

Univerzita Palackého v Olomouci
Filozofická fakulta
Katedra psychologie

VÝVOJ DOTAZNÍKU TYPU PRODUKCE HUMORU NA PRACOVÍŠTI

THE DEVELOPMENT OF THE HUMOR
PRODUCTION TYPE AT THE WORKPLACE
QUESTIONNAIRE



Bakalářská diplomová práce

Autor: **Mgr. Martina Vyčichlová**

Vedoucí práce: **Filip Sulejmanov, Ph.D.**

Olomouc 31.03. 2024

Děkuji mému vedoucímu práce Filipu Sulejmanovi, Ph.D. za jeho nekonečnou trpělivost a obětavost se mi věnovat, kdykoliv jsem potřebovala. Děkuji mé rodině, která mě ve chvílích nejtěžších povzbudila a podržela. A děkuji všem respondentům, kteří se zúčastnili výzkumu.

Místopřísežně prohlašuji, že jsem bakalářskou diplomovou prací na téma: „Vývoj dotazníku typu produkce humoru na pracovišti“ vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího diplomové práce a uvedla jsem všechny použité podklady a literaturu.

V Olomouci dne 31.3.2024

Podpis

OBSAH

OBSAH	3
ÚVOD.....	5
TEORETICKÁ ČÁST.....	6
1 Humor a Smysl pro humor.....	7
1.1 Humor.....	7
1.2 Smysl pro humor	9
1.3 Teorie humoru	10
1.3.1 Klasické teorie humoru	10
1.3.2 Novější teorie humoru	12
1.4 Formy humoru	14
1.5 Individuální rozdíly v hodnocení humoru	16
1.5.1 Přístup založený na teorii	16
1.5.2 Přístup založený na faktorové analýze	17
1.5.2.1 Ruchova faktorová analytická šetření	17
1.5.2.3 Škála hodnocení struktury humoru.....	19
1.6 Individuální rozdíly v používání humoru v každodenním životě.....	20
1.6.1 Styly humoru	21
1.6.2 Dotazník stylů humoru	22
2 Humor na pracovišti	24
2.1 Význam humoru na pracovišti.....	24
2.2 Formy humoru na pracovišti	26
2.2.1 Humor týmů	26
2.2.2 Humor v organizační kultuře.....	27
2.2.3 Humor a klima.....	27
2.3 Humor vedoucího pracovníka	29
VÝZKUMNÁ ČÁST.....	35
3 Výzkumný problém.....	36
4 Typ výzkumu a použité metody	37
4.1 Typ výzkumu	37
4.2 Dotazník typu produkce humoru na pracovišti	37
4.3 Pilotní studie.....	38
5 Sběr dat a výzkumný soubor.....	39
5.1 Sběr dat.....	39
5.2 Metoda analýzy dat.....	40
5.3 Etické hledisko a ochrana soukromí.....	41
6 Práce s daty a její výsledky	42
5.1 Práce s daty.....	42

5.2	Deskriptivní statistika.....	42
5.3	Analýza hlavních komponent PCA	43
5.3.1	Výsledky PCA bez rotace.....	44
5.3.2	Výsledky PCA s rotací Varimax	46
5.3.3	Korelační matice.....	48
7	Diskuze	49
8	Závěr.....	52
9	Souhrn	53
	LITERATURA.....	57
	PŘÍLOHY	64
	Seznam příloh:	64

ÚVOD

Smysl pro humor a humor je velice široký společenský fenomén a je považován za relativně stabilní osobnostní rys (Ruch, 1998). Klasik zkoumání humoru R. A. Martin s jeho kolektivem (2003) ale poznamenal, že existuje jen malá shoda vědců na tom, jak tento konstrukt definovat nebo měřit.

Podíváme se v teoretické části na to, jaké se objevily obecné konstrukty, myšlenky a výsledky bádání v oblasti humoru a smyslu pro humor. V druhé části teorie se zaměříme na specifickou oblast produkce humoru vedoucích pracovníků na pracovišti. Je zajímavé sledovat vliv humoru na místě, kde není primárně očekáván. Humor může být osvěžujícím začátkem náročného pracovního jednání, nebo laskavým katalyzátorem, když se schyluje ke konfliktu mezi zaměstnanci. Humor umí samozřejmě i v prostředí práce škodit a zraňovat. V práci trávíme podstatnou část našeho života. Proto je příjemné zažívat nevinné přátelské vtipkování a neškodné pošťuchování se svými spolupracovníky nebo mít nadřizeného se smyslem pro humor. Takový vedoucí pak umí skutečně díky vhodně zvolenému humoru a správnému načasování podporovat motivaci a celkově vytvářet příjemné pracovní prostředí. Robert C. (2016) věří, že humor v práci je nezbytný základ pro pracovní úspěch.

Existují různé výzkumy na téma humoru vedoucích pracovníků, my ale nebudeme žádný takový výzkum přesně replikovat. Budeme zkoumat specifický typ struktury humoru a jeho produkci u vedoucích pracovníků. Ve výzkumné části budeme pracovat s tou definicí humoru, která ho popisuje jako estetickou reakci (oceňování humoru, potěšení z určitých typů humorných materiálů), abychom definovali humor jako obvyklý vzorec chování (tendence často se smát, vyprávět vtipy, bavit ostatní spontánním vtipkováním) (Martin, 2007). Jinými slovy, když vedoucí pracovníci vytvářejí humor na pracovišti, mají tendenci používat buď humor s rozlišením pointy (INC – RES) nebo humor nesmyslný (NON).

Pro tento typ produkce humoru zatím neexistuje nástroj pro jeho změření, proto bude potřeba sestavit vlastní dotazník, ve kterém prozkoumáme tyto dva typy humoru vedoucích pracovníků (humor s rozlišením nesouladu s prozrazením pointy INC – RES a humor nesmyslný NON). V kvantitativním výzkumu se obrátíme na vedoucí pracovníky jak ze soukromé sféry, tak ze školství a státní sféry a podíváme se pomocí následné statistické analýzy na to, jaké psychometrické vlastnosti bude mít tento nový dotazník.

TEORETICKÁ ČÁST

1 HUMOR A SMYSL PRO HUMOR

Humor je považován za jednu z mála čistě lidských schopností, jež jiné druhy nejsou schopny produkovat, a můžeme jej nalézt prakticky ve všech odvětvích lidské aktivity – jak v soukromém, tak veřejném životě, při zábavě i v práci (Carroll, 2005).

Termín humor pochází z latinského (*h*)*umor* ve významu vlhkost, vláha či tekutina a byl používán také k označení tzv. humorálních šťáv (krev, hlen, žluč a černá žluč), kterými řecký filosof a lékař Hippokrates vysvětloval lidské temperamenty, přičemž toto vnímání humoru přetrvávalo do 16. století. Následně se význam výrazu sémanticky proměnil k označení nálady, rozmaru, vrtochu, rozpoložení mysli spojené s odpoutáním fantazie v komické rovině (Borecký, 2000).

Smysl pro humor je multidimenzionální konstrukt a ve svém původním významu měl tento termín estetický význam, který odkazoval na schopnost vnímat nebo ocenit humor, avšak postupně se proměnil v něco, co dnes odkazuje právě na velmi žádoucí, ale také velmi špatně definovanou osobnostní charakteristiku (Martin & Ford, 2018).

1.1 Humor

Pro zařazení humoru existují dva protichůdné terminologické systémy. V prvním systému se pracuje s pojmem komika, za kterou je považováno cokoliv, co nás rozesměje. Tato definice vyplývá z estetiky a zároveň odděluje komiku od jiných estetických kvalit, jakou je například krása. Humor je podle tohoto terminologického systému pouze částí komiky. Na stejné úrovni je například sarkasmus, ironie, satira, výsměch a nesmyslné vtipy. Tento koncept využívá humor zejména v nepříjemných situacích, které se pomocí něj snaží odlehčit (Peterson & Seligman, 2004). Borecký (2005) dodává, že v českém prostředí je humor řazen do stejné kategorie jako naivita, ironie a absurdita, přičemž zastřešujícím pojmem je termín komika. Později se však humor stal zastřešujícím pojmem všech souvisejících termínů. Druhý terminologický systém zahrnuje navíc schopnost vnímat, utvářet, užívat si a interpretovat humor. Komika je tedy nahrazena pojmem humor, který se stal pojmem nadřazeným (Ruch, 1998).

Většina definic humoru se snaží vyjmenovat nezbytné a postačující podmínky, které musí něco splňovat, aby to bylo považováno za humor Smuts (2024). Například Velký psychologický slovník humor popisuje jako pocit „radostného citového stavu vyvolaného komickou myšlenkou, nápadem či situací“ (Hartl & Hartlová, 2010, s. 190). Martin a Ford (2018) humor vymezili jako široký, mnohostranný pojem, který představuje vše, co lidé říkají nebo dělají, co ostatní vnímají jako vtipné a má tendenci je rozesmát, stejně jako mentální proces, který je součástí vytváření a vnímání takového zábavného podnětu a také emocionální odezvu veselí, která je spojena s tímto prožitkem. Mareš (2013) také strukturuje humor z hlediska jeho průběhu, přičemž počátečním impulsem je podnět, který spouští specifické reakce, následuje mentální proces zahrnující produkování, vnímání, chápání a oceňování humoru, na který pak navazuje samotné emoční reagování na podnět, přičemž klíčový vliv hraje sociální kontext, jenž determinuje to, co je interpretováno jako humorné. Jak upozorňují Mulder a Nijholt (2000) někteří výzkumníci mylně ztotožňují smích s humorem a používají oba termíny ve stejném kontextu. „Smích může být výsledek humoru, ale ne každá humorná situace vyvolá smích, stejně jako se lidé smějí, aniž by vnímali humor“ (Mulder & Nijholt, 2000, s. 7).

Ke smíchu se vyjadřuje i známý psychiatr, pan Radim Honzák (2009) a připouští, že rozpoznat správné řešení (ve smyslu, jestli se přiblížit nebo utéct), není vždy jednoznačné.

Právě smích, nikoliv depresi, považujeme mnoho etologů za přesný protipól agrese. Obě emoce mají mnohý společných substrát, zejména amygdalu, talamus a hypotalamus. Pokud jde o behaviorální projevy, jsou v obou případech vidět špičáky, v rozsahu jejich expozice je však patrný rozdíl, který signalizuje v jednom případě ohrožení, ve druhém pocit sounáležitosti, jistoty a bezpečí. (s. 225)

S humorem je možné se setkat prakticky v jakékoliv sociální situaci, a to jak v rodině, tak i mezi cizími lidmi, ale také při formálních interakcích či v rámci pracovních kolektivů. Humor má kontextový a interakční charakter, protože stojí na sdílených normách, přičemž je také výsledkem příslušného kulturního vývoje. Je třeba, aby odkazoval na takové kulturní prvky či symboly, které vzájemně sdílejí jak vypravěč, tak i posluchači, jinak nebude humor oceněn, neboť humoru vytrženému z kontextu, posluchači neporozumí či je urazí (Martin & Ford, 2018).

1.2 Smysl pro humor

Jak uvádí Martin (2007), mezi jednotlivci existuje značná variabilita v míře, do jaké mají smysl pro humor, přičemž panuje všeobecná shoda, že smysl pro humor je vysoce ceněnou vlastností. Je poměrně snadné smysl pro humor rozpoznat, avšak na definici či vysvětlení se badatelé stále neshodnou. Výzkumům smyslu pro humor se již ve dvacátých letech minulého století věnoval mezi prvními Kambouropoulou (1926), který jako první poskytl důkaz, že individuální rozdíly ve smyslu pro humor lze identifikovat a měřit a začal mapovat některé koreláty těchto vlastností. Dalšími výzkumy se zabýval Hans Eysenck (1942), který vytvořil jednu z koncepcí smyslu pro humor, v němž rozlišuje konformní význam smyslu pro humor, jehož podstatou je to, že druhá osoba považuje za vtipné stejné věci jako my, dále kvantitativní význam smyslu pro humor, kdy se člověk častokrát směje a je jednoduché ho pobavit, a konečně také produktivní význam, který spočívá v tom, že jedinec může bavit ostatní. Eysenck zároveň zdůrazňuje, že tyto tři typy ne vždy a nutně tvoří celek. Ten, kdo má kvalitativní smysl pro humor nemusí nutně mít i produkci humoru.

F. J Hehl a W. Ruch (1985) rozšířili Eysenckův (1942) seznam individuálních rozdílů lidí ve smyslu pro humor o další položky: schopnost pochopit vtip; způsob, jakým lidé vyjadřují humor a veselé (kvalitativně i kvantitativně); schopnost vytvářet humorné komentáře; oceňování různých typů vtipů, karikatur a ostatní humorné produkce; stupeň, do jakého vyhledávají humorné podněty, např. komediální filmy a TV pořady; paměť na vtipy a humorné události v jejich životech a tendenci používat humor jako mechanismus zvládnání situací (coping mechanism).

