouc 2012.

Svobodová, J.: Funkce nezdvořilosti v talk-show na komerční televizní stanici. In: *Jazyk a komunikácia*. Bratislava 2011.

Špaček, L.: *Nová velká kniha etikety*. Praha 2008.

Švehlová, M.: *Zdvořilost a řečová etiketa*. Praha 1994.

Švehlová, M.: K problematice oslovení v češtině. In: *Rozumět jazyku*. Praha 1995.

Trubačová, L.-A.: Koncept tváře a koncept ega v teorii jazykové zdvořilosti. In: *Jazyk a komunikácia*. Bratislava 2011.

Uličný, O.: Lingvistické a psychociální aspekty užívání agresivních verbálních prostředků, zvl. vulgarismů, v současné veřejné české komunikaci. In: *Eurolingua & Eurolitteraria 2009*, Liberec 2009.

Watts, R.- J.: *Politeness: Key Topics in Sociolinguistics*. New York: Cambridge University Press, 2003.

Zima, J.: *Expresivita slova v současné češtině. Studie lexikologická a stylistická*. Praha 1961.

Zítková, D.: *Komunikační přístup ke zdvořilosti a jeho aplikace na reklamy*. Liberec 2008.

Elektronické zdroje

<<http://pohlreich.eu/ano-sefe-online/5-rada/>> Citováno 30. 9. 2014.

<<http://ssjc.ujc.cas.cz/search.php?hledej=Hledat&heslo=velkorysost&sti=EMPTY&where=hesla&hsubstr=no>>. Citováno 3. 12. 2014.

<<http://web.archive.org/web/20070715082016/http://www.rozumetmediim.cz/slovnicek/slovnicek/infotainment.pdf>>. Citováno 10. 10. 2014

<<http://www.mediar.cz/pondelni-show-o-vareni-ano-sefe-na-prime-se-drzi-recept-na-bohatstvi-barrandova-na-minimu/>> Citováno 8. 11. 2014.

<http://cs.wikipedia.org/wiki/Pr%C5%AFvodce_Michelin>. Citováno 8. 11. 2014.

Anotace

Příjmení a jméno autora:	Jiřina Janošťáková
Název katedry a fakulty:	Katedra bohemistiky, Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci
Název práce:	Porušování zdvořilostních strategií v reality show
Vedoucí práce:	Mgr. Jindřiška Svobodová, Ph.D.
Počet znaků:	140 591
Použitá literatura:	56
Klíčová slova:	reality show – zdvořilost – nezdvořilost – zdvořilostní maximy – koncept tváře – ironie – Ano, šéfe! – Zdeněk Pohlreich
Key words:	reality shows – politeness – impoliteness – politeness maxims – theory of politeness – irony – Ano, šéfe! – Zdeněk Pohlreich

Tato diplomová práce se zaměřuje na porušování zdvořilostních strategií v páté řadě gastronomické reality show *Ano, šéfe!* Jejím cílem je analyzovat a klasifikovat projevy nezdvořilosti moderátora Zdeňka Pohlreicha. Teoretickým východiskem jsou Leechovy zdvořilostní maximy, koncept tváře Penelope Brown a Stephen C. Levinsona a také Culpeperem popsané strategie nezdvořilosti. Excerpovaný materiál jsme podrobili rozboru, výsledky analýzy jsou vyhodnoceny a okomentovány.

This thesis addresses violation of politeness strategies that is present in the fifth season of a gastronomic reality show called “Ano, šéfe!” The aim of this thesis is to analyze and classify tokens of impoliteness uttered by the host of the show Zdeněk Pohlreich. The following theories were used as theoretical resources for this thesis: Politeness maxims by Geoffrey Leech, Theory of politeness proposed by Penelope Brown and Stephen C. Levinson and impoliteness strategies formed by Culpeper. The material excerpted from the reality show was analyzed and the results of the analysis have been evaluated and provided with comments.