Martin (2007) pokračuje upřesněním, že smysl pro humor může být tedy různorodě koncipován jako navyklý vzorec chování (tendence často se smát, vyprávět vtipy a bavit ostatní spontánními vtipy, smát se humoristickým produkcím jiných lidí), schopnost vytvářet humor (bavit ostatní, pochopit vtip, pamatovat si vtipy), povahový rys (obvyklá veselost, hravost), estetická reakce (požitek z určitých druhů humorného materiálu), postoj (pozitivní postoj k humoru a vtipným lidem), pohled na svět (neseriózní pohled na život), strategie zvládnání nebo obranný mechanismus (tendence zachovat si humorný nadhled tváří v tvář nepřízní osudu).

Naše výzkumné dotazníkové šetření se bude zaměřovat právě na tyto navyklé vzorce projevu humoru vedoucích pracovníků, kteří se svými podřízenými a kolegy produkují různé

formy humoru a budeme do něj zahrnovat nejen vtipy, ale i vtipné poznámky, komentování vtipných situací, poznámek atd.

1.3 Teorie humoru

Výše načrtnutá obtížnost a nejasnost definicí humoru ústí v různé teorie popisující předpoklady, za kterých se může humor objevit, tedy vysvětlující jeho vznik, zdroje, funkce a jeho efekty (Šed'ová, 2013). Uvedené teorie patří mezi nejčastěji diskutované. Následující rozdělení teorií humoru na klasické a současné pojetí ve své knize použili i autoři Ford a Martin (2018).

1.3.1 Klasické teorie humoru

- Teorie nadřazenosti (Superiority Theory).
- Teorie uvolnění (Relief Theory).
- Teorie nesouladu (Incongruity Theory).

Teorie nadřazenosti říká, že humor je projevem pocitu nadřazenosti nad ostatními nebo nad ovládnutím své dřívější situace. Sen (2012, s. 2) uvádí, že „vtipný výrok může být projevem opanování jiného člověka, kterého považuje za méněcenného. A v případě sebeshazujícího humoru se může stát, že dotyčný pronáší humorný komentář právě proto, aby odvedl pozornost ostatních od chyby, které se dopustil“. Ford s Martinem (2018) humor v rámci teorie nadřazenosti považují za formu agrese. Dnes už teorii nadřazenosti vidíme spíše jako neopodstatněnou a nedostatečně vědecky podloženou, protože se vyskytují oblasti humoru, kde ji nelze aplikovat, např. na slovních hříčkách, které opravdu nelze spojovat s agresí nebo ponižováním (Martin, 2007). A také se tím nedá pořádně vysvětlit schopnost člověka se smát sám sobě, protože to by se dostal do rozporu se samotným jádrem této teorie.

Další je **teorie uvolnění**, která má podle Coopera (2008) původ v myšlenkách Sigmunda Freuda. Ten byl přesvědčen o tom, že potěšení získané z humorné události nebo výroku, pochází z nevědomých oblastí naší mysli. Hlavní funkcí humoru je tak uvolnění nadměrného napětí, respektive jde o obranný mechanismus superega k obcházení reality a ochraně před emocionálními důsledky nepříznivých situací v reálném životě (Freud, 1935, citováno v Martin, 2007). „Tímto způsobem nám stále může pomáhat přizpůsobit se životním výzvám. (...) Humor není rezignovaný, je vzpurný. Znamená nejen triumf ega, ale

také principu slasti, který je dostatečně silný, aby se zde prosadil tváří v tvář nepříznivým reálným okolnostem" (Christoff & Dauphin, 2017, s. 2). Byť jsou hypotézy o uvolnění přebytečné nahromaděné energie dnes víceméně překonány jako zastaralé, stále se jedná o platný koncept zvládání stresu a regulaci emocí. Následující empirické výzkumy potvrdily uklidňující účinek humoru při přehodnocování stresových situací nebo při zvládání depresí (Kong et al., 2019).

Podle Attarda (2022) se dále v Příručce jazyka a humoru tvrdí, že teorie uvolnění je spíše teorií smíchu, než teorií humoru nebo komedie, protože vše vypovídá o budování a uvolňování napětí, záchvatů vzrušení a následuje právě hysterický smích, který často doprovází šťastné vyústění obtížné situace. Ačkoli jeho aplikace na slovní humor není vždy zřejmá, vysvětluje intuici, kterou převzali pozdější teoretici, že ocenění humoru vyžaduje existenci příznivého rozpoložení mysli.

Teorie nesouladu se oproti tomu snaží vysvětlit, jak určité podmínky podněcují humor. Klíčovým předpokladem je, že pokud objekt humoru působí vtípně, musí v sobě skrývat nějaký druh nesouladu (Cooper, 2008). Šeďová (2013) zpřesňuje, že jde o rozpor mezi očekáváním a odlišnou realitou, přičemž tento nesoulad může spočívat v nekonzistentnosti, kontrastu mezi představami, nevhodnostmi atd., jejichž vzájemné spojení je překvapivé či šokující. Tato teorie klade důraz na kognitivní aspekty humoru, více se zaměřuje na poznávání a méně pozornosti věnuje sociálním a emocionálním aspektům humoru. Naznačuje, že vnímání je rozhodujícím faktorem, který určuje, zda je něco humorné, či nikoli. Věci, které jsou vtípné, jsou nesourodé, překvapivé, zvláštní, neobvyklé nebo se liší od těch, které běžně očekáváme. Myšlenka, že základem humoru je nesourodost, se objevovala už mnoho století zpět u uznávaných filosofů a teoretiků. Rostoucí důraz na kognici v humoru byl souběžný s trendem zaměření se na zpracování poznatků v psychologii obecně, stejně jako v příbuzných disciplínách, např. lingvistice, nebo v novém hnutí známém jako pozitivní psychologie.

Může se stát, že teorie nesouladu se vztahuje zejména na vtipy a karikatury, zatímco u jiných forem humoru může být rozlišení nesouladu méně důležité. Proto je nutné se zabývat i výzkumem Willibalda Rucha, který naznačuje, že vtipy a karikatury lze rozdělit do dvou obecných kategorií na základě toho, zda zahrnují či nezahrnují rozlišení nesouladu. Jeho výzkumem se budeme zabývat více v kapitole Ruchova faktorová analytická šetření.

1.3.2 Novější teorie humoru

- Teorie obratu (Reversal Theory).
- Teorie porozumění a zpracování (Comprehension-Elaboration Theory).
- Teorie neškodného narušení (Benign Violation Theory).
- Teorie vzrušení (Arousal).

Překvapivě málo z prvních teoretiků si uvědomovalo, že v podstatě humor má hravou povahu. Martin (2007) na zkoumání **teorii obratu** vysvětluje, jak tato teorie, stejně jako teorie nadřazenosti a psychoanalytické teorie, poskytuje vysvětlení pro agresivní, sexuální a další emocionální prvky humoru, protože navozují zvýšení humoru a motivuje lidi, aby se zapojili do hravé situace a požitku ze hry. Teorie se zdá být díky sociálnímu kontextu víc v souladu s oceněním humoru (humor appreciation), než s teoriemi o vzrušení (arrousal). Pohled na svět humornýma očima, způsob zábavy, hraní si a manipulace s kognitivními strukturami a mechanismy, které se původně u lidí vyvinuly pro vážný účel, pomáhá lidem v tak složitém světě přežít.

Obečněji řečeno, pohled na humor jako hru nám připomíná, že humor je neseriózní, hravá činnost, která se liší od vážnějších způsobů myšlení. Zdá se, že mnohé teorie humoru na tuto skutečnost zapominají a popisují související kognitivní procesy v humorném chápání, jako by měly co do činění se seriózním zpracováním informací. (Martin, 2007, s. 81)

Martin (2007) v souladu s dalšími vědci ve své studii k teorii obratu uvedl, že zjistil významnou negativní korelaci mezi škálou telické dominance (seriózní chování s budoucím plánováním) a několika ukazateli smyslu pro humor, což naznačuje, že lidé, kteří jsou v daném okamžiku častěji ve stavu paratelicity (spontánní, excitovaný stav), mají také tendenci se častěji smát a usmívat, všimnout si humorných aspektů prostředí, užívat si. Podobné výsledky zjistil také Ruch (1998). Svebak a Apter (1987) rovněž zjistili, že prezentace humorného materiálu pravděpodobně vyvolávala paratelický stav i u jedinců, kteří v průběhu dne normálně mají tendenci setrvat v telickém stavu. Tato zjištění podporují názor, že humor je spojen s hravým paratelickým stavem. V paratelickém stavu vzrušení z vtipu nebo jiné komické situace bude pocíťováno jako příjemná stimulace, jako druh vzrušení. Oproti tomu ve vážném (telickém) stavu jinak komická situace bude vnímána jako iritující (protože překáží něčemu, co má závažné důsledky), urážlivá (protože se zabývá trapnými záležitostmi) nebo vyhrožuje, protože útočí na pevně zakořeněná přesvědčení, která řídí život člověka (Apter & Desselles, 2012).

Další teorií je **teorie porozumění a zpracování**. Například Cooper (2008) nebo také Sen (2012) popisují teorii porozumění a zpracování jako novou teorii, která se snaží určit, za jakých podmínek budou jednotlivci považovat událost za humornou.

Míra, do jaké si jedinec užije pokus o humor, je určena tím, jak obtížné je jej pochopit, a také množstvím kognitivní analýzy, kterou příjemce humoru provádí poté, co pokus o humor pochopil. Kognitivní analýza po porozumění zahrnuje takové úvahy, zda je či není humor za daných okolností společensky přijatelný nebo zda je humor urážlivý pro konkrétní osobu nebo skupinu. (Sen, 2012, s. 2)

Martin a Ford (2018) uvedli ve své knize, že další psychologové Robert Wyer a James Collins rozvinuli teorii porozumění a zpracování humoru, která rozšiřuje předchozí kognitivní teorie, především Sulsovu (1983) teorii nesouladu s rozlišením a teorii obratu dvěma důležitými způsoby. Za prvé, formálněji formulují kognitivní mechanismy, které se podílejí na interpretaci a následné reinterpretaci porozumění. Za druhé, zdůrazňují význam dalšího kognitivního procesu, který nastává po porozumění, a to zpracování.

Další teorie je **teorie neškodného porušení** a ta poskytuje nový způsob uvažování o vnímání nesouladu jako porušení, spíše než jako souznění dvou protichůdných významů nebo jako překvapivý (neočekávaný) nesoulad mezi pojmy a událostmi. Porušení, které je považováno za neškodné, dělá důležitý pokrok oproti teoriím založených na nesourodosti na základě překvapení nebo juxtapozice. Porušení je v podstatě cokoli, co nějakým způsobem ohrožuje pohled člověka na to, jak by věci měly být. Vnímání porušení samo o sobě nevyvolává humor, naopak mnohá porušení vyvolávají spíše negativní emoce, jako je strach, znechucení a zmatek. Ústřední myšlenkou teorie neškodného porušení podle Martina a Forda (2018) je, „že k prožití humoru je třeba (1) interpretovat podnět nebo událost jako porušení, (2) interpretovat událost jako neškodnou a (3) zastávat tyto dvě interpretace současně“ (s. 80). Proto může teorie neškodného porušení vysvětlovat zábavu odvozenou od nesourodých humorných jevů jiných než vtipy, které obsahují řešitelnou neshodu. Poskytuje tedy obecnější popis humoru. Pojem porušení je užší než předchozí definice nesouladu (ta mnohdy až nadhodnocuje obsah humoru), neškodná teorie porušení pravidel lépe rozlišuje mezi věcmi, které jsou vtipné, a věcmi, které nejsou (Martin & Ford, 2018).

Teorie vzrušení se zaměřuje na roli psychologického a fyziologického vzrušení v humoru. Prvotní výzkumy, hlavně teorie Berlyna (1972), že humor představuje komplexní, fyziologicky založený proces, integraci mezi poznáním a emocemi, zahrnovaly měření fyziologického napětí v těle, tlak krve před i po aplikování stimulantů atd. a přinesly poznání,

že humor je spojen se zvýšeným autonomním vzrušením. A bez ohledu na zdroj může zvýšit i emocionální napětí a je vyjádřen hlasovým projevem a smíchem. Novější výzkumy dále prokázaly, že se při smíchu aktivuje sympatiko-adrenální část jako při stresové reakci a uvolňuje se hormon kortizol (Martin & Ford, 2018).

Koestler hovořil o teorii bezpečnostního ventilu, která předpokládá určitý přebytek emocí, jako je hněv, sexuální touha, obavy, pýcha a podobně a potřebuje odtok, aby je udržela pod kontrolou. Tyto vášně, které by mohly jedince přimět k činu, aby je uspokojil, jsou uvolněny a odraženy smíchem, který člověka zbavuje schopnosti jednat a zároveň mu přináší velkou úlevu (Attardo, 2022). Vědecký výzkum se tak zajímal spíše o koncept nabuzení než uvolnění. V tomto konceptu se kladl důraz hlavně na to, za jakých podmínek a jak se může vybudovat tenze pro produkci smíchu (Berlyne, 1972). Podle Berlyna šlo o mírné a přechodné přeskoky v nabuzení (vzrušení nebo aktivaci), které se staly příjemnými jako důsledky při poklesu nabuzení, které je rychle ukončilo (Attardo, 2022).

1.4 Formy humoru

Člověk je schopen produkovat celou širokou řadu forem humoru, a to počínaje spontánním vtipkováním, přes vyprávěné vtipné příběhy, humornou literaturu ke komediálním filmům a pořadům, až po vtipná videa a či obrázkové a slovní vtipy šířené po sociálních sítích a internetu. Dle Martina a Forda (2018) je pak možné takový každodenní humor klasifikovat do čtyř kategorií, a to performativní humor, vtipy, spontánní konverzační humor a neúmyslný humor.

Do první kategorie jsou řazeny situační komedie (sitkomy), blooper show, stand-up komedie, humorné knihy a filmy, ve kterých lidé produkují humor jako součást inscenovaného představení. Díky dnešním mediálním výstupům (např. Youtube nebo Netflix) je k performativnímu humoru velmi snadný přístup a otázky týkající se jeho interpersonálních funkcí jsou důležitými tématy psychologického výzkumu. Otázky týkající se samotného performativního humoru však vyvolaly větší zájem oborů literární vědy nebo kulturních a mediálních studií (Martin & Ford, 2018).

Vtipy jsou krátké zábavné příběhy, které končí pointou. Podle Martina (2007) je vtip samostatná jednotka humoru, která v sobě obsahuje informace potřebné k jeho pochopení a užití. Skládá se z nastavení, které zahrnuje všechny věty kromě poslední, umožňuje posluchačům vytvořit si určité očekávání o tom, jak situaci interpretovat. Pointa pak význam

posune nečekaným a hravým způsobem tak, že vznikne tak nesoulad, který je nezbytný pro vznik humoru, respektive smíchu (Martin & Ford, 2018). V každodenní konverzaci jsou vtipy zpravidla uvedeny verbálními nebo neverbálními narážkami typu „Slyšeli jste ten o...“ nebo mají určitý úvodní formát jako např. „Muž vešel do baru...“, které posluchačům naznačují, že příběh by měl být vtipný a že se od posluchačů očekává smích (Cashion et al., 1986). Nejčastěji užívanou formou humoru je pak spontánní konverzační humor, který vzniká přirozeně v sociální interakci a je závislý na kontextu. Je také méně jednoznačný, takže posluchač si nemusí být hned jistý, zda mluvčí žertuje, nebo je vážný, a že jde o humornou konverzaci naznačují až paralingvistické projevy, například změna tónu hlasu (Martin & Ford, 2018).

Rozsáhlejší klasifikační systém spontánního konverzačního humoru předložili Long a Graesser (1988, s. 41–44), kteří jej rozdělili do jedenácti kategorií:

- ironie – mluvčí vyjadřuje výrok, jehož doslovný význam je opačný k vyřčenému (např. říkat „Jaký krásný den!“, když je počasí je zima a bouřka);
- satira – agresivní humor, který si dělá legraci ze sociálních institucí nebo sociální politiky;
- sarkasmus – agresivní humor, který se zaměřuje spíše na jednotlivce než na instituci (např. Při večeři jedna dáma pokárala Winstona Churchilla: „Pane, jste opilý.“ „Ano,“ odpověděl Churchill, „a Vy jste ošklivá. Ale zítra budu střízlivý a Vy budete stále ošklivá“);
- přehánění a podceňování – změna významu něčeho, co řekla jiná osoba opakováním s jiným důrazem (např. host se ptá hostitele, který byl několikrát ženatý: „Byl jste někdy ženatý?“ Druhý host říká: „Byl jsem vždycky ženatý!“);
- sebedoceňování – vtipné poznámky zaměřené na sebe jako na předmět humoru, a to za účelem demonstrovat skromnost, uklidnit posluchače nebo se zavděčit posluchači;
- škádlení – vtipné poznámky směřující k osobnímu vystoupení posluchače, popř. slabosti, přičemž záměrem není urážet;
- odpovědi na řečnické otázky – řečnické otázky jsou pokládány bez očekávání odpovědi, odpovídání na ni je porušeno konverzační očekávání a může to být vnímáno jako vtip se pobavit konverzačního partnera;
- chytré odpovědi na vážná prohlášení – výrok je záměrně nesprávně interpretován tak, že mluvčí odpovídá na jiný než zamýšlený význam;

- dvojsmysly – výrok nebo slovo je záměrně špatně vnímáno nebo vykládáno tak, aby evokovalo dvojí význam, který je často sexuální povahy;
- transformace zamrzlých výrazů – přeměna známých rčení, klišé nebo přísloví v neotřelá prohlášení;
- slovní hříčky – vtipné použití slova, které evokuje druhý význam, obvykle založený na homofonu.

Neúmyslný humor vzniká z výroků nebo činů, které nemají být vtipné. Nilsen & Nilsen (2000) tento typ humoru dělí na fyzický, kam řadí drobné nehody, jako je uklouznutí na slupce od banánu nebo polití košile, a jazykový, který vzniká z překlepů, chybné výslovnosti, chyb v logice atd. Hlavní rozdíl mezi záměrným a neúmyslným humorem tedy spočívá v tom, že v případě neúmyslného humoru je vtipný efekt dosažen bez úmyslu nebo vědomí mluvčího (Martin, 2007). Robert (2019) však s označením neúmyslný humor nesouhlasí a tvrdí, že humor je vždy úmyslný. Proto by neúmyslné zakopnutí mělo být označováno spíše jako neúmyslný předmět zábavy.

1.5 Individuální rozdíly v hodnocení humoru

Johann Wolfgang von Goethe prý řekl, že lidé ukazují svůj charakter právě v tom, co považují za směšné. Na základě této myšlenky někteří kliničtí lékaři navrhli, že vyprávění oblíbených vtipů by mohl být určitý typ projektivního testu. Vlastně dodnes je tento přístup populární, výzkumníci pak různý humoristický materiál sdružují do různých kategorií, které odvozují na základě teorie nebo faktorové analýzy. Smysl pro humor by pak definovali podle toho, do jaké míry má člověk rád specifické druhy nebo kategorie humoru (Martin & Ford, 2018).

1.5.1 Přístup založený na teorii

V prvních testech se kategorizovaly humorné podněty (především vtipy a karikatury) na základě jejich obsahu. Účastníci měli ohodnotit vtipnost nebo averzivnost obsahu, podle kategorií, které byly odvozené z konkrétních teorií humoru (hlavně. psychoanalytická teorie a teorie nadřazenosti), protože tyto teorie navrhovaly, aby si lidé užívali určité druhy obsahu humoru k naplnění základních potřeb nebo pohnutek (Martin & Ford, 2018).

Takže díky tomu bylo sice provedeno mnoho studií s testy hodnocení humoru založené na teorii a kategoriích z nich vyplývajících, ale většinou je výzkumníci použili

v jedné nebo dvou studiích, a proto bylo obtížné porovnat výsledky napříč různými studiemi. To nevedlo k velkému hromadění znalostí o podstatě smyslu pro humor (Martin & Ford, 2018).

1.5.2 Přístup založený na faktorové analýze

Jak dále uvádí Martin s Fordem (2018) pomocí faktorové analýzy reakcí účastníků mohou výzkumníci určit implicitní nebo základní typy humoru, které lidé oceňují nebo neoceňují. První faktorové analytické studie ohodnocení humoru provedli dva význační průkopníci psychologie osobnosti, Hans Eysenck (1942) a Raymond Cattell (Cattell & Luborsky, 1947). Rané faktorově-analytické studie spočívají v předložení velkého množství vtipů, karikatur a dalších humorných podnětů účastníkům výzkumu, přičemž faktorovou analýzou těchto hodnocení je možné určit implicitní dimenze, které jsou základem toho, jak lidé oceňují humor (Martin, 2007).

Martin (2007) dále podotýká, že rané faktorově-analytické studie však byly omezeny malou velikostí vzorků a řadou metodologických nedostatků, proto Willibald Ruch provedl důkladnější a systematictější prozkoumání faktorové struktury ocenění humoru.

1.5.2.1 Ruchova faktorová analytická šetření

Willibald Ruch provedl důkladnější a systematictější prozkoumání faktorové struktury oceňování humoru. Pokusil se zachytit komplexní zastoupení typů humoru a to tak, že shromáždil soubor 600 vtipů a karikatur, z různých zdrojů. Tyto sady byly podány řadě mužů a žen reprezentujících širokou škálu věkových kategorií, sociálních tříd, povolání a zdravotního stavu. Materiály byly přeloženy do několika jazyků a studie byly provedeny v několika zemích v Evropě a Spojených státech. Tyto faktorově analytické studie odhalily tři stabilní faktory a ty se zdají být zodpovědné za řadu rozdílů v hodnocení humoru (Martin, 2007).

První dvě dimenze zohledňují strukturální vlastnosti humoru, zatímco dimenze sexuálního humoru zahrnuje vtipy a karikatury se sexuálním obsahem. Přesněji řečeno, "vtipy a karikatury kategorie humoru INC-RES se vyznačují pointami, v nichž lze překvapivou inkongruitu zcela vyřešit" (Ruch & Hehl, 1998, s. 114). Po těchto vtipech následuje pocit, že jsme pochopili pointu. V podnětech NON humoru "pointa může (1) neposkytovat vůbec žádné rozuzlení, (2) poskytovat částečné rozuzlení (ponechávat podstatnou část inkongruity nevyřešenou) nebo (3) vytvářet nové absurdity či inkongruity"

(McGhee et al., 1990, s. 124). „Tento typ humoru lze popsat jako bizardní, fantazijní, neobvyklý nebo bláznivý. V tomto humoru není pocit pochopení vtipu, ale spíše potěšení z fantazijní nesourodosti pro ni samotnou“ (Martin, 2007, s. 200).

Třetí faktor, jak dále uvádí Martin (2007) označovaný jako sexuální humor (SEX), se skládá z vtipů a karikatur prezentujících zjevná témata sexuálního obsahu a ukázalo se, že lidé mají tendenci být poměrně konzistentní v tom, do jaké míry se jim sexuální humor líbí nebo nelíbí. Většina takových explicitních materiálů sytí jeden nebo druhý faktor v závislosti na tom, jestli obsahoval nebo neobsahoval vyřešený nesoulad. Takže se zdá, že míra, do jaké si lidé užívají humor, je hlavně ovlivněna tím, jestli je nesoulad vyřešený, nebo jestli dává nějak smysl.

Ruch dále zkoumal faktorovou strukturu reakcí účastníků na humor. Pomocí řady různých škál, zjistil dva druhy faktorů odezvy 1. pozitivní faktor požitku nebo legrace a 2. faktor averze a odmítnutí. Tyto dva faktory byly jen slabě korelovány, což znamená, že pokud se posluchačům vtip zdá vtipný, nemusí být hodnocen nízkou z hlediska averze.

Na základě svých studií zkonstruoval Ruch (1992) test humoru **3 WD (3 – Witzdimensionen)**, právě aby posoudil hodnocení vtipnosti a averzivnosti vtipů a karikatur jednotlivci na základě těchto tří faktorů:

- humor nesouladu s rozlišením INC – RES,
- nesmyslný humor – NON a
- sexuální humor – SEX.

Existovaly tři verze testu (3 WD – K, 3WD – A a 3 WD – B) s 50 (formulář K) nebo 35 (formulář, A,B) vtipů a karikatur, které jsou hodnoceny jako „zábavnost“ a „averze“ pomocí dvou 7 bodových škál. Zábavnost má škálu od vůbec nevtipná = 0 až po velmi vtipné = 6 a škála averze má vůbec ne averzivní = 0 až po velmi averzivní = 6. Formuláře A a B jsou paralelní testy a používají se jako dlouhá forma, pokud je třeba spolehlivé měření nebo měření před a po intervenci. Test obsahuje položky na zahřátí. Z každé formy testu lze získat šest skóre: tři pro řešení nesrovnalostí, nesmyslů a sexuálního humoru (tj. INC – RESf, NONf a SEXf) a tři pro averzi (tj. INC – RESa, NONa a SEXa). Některé jiné indexy byly poté testovány v dalších studiích (např. index preference struktury).

Ruch a Hehl (1998) zkoumali vztah mezi 3 WD a sebeuposuzovací škálou humoru. Jedna ze škál, konvenční vs. nekonvenční humor, korelovala vysoce pozitivně s NONf a negativně s INC-RESf. Analýza obsahu jednotlivých položek, které spolu významně

korelovaly, například ukázaly, že vysoké skóre v INC-RESf korelovalo s neznalostí konkrétních satirických časopisů a s tím, že tito respondenti nemají rádi příliš složité vtipy, zatímco vysoké skóre v NONf korelovalo se znalostí konkrétních komiků (typu nonsens) a s tím, že animované kreslené filmy nepovažují za dětinské. „Navíc shledávání nonsensu averzivním negativně korelovalo s oblibou satiry (Ruch & Hehl, 1998, s. 120)“.

Velká část Ruchova (1992) výzkumu se pak zaměřila na osobnostní rysy (konzervatismus vs. hledání senzací). Bylo zjištěno, že konzervativnější jedinci si skutečně více užijí humor, kde mohou pochopit vtip (INC – RES) a méně si oblíbí nesmyslný humor NON. A dále není překvapivé, že jak stárneme, dáváme více přednost vtipům s pointou (humor s rozlišením nesouladu INC-RES). Naopak jedinci vyhledávající senzací (sensation seeking) a požitek skórují častěji vysoko na škálách nesmyslného humoru NON. A dokonce je prý vyšší inteligence slabě korelována s větším prožitkem s NON, a naopak nižší inteligence s prožitkem z INC – RES (Ruch, 1992).

U faktoru obsahu sexuálního humoru výzkum s 3WD naznačuje, že požitek z této kategorie humoru nejsilněji souvisí s tvrdohlavou (racionální, nefantazijní) versus jemnou (empatickou, tolerantní) dimenzí sociálních postojů. Druhá skupina se staví k takovému humoru averzivněji a to v poměrně silné korelaci. Badatelé Martin a Ford (2018) shrnuli ve své knize poznatky o Ruchově přínosu ve zkoumání humoru následovně:

Pokud jde o přístup k oceňování humoru, Ruchova práce s 3 WD přispěla velkou měrou k našemu pochopení individuálních rozdílů v užívání si humoru v podobě vtipů a kreslených vtipů. Je zajímavé, že tento výzkum ukazuje, že individuální rozdíly v oceňování humoru souvisejí spíše se strukturou než s obsahem nebo tématem vtipů, což je v rozporu s předpoklady mnoha dřívějších výzkumníků. Tato zkoumání také odhalila některé velmi zajímavé korelace mezi oceňováním různých typů humoru a obecnějšími osobnostními rysy, které ukazují, že typy humoru, které mají jednotlivci rádi, odrážejí úroveň jejich konzervativních a liberálních sociálních postojů, vyhledávání senzací, tvrdohlavosti atd. (2018, s.117)

1.5.2.3 Škála hodnocení struktury humoru

Tato škála navázala na zkoumání W. Rucha a jeho 3WD testu a v současném výzkumu hodnocení humoru se zdá být jednou z metodologicky nejzdravějších taxonomií. Nejprve existovala makedonská verze Škály hodnocení struktury humoru HSAS, poté česká adaptace HSAS – CZ, která měří zhodnocení dvou strukturálních rozměrů humoru: incongruity-resolution (INC – RES) humor s rozlišením nesouladu a nonsense (NON)

humor bez rozlišení nesouladu a některé koreláty k preferencím struktury humoru (tj. potřeba uzavření atd.) (Sulejmanov et al., 2022).

My na tuto škálu budeme částečně navazovat v našem dotazníku, protože se zaměříme také na rozlišení humoru INC – RES a NON v sebehodnocení vedoucích pracovníků.

Základní psychometrické vlastnosti HSAS – CZ jsou uspokojivé, Cronbachovy alfy se pohybovaly v rozmezí od 0,71 do 0,78 a dvou faktorové řešení vysvětlovalo 48,7% rozptylu. Stupnice se skládá ze 14 vtipů, počínaje 4 warm-up vtipy, které nepřispívají k hrubému skóre (nejsou v analýze). Položky 5 až 14 zahrnuje INC-RES a NON humor (s použitím 3WD klasifikace), přičemž každá z nich má pět položek. Položky jsou zodpovězeny na sedmibodové stupnici se slovním ukotvením „není vůbec vtipné“ (0) a „velmi vtipné“ (6) (Sulejmanov et al., 2022).

1.6 Individuální rozdíly v používání humoru v každodenním životě

Martin a Ford (2018) představují sedm široce obecně používaných měřítek, která jsou založená na sebehodnocení lidí, jak používají humor v běžném životě jako odezvu na hypotetické události. Jedná se o dotazník o smyslu pro humor - Sense of Humor Questionnaire (SHQ); dotazník reakcí na situační humor - Situational Humor Response Questionnaire (SHRQ); škálu pro zvládání situací pomocí humoru – Coping Humor Scale (CHS); multidimenzionální škálu smyslu pro humor – Multidimensional Sense of Humor Scale (MSHS); stupnici potřebnosti humoru – Need for Humor Scale (NFH); inventář veselosti podle charakterových stavů – State-Trait Cheerfulness Inventory (STCI); a dotazník stylů humoru – Humor Styles Questionnaire (HSQ).

Toto je tedy přehled obecných škál používání humoru v běžných společenských situacích. Zaměříme se dále pouze na dotazník stylů humoru (HSQ), protože ten byl později použit i v souvislosti s produkcí humoru vedoucích pracovníků.

Výzkumy zatím nepokrývaly všechny formy humoru, se kterými se lidé v každodenním životě setkávají. A také se nezabývají oblastmi využití humoru a jejich rozlišení. Proto bylo nutné upřít pozornost výzkumů k těmto způsobům, kterými běžní lidé v životě používají humor.

1.6.1 Styly humoru

Humoru vtiskneme jeho náboj teprve v interakci s ostatními lidmi. Většina výzkumů se nevěnovala rozlišování mezi pozitivním a negativním humorem a důsledkům, které z toho plynuly. Proto Rod A. Martin a jeho studenti koncept smyslu pro humor rozšířili o čtyři styly humoru podle toho, zda je humor používán ku prospěchu sebe sama nebo vztahů s druhými lidmi a zda je humor vlídný nebo hanlivý a každý odráží jiný způsob, jakým lidé spontánně a možná i nevědomě používají humor v každodenním životě. Jedná se o afiliativní, sebepovzbuzující, sebashazující a agresivní humor (Martin & Ford, 2018).

Vědci dál zkoumali funkce humoru, přičemž zjistili, že humor má jak pozitivní, tak i společensky podpurný účinek, ale i škodlivý a negativní, přičemž na základě toho diferencují humor na adaptivní (pozitivní), který je relativně vlídný, tolerantní a benevolentní, a maladaptivní (negativní), který je potenciálně škodlivý, ubližující sobě nebo svým vztahům s ostatními. Humor dále dělili na humor interpersonální, tedy zaměřený na podporu vztahů s ostatními, a na humor intrapersonální, který je zaměřený na mluvčího (Martin et al., 2003).

Obr. č. 1 Přehled čtyř stylů humoru podle účinku

	intrapersonální	interpersonální
adaptivní	sebepovzbuzující humor	afiliativní humor
maladaptivní	sebashazující humor	agresivní humor

Zdroj: (Martin et al., 2003)

Afiliativní humor se formou vyprávění vtipů, legračních věcí zaměřuje na pobavení ostatních, usnadnění vztahů a snížení mezilidského napětí. Afiliativní humor souvisí s extravertí, veselostí, sebeúctou a obecně pozitivními vlastnostmi (Lefcourt, 2001).

Sebepovzbuzující humor je založen na humorném pohledu na svět, tendencí bavit se nesrovnalostmi života a zachovat si humornou perspektivu i za negativních událostí, což slouží ke zvládnání zátěžových situací, a to ve smyslu výše uvedené Freudově definice humoru jako zdravého obranného mechanismu, jak se vyhnout se negativním emocím (Freud, 1935, citováno v Martin, 2007). Tento typ humoru negativně koreluje s negativními emocemi, jako jsou deprese a úzkost, pozitivně pak souvisí s otevřeností vůči zkušenostem, sebeúctou a psychickou pohodou (Martin et al., 2003).

Podstatou agresivního humoru je nutkavé používání sarkasmu, škádlení, zesměšňování, posměchu nebo znevažujícího humoru bez ohledu na jeho potenciální dopad na ostatní, například ve formě sexistického nebo rasistického humoru. Tato dimenze humoru pozitivně koreluje s neuroticismem a zejména nepřátelstvím, hněvem a agresivitou a negativně se vztahovou spokojeností, přívětivostí a svědomitostí (Martin et al., 2003).

Sebeshazující humor spočívá v nadměrném používání slabin mluvčího k pobavení ostatních, tedy dělá si legrace sám se sebe, s cílem se zavděčit nebo získat uznání. Tento styl humoru je pravděpodobně motivován touhou skrýt vlastní negativní pocity či vyhnout se konstruktivnímu řešení problémů (Kubie, 1971, citováno v Martin et al., 2003). Tento styl humoru pozitivně souvisí s neuroticismem a negativními emocemi (deprese a úzkost), a negativně souvisí se vztahovou spokojeností, psychickou pohodou a sebeúctou (Martin et al., 2003). Výzkumy provedené v této oblasti prokázaly, že lidé inklinují spíše k interakci s jedincem s afiliativním nebo sebepovzbuzujícím humorem než s humorem sebeshazujícím a nejméně jsou ochotni být v interakci s jedincem s agresivním humorem (Martin, 2007).

1.6.2 Dotazník stylů humoru

Dotazník stylů humoru (HSQ), který z těchto čtyř stylů vychází, se sestává ze třiceti dvou položek a ty se dále sestávají ze čtyř osmi položkových subškál, z nichž každá měří jiný styl humoru. Účastníci označují míru souhlasu s každou položkou pomocí sedmibodové Likertovy škály od 1 (zcela nesouhlasím) do 7 (zcela souhlasím). Martin et al. (2003) zaznamenal vysokou vnitřní konzistenci čtyř subškál (Cronbachovo alfa se pohybuje od 0,77 do 0,81). Ukázka položek tohoto dotazníku je pak v kapitole 2.4 Konceptualizace a operacionalizace.

Dotazník stylů humoru (HSQ) se stal pravděpodobně nejpoužívanějším měřítkem smyslu pro humor, byl přeložen do nejméně třiceti jazyků a studie replikovaly jeho čtyř faktorovou strukturu v různých kulturách v různých částech světa včetně Severní Ameriky. „Konzistence zjištění napříč tak různorodými kulturami zakládá mezikulturní ekvivalenci HSQ a poskytuje podporu univerzálnosti konstruktů stylu humoru. Kromě toho je HSQ jediným měřítkem, které rozlišuje mezi prospěšnými a škodlivými způsoby, jakými lidé používají humor v každodenním životě“ (Martin & Ford, 2018, s.107).

Kong se svým kolektivem (2019) ve své metaanalýze na základě zkoumání studií z jiných zemí ale upozorňuje, že dotazník stylů humoru může být problematický kulturně, protože byl vytvořen převážně pro populaci v Severní Americe.

Na základě dotazníku HSQ provedl Martin et al. (2003) ve své původní studii korelace mezi čtyřmi styly humoru a všemi osobnostními dimenzemi (měřeno s NEO-PI-R), vyjma otevřenosti k prožitku (openness to experience). Extraverze pozitivně korespondovala s adaptivními styly humoru. S maladaptivními styly humoru koreloval pozitivně neuroticismus a negativně přívětivost a svědomitost. Plessen et al. (2020) navázali na výzkumy Martina et al. (2003) dalším zkoumáním osobnostních charakteristik a stylů humoru. Ve své metaanalýze (zahrnující 24 studií) potvrdili, že adaptivními styly humoru sebezobuzující a afiliativní humor, pozitivně koreluje s extravertí, svědomitostí a otevřeností a negativně koreluje s neuroticismem. Maladaptivní styly humoru typu sebeshazující humor a agresivní humor byly pozitivně korelovány s neuroticismem a negativně korelovány s přívětivostí a svědomitostí“ (Plessen et al., 2020, s. 2).

2 HUMOR NA PRACOVÍŠTI

V práci trávíme podstatnou část našich životů, a proto je nutné věnovat pozornost, v jakém prostředí se pohybujeme. Humor na pracovišti je bezesporu přínosným faktorem zpříjemňujícím pracovní život a odlehčujícím náladu. Poskytuje potěšení v situaci, která může být někdy docela nudná, slouží k prolomení ledů na schůzkách a při stereotypních úkolech a činnostech (Romero & Cruthirds, 2006).

2.1 Význam humoru na pracovišti

Humor je významný ve skupinové interakci, je formou **komunikace**, neboť probouzí pozitivní emoce, které zlepšují naslouchání, porozumění a přijetí zprávy (Greatbatch & Clark, 2002). Romero a Cruthirds (2006) uvádí, že umírněný sebeshazující humor může zlepšovat komunikaci a jeho nejednoznačná povaha umožňuje člověku kritizovat bez negativních interpersonálních efektů.

Dále humor na pracovišti **redukuje stres**, například dělat si legraci ze stresující situace rozvíjí pocit kontroly nad způsobeným stresem (Henman, 2001) a zejména afiliativní humor pak vytváří v tomto případě pocit sounáležitosti (Martineau, 1972).

Humor také podporuje **kreativní myšlení a otevřenost** vůči novým nápadům, a to především tím, že uvolňuje a snižuje pravděpodobnost, že lidé budou kritizovat chyby nebo nové nápady. Nejvíce efektivními styly humoru jsou v tomto sebeshazující a afiliativní humor (Romero & Cruthirds, 2006). Tito autoři dále uvádějí, že v rámci pracovních skupin může humor skutečně přispět k **efektivnímu řízení personálu** a jeho správné používání může přinést cenné výhody pro motivaci zaměstnanců, efektivní komunikaci a zmírnění neshod, stejně jako zvýšit pravděpodobnost, že budou splněny nepříjemné úkoly.

Užívání humoru zvyšuje pocit blaha posluchače, omezuje konflikty, **posiluje vazby** mezi jednotlivci a zvyšuje přitažlivost jednoho pro druhého, přičemž v rámci skupiny pak humor rovněž zvyšuje morálku členů skupiny, posiluje jejich soudržnost a identitu, jejich skupinové normy atd. (Martineau, 1972).

Výzkumu humoru na pracovišti a na vedoucích pozicích se věnovalo několik studií. Robert Half (2017) ve svém průzkumu zjistil, že 84 % vedoucích pracovníků věří tomu, že

lidé s dobrým smyslem pro humor odvádějí lepší práci. Humor je nedoceneným nástrojem pro zapojení zaměstnanců a budování odolných společností, přičemž jednu z klíčových rolí zde hraje vždy leader alias vedoucí pracovník. Vedoucí pracovníci s humorem dokáží vybudovat silnější kultury, uvolnit více kreativity a dokonce vyjednat lepší nabídky, přičemž vnášení humoru do práce ve vhodném množství rozhodně neznamená její narušení či brání na lehkou váhu.

Výzkum provedený Bitterlym, Brooksem a Schweitzerem (2017) ukazuje, že projevy vhodného humoru zvyšují vnímání sebevědomí a kompetence, což zase zvyšuje status. Humor souvisí i s inteligencí a také smích naznačuje vyšší pozici, neboť se předpokládá, že lidé u moci jsou bez zábrán a pohodlněji vyjadřují emoce. Jejich smích je proto hlasitější, má proměnlivý tón a vyšší výšku (Martin & Ford, 2018).

Mesmer-Magnus et al. (2012) provedli metaanalýzu pozitivního humoru na pracovišti, v níž zhodnotili 49 studií o používání pozitivního humoru na pracovišti a potvrdili, že pozitivní smysl pro humor je spojen s dobrým fyzickým a duševním zdravím, tlumí stres na pracovišti a podporuje efektivní fungování na pracovišti.

V roce 2019 Dejun Tony Kong s kolektivem udělali metaanalýzu, která zhodnotila 34 kvantitativních studií, kde porovnávali účinek humoru jako vlastnosti vedoucího pracovníka a humoru jako projevu (chování) vedoucího pracovníka. Bylo zjištěno, že humor jako projev (behaviorální) vedoucího pracovníka má silnější souvislost s výsledky práce s podřízenými ve srovnání s humorem, který je vlastností vedoucího pracovníka.

Podle studie (Kong et al., 2019) se pozitivní přínos humoru promítá na pracovišti přímo do oblastí, jakou jsou pracovní výkonnost, důvěra v lídra a jeho schopnosti, pracovní spokojenost, psychologické posílení, afektivní a emocionální spokojenost, hodnocení vedení, hodnocení efektivnosti podniku, klima organizace.

Ve studii metaanalýzy pozitivního humoru na pracovišti (Mesmer-Magnus et al., 2012) se ukazuje, jak mohou zaměstnanci využívat pozitivní formy humoru a jak mohou organizace těžit ze zvýšeného pracovního výkonu a spokojenosti, stejně jako ze snížení nákladů spojených s vyhořením, pracovní stažeností a špatným zdravotním stavem zaměstnanců. Tato studie také tvrdí, že podle různých experimentálních měření se zdá, že i lékařský výzkum skutečně potvrdil, že lidé s lepším smyslem pro humor mají vyšší hladinu běžných protilátek.

2.2 Formy humoru na pracovišti

Humor se na pracovišti projevuje v mnoha formách a jeho účinky jsou patrné především v týmové spolupráci a v celkovém vytváření klimatu, který je tak specifický pro kulturu každé organizace.

2.2.1 Humor týmů

Humor na pracovišti má řadu pozitivních efektů na práci a fungování celého týmu. Romero a Cruthirds (2006) jako první zdůrazňují **skupinovou soudržnost**, která může být posílena právě humorem a ten uvnitř skupiny vytváří pozitivní pocity a snižuje vnější hrozby. Martineau (1972) pak dodává, že také starší členové, kteří se cítí zodpovědní za udržování integrity skupiny, pak mohou používat mírný agresivní humor (např. dobromyslné škádlení, výsměch, zesměšňování) vůči novým členům skupiny a tím utvářet jejich chování tak, aby vyhovovalo celé skupině. Klíčovým faktorem humorných příběhů a komentářů je, že utvářené hodnoty a normy jsou bez negativního dopadu na publikum. Podobně humorné komentáře (např. dobromyslné škádlení, zesměšňování atd.) jsou také velmi účinné při formování chování nového personálu a posilování norem tím, že upozorňují na nevhodné chování (Romero & Cruthirds, 2006).

Jeden z výzkumů potvrzuje, že podpůrný a kolaborativní humor (analogický sebebopzbuzujícímu a afiliativnímu humoru) používali tovární dělníci k tomu, aby učinili rutinní úkoly zajímavými a upevnili blízké vztahy mezi sebou (Holmes & Marra 2002).

Zaměstnanci využívají humor jako nástroj ke zvládnutí stresu a budování vztahů s ostatními pracovníky, zatímco vedoucí pracovníci „často získávají pocit kontroly nad svými zaměstnanci tím, že využívají humor ke zvýšení motivace, produktivity a efektivity zaměstnanců“ (Martin & Ford, 2018, s. 290).

Dříve se tvrdilo, že sebashazující humor je funkční při snižování statusu mluvčího a způsobuje, že mluvčí vypadá přístupněji. V některých situacích ale, kdy je důvěryhodnost klíčová, je používání sebashazujícího humoru kontraproduktivní (například mezi členy stejné nebo vyšší skupiny). V takové situaci, pokud jedinec používá sebashazující humor, ho ostatní nemusí brát vážně (Romera & Cruthirds, 2006).

Zjištění z výzkumu potvrdilo, že ti, co používají afiliativní styl humoru, mohou zažívat méně pracovního stresu a větší spokojenost se spolupracovníky, protože používají

humor jako způsob, jak snížit stres vyvolávající mezilidské napětí a udržovat pozitivní vztahy s ostatními (Martin et al., 2003). Naopak ti, kteří používají humor interpersonálně agresivním způsobem, zažívají více stres vyvolávajícího interpersonálního napětí a mají horší interpersonální vztahy se svými spolupracovníky. Zajímavé je, že Romero a Arendt (2011) nepotvrdili, že by sebebpozbuující nebo sebeshazující styly humoru přímo souvisely s pracovním stresem.

2.2.2 Humor v organizační kultuře

Dříve se práce považovala za vážné místo, kde nebyl prostor pro frivolnosti a humor. Teprve v posledních letech se začínají manažeři zajímat o to, jak může humor prospět jejich organizaci. Vzniklo mnoho článků o prospěchu humoru na pracovišti, byť výzkumy o souvislé příčinnosti mezi spokojeností pracovníků a produktivitou práce jsou stále sporné.

Poslední dobou se výzkum zaměřuje zejména na souvislosti mezi humorem a organizační kulturou a humorem a vedením. Organizační kultura v podstatě vzniká z interakcí lidí, kteří spolu pracují, a humor se zdá být všudypřítomným rysem interakcí na pracovišti (Holmes & Marra, 2002). Romero a Arendt (2011) zjistili, že jak afiliativní tak sebebpozbuující styl humoru pozitivně souvisí s týmovou spoluprací a organizačním závazkem (mírou identifikace s organizací), a že agresivní styl humoru negativně souvisí s týmovou spoluprací a organizačním závazkem. Další empirické důkazy naznačují, humor je pravděpodobně spojen s vynikajícím výkonem. Tento výzkum navíc odhalil, že různé typy organizací používají různé typy a množství humoru (Avolio et al. 1999). To naznačuje, že humor není jen součástí kultury organizace, ale také jejím charakteristickým rysem, díky kterému je kultura každé organizace jedinečná (Romero & Cruthirds, 2006).

2.2.3 Humor a klima

Blanchard et al. (2014) definovali humorné klima jako sdílené vnímání toho, jak zaměstnanci v pracovní skupině používají a vyjadřují humor. Humorné klima organizace může být pozitivní nebo negativní, může mít příznivý nebo nepříznivý vliv na organizační kulturu tím, že ovlivňuje psychickou pohodu a výkonnost jednotlivých zaměstnanců a ovlivňuje kvalitu interakcí mezi pracovníky. V pozitivním humorném klimatu zaměstnanci a manažeři sdílejí humor, aniž by kohokoli vylučovali nebo negativně napadali. Věnují se afiliativnímu a sebebpodporujícímu humoru v podobě zábavných anekdot a žertovných

poznámek, které slouží k posílení přátelských a kolegiálních vztahů (Holmes & Marra, 2002).

Pozitivní humor také pomáhá zaměstnancům dávat smysl nejednoznačným událostem (Blanchard et al., 2014). Mesmer-Magnus, Glew a Viswesvaran (2012) ve své metaanalýze pozitivního humoru na pracovišti uvedli, že používání pozitivního humoru zaměstnanci vede k řadě pozitivních výsledků. Pozitivní humor zvyšoval pracovní výkon a spokojenost, soudržnost týmu, fyzické zdraví, psychickou pohodu a dovednosti zvládání stresu. Snižoval také vyhoření, stres a staženost zaměstnanců. Obecně se zdá, že pozitivní humorné klima může usnadnit pozitivní psychickou a fyzickou pohodu a působit jako ochrana před stresem na pracovišti. Někteří vědci uvádí, že humor usnadňuje vyjednávání a mediaci tím, že „mění očekávání, přehodnocuje vztahy a poskytuje alternativní pohledy na dané téma“ (Martin & Ford, 2018, s. 292).

Negativní humor mohou lidé na pracovišti směřovat vůči ostatním, kteří jsou mimo bezprostřední pracovní skupinu, nebo vůči těm, kteří jsou součástí pracovní skupiny. Pracovníci často používají humor k vtipkování o neschopnosti manažerů, ke stížnostem na špatné pracovní podmínky a k protestům proti zdánlivě svévolným pravidlům. Stejně tak vedoucí pracovníci používají negativní humor k maskování autoritářské povahy sdělení nebo k vytváření rozporů mezi podřízenými, aby oslabili jejich kolektivní moc. Negativní humor používaný v organizačním klimatu slouží zaměstnancům a manažerům, kteří využívají humor agresivně, aby ostatní znevažovali, škádli nebo zesměšňovali, prosazovali společenské normy nebo podkopávali existující mocenské vztahy. Ve dvou studiích se potvrdilo (Holmes & Marra, 2002; Romero & Cruthirds, 2006), že negativní použití humoru, když je využíván k zesměšňování a manipulaci zlomyslným způsobem, má zřejmě škodlivý dopad na zaměstnance a jejich vzájemné vztahy a přispívá k dysfunkční konkurenci uvnitř skupin a organizací. Zvláště negativním typem humoru je používání hanlivého humoru jako formy (genderového) obtěžování (Martin & Ford, 2018).

Negativní humor může sloužit jako vynucování konformity a společenských pravidel vůči sobě navzájem, zejména pokud jde o chování spojené s dělnickou maskulinitou. Každý, kdo se od těchto společenských norem odchýlil, byl vystaven neustálému škádlení a žertům, což představovalo silnou pobídku k přizpůsobení se (Holmes & Marra, 2002).

Interpretace sexistického humoru na pracovišti závisí na postavení humoristy ve vztahu k znevažovanému cíli. To, co je ze strany spolupracovníka považováno za nevinnou

legraci, může být ze strany nadřízeného považováno za nevhodné sexuální obtěžování a opačně (Martin & Ford, 2018).

Vliv genderu a etnické příslušnosti znamená, že iniciátor humoru si tedy musí být vědom složení publika, protože humor, který je vyjádřen na úkor jiné osoby nebo skupiny, bude mít tendenci tuto osobu nebo skupinu odcizit. Výzkumy ukazují, že ženy sdílejí humor, spíše aby vybudovaly solidaritu, zatímco muži používají humor, aby zapůsobili a zdůraznili podobnosti. Tyto humorné tendence jsou v souladu s afiliativním a sebezpovzbuzujícím stylem (Romero & Cruthirds, 2006).

2.3 Humor vedoucího pracovníka

Pojďme si jen krátce objasnit některé pojmy, které by určitě mohly hrát roli v pojetí humoru jako formy komunikace. Pojmy manager a leader, respektive management a leadership se stále často používají jako synonyma, i když jde o rozdílné pojmy a mezi leadershipem a managementem existují zásadní rozdíly.

Pojem leadership pochází z anglického slova leader (vůdce), respektive lead ve smyslu cestovat či jít. Jako vůdce je tedy označován ten, kdo určuje směr, tj. jde v čele či je navigátorem apod. (Steigauf, 2011).

Makovský (2017) uvádí, že management (neboli řízení) je soubor zásad a procesů pro organizaci týmu, dosahování cílů, řešení problémů, jednoduše řečeno zajištění hladkého chodu organizace, kdežto leadership (neboli vedení) definuje vizi, poslání a dlouhodobé směřování organizace a také inspiruje členy týmu k tomu, aby bylo těchto cílů dosaženo.

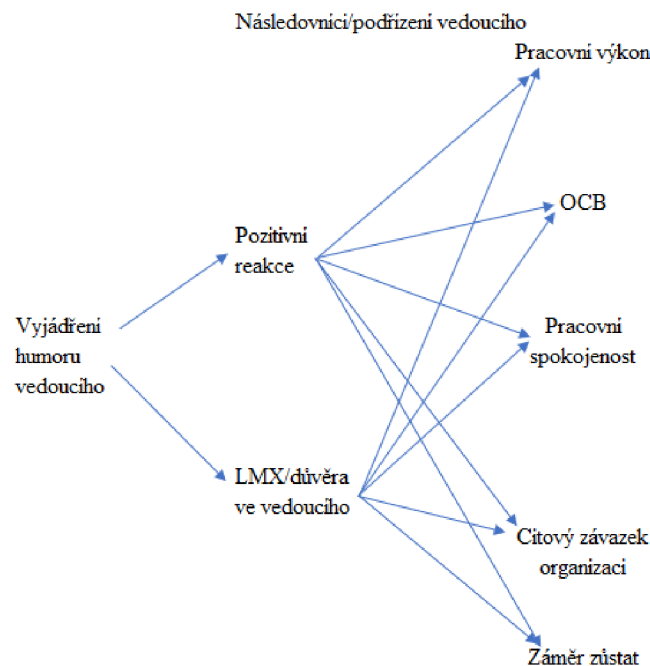
Jde tedy o dva termíny různého významu, přičemž by mělo platit, že dobří manažeři by měli mít také vlastnosti leadera, avšak leadereři nemusí mít vždy manažerské ambice. Samozřejmě ideální je, když se v jedné osobě snoubí jak manažer, tak leader, základní rozdíl mezi nimi je v tom, že manažer má za úkol spravovat, plánovat, rozpočtovat, řídit další kroky směrem k cílům, ale leader (leadership, vůdcovství) k tomu navíc inspiruje, rozvíjí strategie a vize. Manažer by měl umět být i dobrým leadrem alias vůdcem, vytvářet aktivní prostředí plné stimulů, umět projevovat a zvládat emoce svoje i svých podřízených a produkce humoru k tomu právě může pozitivně přispívat. Protože tato práce se dále těmito rozdíly mezi manažery a leadery nevěnuje, budu užívat převážně označení vedoucí pracovník, vedoucí.

Humor vedoucích pracovníků lze použít k posílení vůdcovství a zajištění moci člověka v hierarchických vztazích a snížením sociální vzdálenosti mezi vedoucím a

následovníky. Volba stylu afiliativního humoru je docela vhodná při snižování sociálního odstupu, protože způsobuje, že následovníci vnímají vedoucího jako součást skupiny tím, že se zaměřují na sdílený humor. Sebeshazující humor také někdy, za určitých podmínek, snižuje sociální vzdálenost mezi vůdci a následovníky (Romero & Cruthirds, 2006).

Podle Forda a Martina (2018) by měl vedoucí pracovník umět zacházet s humorem stejně jako se svojí inteligencí, kreativitou, přesvědčivostí a komunikačními dovednostmi. Efektivní využití humoru, jak už bylo dříve uvedeno, může ve vedoucí pozici posilovat soudržnost týmu, motivovat ostatní a pomoci zvládat konflikty. Interakce mezi vedoucím pracovníkem a podřízeným se stává méně napjatá a pozitivnější a umožňuje nabízet a formovat jiný úhel pohledu například při zadávání úkolů. Teorie výměny mezi vedoucími a členy (LMX) předpokládá vytváření takových jedinečných vztahů založených na sociálních výměnách, ve kterých vyjadřování humoru slouží jako interpersonální zdroj pro vedoucího k ovlivňování následovníků a vytváření prospěšných výsledků následovníků (Cooper, 2008), včetně zvýšeného pracovního výkonu, organizačního občanského chování (OCB), spokojenosti s prací, afektivního organizačního závazku a záměru zůstat v zaměstnání nebo organizacích. Existují průzkumy, kde ti nadřízení, kteří měli vyšší skóre smyslu pro humor, měli obecně spokojenější podřízené.

Obr. č. 2 Schéma vyjádření vlivu humoru vedoucího pracovníka v teorii LMX



Pozn: LMX = leader - member exchange, OCB = organizational citizenship behavior.

Zdroj: (Kong et al., 2019, s. 5)

V souladu s Mesmer-Magnus et al. (2012) jsou humor jako vlastnost vedoucího a humor jako vyjádření vedoucího dva kvalitativně odlišné konstrukty. Toto rozlišení je důležité a konzistentní se sociálně psychologickým výzkumem rozlišování mezi dispozičními a výskytovými faktory nebo mezi osobnostními rysy a projevy stavu. Další koncepty pojetí stylů humoru afiliativní, sebestimulační, agresivní a sebestimulační nebyly u badatelů dostatečně sjednoceny (Kong et al., 2019).

Konceptualizace humoru vedoucích pracovníků se zdá, že se dále dělí do jedné ze dvou kategorií; jedna definuje projevy humoru velmi obecně, zatímco druhá se zaměřuje na konkrétní formu projevů humoru (např. afiliativní humor, který používal i Martin et al. v roce 2003 pro definici čtyř stylů humoru). Obě konceptualizace však jsou si podobné v tom, že humor vedoucího představují jako behaviorální událost nebo komunikační taktiku, která je ze strany vedoucího záměrná.

2.4. Konceptualizace a operacionalizace

V roce 2019 Kong s kolektivem ve studii *The state of research on leader humor* rozdělil pro posuzování výsledků dva hlavní typy humoru: humor vedoucího jako jeho vlastnost (jako individuální odlišnost vedoucího) a (behaviorální) projev humoru. Podle Fridhandlera (1986) jsou tyto psychologické stavy a rysy dále rozlišitelné podle dimenzí: trvání, kontinuální versus reaktivní projev, konkrétnost versus abstraktnost a situační versus osobní příčina (Kong et al., 2019).

Měřítka smyslu pro humor byla dále rozdělena podle oblastí smyslu pro humor, stylu humoru a vyjádření humoru, i když některá prokázala nedostatečnou (např. Škála zvládnutí humoru, CHS) nebo nekonzistentní (např. Multidimenzionální smysl pro humor, MSHS) vnitřní konzistenci a konstruktovou platnost.

V našem výzkumu se nebudeme zaměřovat na hodnocení humoru, ale na to, jak vedoucí pracovníci humor na pracovišti vyjadřují v každodenních situacích a vyjdeme ze studie (Kong et al., 2019), která přešla z obecného formátu používání humoru v každodenních situacích specificky na humor vedoucích pracovníků.

Kong s kolektivem (2019) uvedl přehled měřítek humoru vedoucích pracovníků ze dvou známých studií, které obě byly publikovány v *Academy of Management Journal*. Zajímavé je, že pětipoložková škála Avolia et al. obsahovala záměrné užívání humoru vedoucím, škála Coopera tyto položky neobsahovala. Škála Avolia byla přeložena do jiných

jazyků (např. němčiny) a použili ji i další výzkumníci. Co mají obě škály společné je, že používají frekvenční hodnotící škálu a zahrnují položky hodnocené následovníkem.

Obr. č. 3 Měřítka produkce humoru vedoucího pracovníka

Škála	Položky
Avolio et al. (1999)	"Používá humor k odlehčení ve stresových obdobích." "Používá vtipný příběh, aby jej změnil ve svůj prospěch." "Rozesměje nás, když jsme příliš vážní." "Používá zábavné historky, aby rozptýlil konflikty." "Používá vtip, aby si získal přátele z opozice."
Cooper et al. (2008)	"Můj vedoucí vyjadřuje v práci humor." "Jsem svědkem toho jak můj vedoucí vnáší humor do mnoha interakcí se mnou." "Můj vedoucí se mnou žertuje."
Poznámka:	Položky na škále Avolio et. Al (1999) jsou hodnoceny na 5ti bodové škále (0 = vůbec, 4 = často pokud ne vždy). Položky Coopera et al. (2018) jsou hodnoceny na 7mi bodové škále (1 = vůbec, 7 = velmi často).

Zdroj: (Kong et al., 2019, s. 13)

Výše uvedené měřítko Avolia et al. (1999) a jeho pět položek má Cronbachovu alfu $\alpha = 0,90$ a měřítko Coopera (2008) s jeho třemi položkami má Cronbachovu alfu ve studii č. 1 $\alpha = 0,94$ a ve studii č. 2 $\alpha = 0,95$ (Kong et al., 2019).

Podle teoretických perspektiv a východisek uvedených v této studii se zdá, že ze čtyř stylů má největší přínos pro vyjadřovatele i příjemce afiliativní humor (Martin et al., 2003). Silná souvislost (korelace) je mezi afiliativním stylem humoru vedoucích a efektivitou vedení ($r = 0,46$) nebo mezi afiliativním stylem humoru vedoucího a LMX ($r = 0,16$) (Kong et al., 2019).

Další badatelé Craik, Lampert a Nelson v roce 1993 a později i v roce 1996 rozpracovali metodu Humorous Behavior Q-Sort Deck k měření vtipného chování a navrhli zkoumat „pět typů humoru stylů: sociálně vřelý versus chladný, reflektivní versus hulvátský, kompetentní versus neobratný, zemitý versus potlačený a vlídný versus zlomyslný“ (Kong et al., 2019 s. 9). Výsledky byly v souladu Martinem et al. (2003) a jeho čtyřmi styly humoru.

Obr. č. 4 Měřítka stylů humoru vedoucího pracovníka

Škála	Aspekt	Příklad
R. A. Martin et al. (2003)	Affiliative	"Dělá mi radost rozesmívat lidi."
	Sebepovzbuzující	"Když se cítím mizerně, obvykle se mohu povzbudit humorem."
	Agresivní	"Když někdo udělá chybu, budu si ho kvůli tomu často dobírat."
	Sebeshazující	"Nechávám lidi, aby se mi smáli nebo si dělali legraci na můj účet víc než bych měl/-a."
Craik et al. (1993, 1996)	vřelý versus chladný	"Používá dobromyslné žerty, aby ostatní uklidnil."
	reflektivní versus hulvátský	"Používá humor k vyjádření rozporuplných aspektů každodenního života. "
	kompetentní versus neobratný	"Má schopnost úspěšně vyprávět dlouhé a složité anekdoty."
	zemitý versus potlačený	"S chutí vypráví oplzlé historky bez ohledu na publikum."
	vlídný versus zlomyslný	"Rád si vyměňuje aktuální vtipy a udržuje si o nich přehled."

Zdroj: (Kong et al., 2019, s. 10)

Kritika měřítek, která se objevila ve studii Konga et al. (2019) uvádí, že kombinace humoru jako vlastnosti a (behaviorální) projevy humoru, vnáší nejednoznačnost konceptualizace humoru a zároveň se objevuje nedostatek explicitních definic humoru v některých studiích. Dále existuje převaha sebesupozovacích měřítek humoru vedoucích, nesoulad mezi daty a teorií, pochybná prediktivní platnost a nedostatečná validita.

Ve studii Kong s kolektivem (2019) položil dvě důležité otázky související s predikcí platnosti měřítek stylu humoru. První otázka zní: měly by být hodnoceny styly humoru vůdci samotnými nebo následovníky? Tato otázka je kritická v případě charismatického stylu

vedení, kde bývají hodnoceni spíše následovníci než vůdci. Vedoucí nemusí být schopni styly humoru objektivně nebo přesně vyhodnotit a následovníci nemusí nutně zhodnotit styly humoru svého vedoucího stejným způsobem jako vedoucí. Druhá otázka je, pokud Dotazník stylů humoru R. A. Martina et al. (2003) byl použit jako škála sebehodnocení v obecném kontextu (tj. ne v pracovním kontextu), může být toto měřítko přizpůsobené pro použití ve formátu hodnocení humoru vedoucích pracovníků jejich následovníky?

Při kódování humoru vedoucích se zohlednily následující dvě kritéria: (a) proměnná humoru jako projevu vedoucího byla obvykle hodnocena na frekvenční škále (obvykle následovníky), zatímco humor jako rys/vlastnost vedoucího byl obvykle hodnocen na souhlasné škále (samotnými vedoucími nebo následovníky). Projev humoru vedoucího byl hodnocen ve vztahu ke konkrétnímu kontextu vedení, zatímco humor jako vlastnost vedoucího byl hodnocen ve vztahu obecného (nikoliv specifického pracovního) kontextu (např. smysl pro humor obecně, afiliativní styl humoru obecně) (Kong et al., 2019).

Z logiky věci vyplývá, že humor jako vlastnost vedoucího v jeho latentní kvalitě může být pro vedoucího účinný pouze tehdy, když je vyjádřen (behaviorálně se tedy projevuje jako humor). V projevu této latentní vlastnosti bude existovat variabilita v závislosti na situaci, v níž se vedoucí nachází. Výzkumy vědců Judge a Zapaty (2015) ohledně projevů humoru vedoucích obvykle neuváděly konkrétní údaje o síle nebo typu situací, do nichž jsou interakce mezi vedoucím a následovníkem zasazeny, což ztěžuje testování myšlenek situační síly a aktivace rysů/vlastností (Kong et al., 2019). Kromě toho byla dosavadní měření humoru v oblasti rysů vedoucích navržena tak, aby spíše než konkrétně na pracovišti, zachytila sklon jedince k prožívání a vyjadřování humoru obecně v různých kontextech. Hodnocení humoru jako vlastnosti vedoucího proto nemusí odrážet sklon vedoucího k prožívání a vyjadřování humoru v práci, což také oslabuje hodnotu humoru jako vlastnosti vedoucího spojenou s výsledky postojů a chování následovníků. Na náš předchozí bod navazuje provokativní otázka: je humor jako vlastnost vedoucího skutečně potřebný, vzhledem k tomu, že vykazuje slabší hodnotu ve svém spojení se všemi výstupy následovníků, které jsme identifikovali (Kong et al., 2019)?

My se dále v naší výzkumné části zaměříme na produkci humoru vedoucích pracovníků na pracovišti jako na obvyklý vzorec chování (tendence často se smát, vyprávět vtipy, bavit ostatní) a jako na estetickou reakci (oceňování humoru).

VÝZKUMNÁ ČÁST

3 VÝZKUMNÝ PROBLÉM

Z přehledu dosavadních teorií a literatury o humoru vyplývá, že existují nejméně čtyři faktory, které přispívají k tomu, že je obtížné humor definovat a operacionalizovat (Mesmer-Magnus et al., 2012, s. 156):

- (1) termíny "humor" a "smysl pro humor" se často používají zaměnitelně;
- (2) humor je vícedimenzionální a jeho dimenze jsou zdánlivě různorodé;
- (3) humor je kvantifikován různými způsoby a
- (4) existuje mnoho stylů humoru, některé pozitivní a některé negativní.

Nenašli jsme žádný relevantní nástroj pro měření struktury humoru vedoucích pracovníků na pracovišti, ani v českém, ani v anglickém jazyce. Bylo proto třeba sestavit vlastní dotazník. Při sestavování nového dotazníku jsme tedy částečně vyšli ze struktury položek Ruchova 3 WD testu humoru (1992), kde jsme vzali dva z jeho tří sledovaných faktorů, a to humor nesouladu s rozlišením INC – RES a nesmyslný humor – NON. Postupovali jsme v souladu se znalostmi o konstruování psychometrických škál (Furr, 2011). Dále jsme navazovali na zjištění z adaptace české verze Škály hodnocení struktury humoru HSAS – CZ (Sulejmanov & kol., 2022). Dotazníky popsané v předchozí teoretické části byly vytvořeny převážně pro měření hodnocení humoru, náš dotazník byl zkonstruován pro produkci humoru. Soustředili jsme se na prostředí pracoviště a konkrétně jsme se zaměřili typ produkce humoru vedoucích pracovníků. V dotazníku se popisují každodenní humorné situace na pracovišti s projevy typického škádlení: vtípy, komentáře a poznámky (Long a Graesser, 1988). Z toho nám vyplývá výzkumná otázka: „Bude se vyskytovat rozdíl mezi INC – RES a NON typem humoru v produkci humoru vedoucích pracovníků?“.

Cílem výzkumu je sestavit nový dotazník typu humoru, prozkoumat jeho psychometrické vlastnosti, zjistit jeho reliabilitu a faktorovou strukturu (Ho, 2017) a ověřit v praxi jeho platnost.

4 TYP VÝZKUMU A POUŽITÉ METODY

V této kapitole popisujeme, jaké metody jsme použili pro získání dat. Cílem této práce bylo vytvořit takový dotazník, který by se zaměřil na rozlišení typu produkce humoru podle struktury u vedoucích pracovníků na pracovišti. Jako design jsme zvolili kvantitativní výzkum, nástroj ke sběru dat byl tedy nově vytvořený dotazník a zaměřili jsme se na cílovou skupinu českých vedoucích pracovníků z prostředí školství i soukromé sféry.

4.1 Typ výzkumu

Hlavní metodou výzkumu je dotazník (Furr, 2011; Ferjenčík & Bakalář, 2010). Ten jsme zkonstruovali na základě znalostí struktury 3 WD testu (Ruch, 1992) a výstupů ze Škály hodnocení struktury humoru v české adaptaci HSAS – CZ (Sulejmanov, 2022). V následující kapitole 3.2 představujeme vytvořený dotazník blíže. Hodnocení typu produkce humoru vedoucích pracovníků probíhalo formou sebehodnocení.

Tento výzkum byl realizován on-line přes internetovou platformu Survio a podmínkou pro vstup do dotazníkového šetření bylo dovršení 18 let a prokazatelné zaměstnání jako vedoucí pracovník.

4.2 Dotazník typu produkce humoru na pracovišti

Hlavním cílem výzkumu bylo sestavení dotazníku. Škála se skládá nejen z obvyklého vtipkování, ale i z vtipných komentářů, událostí, témat a poznámek. Sestavení škály bylo konzultováno s vedoucím bakalářské práce a W. Ruchem.

Dotazník obsahuje deset otázek na určité situace, které mohou nastat na pracovišti v kontaktu s podřízenými a tyto otázky obsahují dva typy humoru podle struktury. To znamená pět otázek typu humoru INC – RES (s rozlišením nesouladu) a pět otázek typu humoru NON (bez rozlišení nesouladu). Otázky jsou komponované párově, to znamená, že každá otázka typu INC – RES má k sobě jednu otázku typu NON. Odpovědi jsou na šesti bodové škále Likertova typu (Ho, 2017), kde 0 = nikdy a 5 = vždy. Výsledky otázek 1-10 jsou zpracovány jako hrubé skóry.

Tab. č. 1 Příklady párových otázek podle typu struktury humoru

Položka	Příklad
INC – RES otázka	Říkám vtipy, které mají určitou pointu.
NON otázka	Dělám vtipné komentáře, které mohou někteří lidé považovat za pošetilé.

Pozn: INC – RES = humor s rozlišením nesouladu, NON = humor bez rozlišení nesouladu

Dále je v dotazníku jedna samostatná otázka na frekvenci používání humoru na pracovišti (*S ohledem na typický pracovní týden, uveďte, jak často se na pracovišti věnujete vtipkování?*) hodnocená na škále od 1 = méně než dvakrát týdně až 4 = několikrát denně. Součástí dotazníku je i pět demografických otázek, z toho čtyři otázky jsou formou výběru. Jedná se o pohlaví, nejvyšší dosažené vzdělání, jak dlouho respondent pracuje ve svém současném zaměstnání (čtyři časové kategorie); dále uvedení věku (číslo) a jedna otázka v demografii je otevřená, a to na pracovní oblast, ve které respondent působí. Celé znění dotazníku je k dispozici k nahlédnutí v příloze.

4.3 Pilotní studie

Pilotní studie pro ověření srozumitelnosti otázek zahrnovala pět přímo oslovených manažerů (tři muže a dvě ženy), pracovních kolegů výzkumnice. Byl jim předán dotazník a měli na následné osobní schůzce komentovat, jestli všem položkám v dotazníku rozumí. Zadání pilotní studie přesně znělo: „*Dokážete za sebe jako vedoucí pracovník v daném pracovním kontextu na uvedené situace v těchto deseti otázkách odpovědět podle přiložené škály? Rozumíte, na co se v každé otázce ptáme tak, abyste mohli vždy vybrat odpověď?*“ Na srozumitelnost formulací otázek si nestěžoval žádný z nich. Dva z nich komentovali, že mají potíže si představit, co je myšleno pod slovy pošetilé nebo zvláštní. Ale intuitivně to věděli, takže nakonec nepotřebovali tato slova přeformulovat a uměli by na takto formulované otázky odpovědět.

5 SBĚR DAT A VÝZKUMNÝ SOUBOR

V této kapitole představíme blíže cílovou skupinu respondentů a jak probíhalo shromažďování dat. Dále se zmíníme o etických aspektech výzkumu.

5.1 Sběr dat

Cílová skupina vedoucích pracovníků se bohužel nezdržuje nikde organizovaně na veřejné online platformě a jejich kontakty nebývají běžně veřejné a dostupné. Zvolili jsme tedy metodu příležitostného a účelového výběru.

Vzhledem k příležitosti se dostat k ověřeným kontaktům na vedoucí pracovníky, byl zvolen kombinovaný přístup zahrnující metodu příležitostného a účelového výběru a dále metodu sněhové koule (Miovský, 2006). „Při použití účelového výběru musí výzkumník jasně, přesně a otevřeně definovat populaci, kterou jeho vzorek opravdu reprezentuje (Disman, 2002, s. 112)“. Zaměřili jsme se na ty pracovníky, kteří prokazatelně vykonávají vedoucí funkci, tj. vedou nějaké podřízené (nebylo určeno kolik je minimum podřízených), vycházeli jsme profesní sítě výzkumnice. Jedná se o různé obory, většinou je to soukromý sektor v oblasti výroby a služeb. Zároveň byli vedoucí pracovníci požádáni o předání odkazu na výzkum i jejich kolegům a kolegyním ve vedoucí pozici (metoda sněhové koule, snowball technika). „Snowball Technique spočívá na výběru jedinců, při kterém nás nějaký původní informátor vede k jiným členům naší cílové skupiny (Disman, 2002, s. 114)“.

Odhadem jsme oslovili přímo cca 50 vedoucích pracovníků ze soukromého sektoru a na tyto kontakty se nabalilo dalších cca 40 jimi doporučených respondentů. Tato cesta osobních referencí přinesla poměrně slušné výsledky vyplnění, odhadujeme, že tak 80 % přímo oslovených respondentů dotazník vyplnilo. Abychom rozšířili vzorek zastoupení populace vedoucích pracovníků, obrátili jsme se i na vedoucí pracovníky ve školství, konkrétně byli osloveni vedoucí pracovníci vysokých škol, kteří měli uvedené svoje pozice s kontakty na webových stránkách jednotlivých vysokých škol. Vysoké školy k oslovení jsme zvolili podle osobních zkušeností a jejich velikosti, soustředili jsme se postupně na ty velké jako je Univerzita Palackého, dále Masarykova univerzita v Brně, potom Ostravská univerzita a Univerzita Karlova v Praze. Odhadem bylo osloveno přes 200 vedoucích pracovníků z vysokých škol. Tito pracovníci nebyli požádáni o předání odkazu dál.

Sběr dat probíhal na on-line platformě Survio a to od ledna 2024 do března 2024 (celkem 44 kalendářních dní). Tento způsob on-line kontaktu (vytvoření odkazu) jsem zvolila pro přehlednost dotazníku na webu, jeho dostupnost z několika zařízení z jednoho odkazu (PC, mobil, notebook) a pro pohodlí při odpovídání respondentů. Mým cílem bylo dosáhnout alespoň 120 respondentů podle pravidla, že je třeba mít alespoň 5 (nejlépe však 10) respondentů na jednu proměnnou (Ho, 2017).

Výzkumný soubor se po uzavření dat skládal ze 135 respondentů, věk nad 18 let, ve vedoucí funkci. Dotazník byl nastaven tak, aby žádná položka nešla přeskočit nebo hodnotit dvakrát. Výzkumný soubor byl posléze upraven na 131 respondentů metodou odstranění neopatrného odpovídání, viz. bližší popis v kapitole práce s daty.

Celkový počet mužů v souboru byl 89, žen 42. Věkové rozpětí u mužů bylo od 21 let do 65 let, u žen bylo rozpětí od 26 let do 79 let. Průměrný věk se v obou skupinách pohyboval shodně na 46 letech. Směrodatná odchylka u mužů byla 5,1 u žen 7,68.

Respondenty (131) jsem dále rozdělila do 4 skupin podle nejčastěji uváděných pracovních oblastí na vysoké školy (56), státní správu (16), soukromou firmu výrobní (24) a soukromou firmu služby (35). Redukcí na výsledné dvě profesní skupiny je podobné zastoupení vedoucích pracovníků pracujících ve státní sféře (72) a soukromých firmách (59). Vzdělání převažovalo jednoznačně vysokoškolské (77%).

5.2 Metoda analýzy dat

Dotazníková platforma Survio má ve výstupech dat jako možnost stažení dat do excelového formátu. K testování jsem použili SW jamovi, dále metodu analýzy hlavních komponent (Principal Component Analysis) a analýzu reliability (Reliability Analysis) (Ho, 2017).

Proměnné pro faktorovou analýzu by měly být měřeny alespoň na ordinální úrovni. Mělo by být zahrnuto několik proměnných (pět nebo více), aby se mohl reprezentovat každý navrhovaný faktor. Velikost vzorku by měla být 100 nebo více. Základním pravidlem je mít alespoň pětkrát více případů, než je počet proměnných zadaných do vzorku faktorové analýzy. Přijatelnější by byl poměr deset ku jedné (Ho, 2017).

5.3 Etické hledisko a ochrana soukromí

Vyplnění dotazníku bylo ryze dobrovolné a bezplatné. Všichni respondenti byli oslovení e-mailem, kde se výzkumnice představila, na jaké škole studuje a krátce představila i výzkum. Respondenti byli v úvodu informováni o časové dotaci, kterou si vyplnění vyžádá (maximum 5 minut). Na výzkum byl přiložený link na on-line platformě Survio a všichni byli upozorněni, že stisknutím tlačítka odeslat dávají souhlas s nakládáním s daty. Respondenti byli ujištěni, že anonymita odpovědi je zajištěná i zvolenou strukturou demografických údajů, ze kterých nevyplývají žádné citlivé údaje. Po vyplnění dotazníku tak není možné nikoho z dat identifikovat. Nedošlo zde ke klamání účastníků a všichni byli seznámeni s tím, že data jsou použita výhradě pro tuto bakalářskou práci. Respondenti byli ujištěni, že s jejich s daty bude nakládáno v souladu s GDPR.

V průvodním e-mailu bylo také nabídnuto pro případné zájemce detailnější vysvětlení celého projektu, případně prezentace výsledků (byl uvedený telefonický kontakt). Této nabídky během sběru dat nikdo z respondentů nevyužil. Respondent mohl kdykoliv přerušit vyplňování dotazníku nebo ukončit předčasně a neodeslat odpovědi. Data byla uložena pod přihlašovací jménem a heslem a má k nim přístup jen výzkumnice čili autorka této bakalářské práce.

6 PRÁCE S DATY A JEJÍ VÝSLEDKY

Základní úprava dat probíhala v MS Excel a dále ve statistickém SW jamovi. Prvotní data musela projít korekcí a úpravou, aby byla relevantní k analýze. Nejdříve jsme prozkoumali v jamovi jednotlivé proměnné, tvar rozdělení dat (šikmost, špičatost), průměry a směrodatné odchylky (Ho & Yu, 2014). Po prvotním ověření, zda jsou položky vhodné pro analýzu hlavních složek, jsme pak pracovali s daty dále.

5.1 Práce s daty

Celkem vstoupilo do dat 135 dotazníků. 4 dotazníky byly odstraněny z důvodu neopatrného odpovídání. To znamená, že čtyři účastníci byli označeni jako odlehlé hodnoty a odstraněni z datového souboru pomocí procedury Mahalanobis Distance v balíčku *careless* (v1.1.3; Yentes & Wilhelm, 2018; viz také Meade & Craig, 2012 pro identifikaci nedbalého odpovídání pomocí Mahalanobis Distances). K datům jsme přistoupili za pomoci exploratorní faktorové analýzy (Exploratory Factor Analysis, EFA) kterou používáme, máme-li větší počet položek (otázek), které měří určitý jev z různého pohledu nebo v různých kontextech. Principem EFA je to, že zkoumáme, zda některé položky spolu navzájem souvisí a zda by se zachycením těchto souvislostí dala data přehledně zjednodušit. Součástí naší práce byla analýza hlavních komponent (Principal Component Analysis, PCA), paralelní analýza (Parallel Analysis, PA) a korelační matice (Franklin et al., 1995).

5.2 Deskriptivní statistika

Z prvních popisných výstupů vidíme, že většina položek typu INC – RES má relativně normální rozdělení, u otázek typu NON pozorujeme někde hodnoty trochu zešíkmené vpravo. Přesný přehled konkrétních hodnot a jejich šikmost a špičatost (Ho & Yu, 2014) je uvedena v následující tabulce č. 2. Průměr odpovědí na škále u vtipů dimenze INC – RES je 2,97, což je těsně kolem středu, zatímco průměr vtipů dimenze NON je 1,54 na škále. Respondenti využili u otázek č. 1 (INC – RES 1) a otázky č. 7 (INC – REC 4) všechny body škály – od nikdy (0) do vždy (5); u ostatních otázek nebyly využity všechny hodnoty škály od 0 do 5. Standardizovaná odchylka se pohybuje v rozmezí od 0,93 do 1,16.

Tab. č. 2 Deskriptivní statistika položek

Položka	M	SD	Sk	K
INC – RES 1	2,53	1,10	0,09	-0,17
INC – RES 2	3,28	0,95	0,19	-0,34
INC – RES 3	3,06	0,93	0,38	0,00
INC – RES 4	2,79	1,07	-0,26	-0,37
INC – RES 5	3,19	0,99	0,10	-0,22
NON 1	1,26	1,07	0,72	0,11
NON 2	1,73	1,16	0,19	-0,69
NON 3	1,57	0,97	0,38	0,00
NON 4	1,54	1,00	0,56	0,19
NON 5	1,59	1,14	0,48	0,17

Pozn. N = 131 M = průměr SD = směrodatná odchylka Sk = šikmost K = špičatost
 INC – RES = Incongruity - Resolution humor, rozlišení nesouladu
 NON = Nonsense humor, bez rozlišení nesouladu

Statistika respondentů zahrnovala na platformě Survio celkem 192 návštěv, z toho 135 dokončených dotazníků. 56 respondentů si dotazník pouze zobrazilo. Z toho vyplývá úspěšnost při vyplňování 70,8 % a to je pěkný výsledek a přibližuje se původnímu odhadu. Čas vyplňování dotazníku se pohyboval nejčastěji mezi 2-5 minutami, jak bylo slibováno v úvodu dotazníku.

Nevíce odpovědí zaznamenaly otázky č. 6 a č. 9, obě z dimenze typu humoru INC – RES. *Dělám vtipné komentáře, které mají smysl* (nejčastější odpověď je často 61 x) a č. 9 *Humor vyjadřuji rozumně* (nejčastější odpověď je často 61 x). Z druhé dimenze humoru NON se nejvíce odpovědí objevilo u otázky č. 2 *Říkám poněkud bizarní vtipy* (nejčastější odpověď je zřídka 48 x) a č. 5 *Dělám vtipné komentáře, které mohou někteří lidé považovat za pošetilé* (nejčastější odpověď je občas 48 x, ale zajímavý je u této otázky i vysoký počet odpovědí u zřídka 48 x).

5.3 Analýza hlavních komponent PCA

Po ověření faktorové struktury dotazníku byla provedena analýza hlavních komponent (Principal Component Analysis, PCA) (Franklin et al., 1995). Tato analýza proběhla nejdříve bez rotace na deseti otázkách (5 x INC – RES, 5 x NON). Budeme sledovat faktorovou zátěž (či náboj) u dané položky, která vyjadřuje těsnost vztahu k příslušnému faktoru (Ho, 2014).

5.3.1 Výsledky PCA bez rotace

Všechny otázky měly faktorový náboj větší než 0,3, což je dobrý výsledek. Hodnota Kaiser-Meyer-Olkinova kritéria (KMO) byla $> 0,7$ (KMO = 0,786). Tato hodnota je přijatelná. KMO test je určen k měření vhodnosti dat pro faktorovou analýzu. Jinými slovy, testuje přiměřenost velikosti vzorku. Test měří přiměřenost výběru pro každou proměnnou v modelu a pro celý model. Uvádí se, že hodnoty KMO mezi 0,8 – 1 jsou adekvátní a vhodné pro analýzu hlavních komponent a průměrná hodnota více než 0,6 je tedy přijatelná (Shrestha, 2021).

Bartlettův test sféricity ukazuje statisticky významný výsledek ($\chi^2 = 403$, $df = 45$, $p < 0,001$). Významná hodnota $p < 0,001$ znamená, že analýza faktorů se může vyplatit pro soubor dat (Shrestha, 2021). Paralelní analýza (PA) byla použita za účelem stanovení počtu komponent, které se mají ponechat. PA určuje, které zatížení proměnných je významné pro každou složku a zjednodušuje tak strukturu (Franklin et al., 1995).

Tab. č. 3 Analýza hlavních komponent bez rotace

Zatížení komponent	Komponenta		
	1	2	jedinečnost
ir 1	0,602		
ir 2		0,701	0,550
ir 3		0,795	0,501
ir 4	0,652		0,329
ir 5		0,737	0,573
non 1	0,782		0,429
non 2	0,842		0,342
non 3	0,653		0,290
non 4	0,654		0,573
non 5	0,754		0,420

Pozn.: ir = INC – RES
non = NON

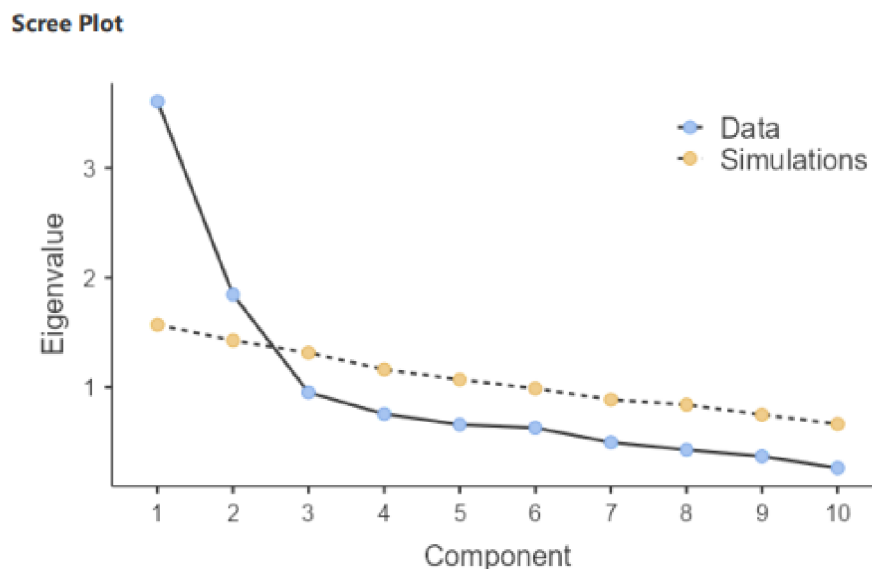
Sloupec jedinečnost se týká množství odchylky v dané položce nevysvětlené pomocí faktorů. Jedinečnost odkazuje na výši rozptylu dané položky, která není vysvětlena faktory a týká se množství odchylky v dané položce. Pokud je procento v jedinečnosti nad 0,9, je to položka k vyřazení (Ho, 2014), což není náš případ. V tabulce vidíme, že byly extrahovány

dva faktory. Položky na stupnici byly rozříděny podle jejich zatížení na těchto dvou extrahovaných faktorech.

Z uvedených hodnot v tab. 3 vyplývá, že dvě otázky dimenze INC – RES mají zátěž druhého faktoru, což není přijatelný výsledek a jsou to komponenty, které se nemohou ponechat. Protože dotazník typu produkce humoru na pracovišti měl položky otázek INC – RES a NON navázané vždy do páru, pro další analýzu navrhuje vyřadit nejen problematické položky INC – RES 1 (*říkám vtipy, které mají určitou pointu*) a INC – RES 4 (*vtipkuji o skutečných událostech*) a k nim patří párové otázky, přestože měly dobré výsledky, a to NON 1 (*říkám poněkud bizarní vtipy*) a NON 4 (*vtipkuji o smyšlených tématech*).

Scree plot (Ho, 2014) je další vizuální pomůcka, která se často používá při rozhodování, kolik faktorů extrahovat, vzniká na základě paralelní analýzy (Franklin et al., 1995). Toto zobrazení je v souladu s výsledky Kaiser-Meyer-Olkinova kritéria (KMO).

Graf. č. 1 Scree plot bez rotace



Existují různé způsoby, jak můžeme rozhodnout, kolik faktorů extrahovat. Můžeme toto určit na základě paralelní analýzy nebo s pomocí KMO, které si ponechá všechny faktory s Eigenvalue (hodnotu vlastních čísel) nad 1. Za významné se považují pouze faktory s Eigenvalue (vlastními hodnotami) 1 nebo vyššími; všechny faktory s vlastními čísly menšími než 1 se neberou v úvahu (Ho, 2014). K tomu lze doplnit, že „extrakce faktoru by měla být zastavena v místě, kde dochází k ´loktí´ nebo vyrovnání linie. Tato zkouška slouží

k určení optimálního počtu faktorů, které lze extrahovat před tím, než začne společné rozptylové strukturu dominovat množství unikátních rozptylů“ (Shrestha, 2021, s.7).

Z dalších významných hodnot se ukazuje, že korelace mezi položkami faktoru 1 a faktoru 2 je nula čili spolu nekorelují. Na základě toho, že tam nejsou korelace a na základě toho, že dvě otázky ir 1 a ir 4 mají nevhodnou zátěž, jsme je odstranili a k nim i protipár otázek non 1 a non 4 (přestože tyto dvě otázky NON měly dobrý výsledek). Zachováme tak vyváženou škálu se stejným počtem položek. Dále budeme pokračovat v analýze hlavních komponent s šesti otázkami, tři typu INC – RES a tři typu NON.

5.3.2 Výsledky PCA s rotací Varimax

Nová analýza hlavních komponent proběhla s Varimax rotací. Metoda Varimax se používá k minimalizaci počtu proměnných, které mají vysoké zatížení na každý faktor. „Varimax má tendenci soustředit se na maximalizaci rozdílů mezi čtvercovými koeficienty struktury obrazců na faktor (tj. zaměřuje se na sloupcovou perspektivu)“ (Shrestha, 2021, s.7). Faktory spolu nekorelují a jedná se o tzv. ortogonální rotaci. Nejsou žádná striktní pravidla, jestli použít rotaci šikmou (Oblique) nebo ortogonální (Orthogonal), kromě jednoho vodítka, pokud jej máme na začátku a tím je korelace. Pokud je korelace nižší než 0,2, je vhodnější použít metodu ortogonální rotace (Ho, 2014).

Tab. č. 4 Analýza hlavních komponent s rotací Varimax

Zatížení komponent	Komponenta		
	1	2	jedinečnost
ir 2		0,707	0,488
ir 3		0,801	0,314
ir 5		0,752	0,411
non 2	0,899		0,193
non 3	0,757		0,427
non 5	0,767		0,402

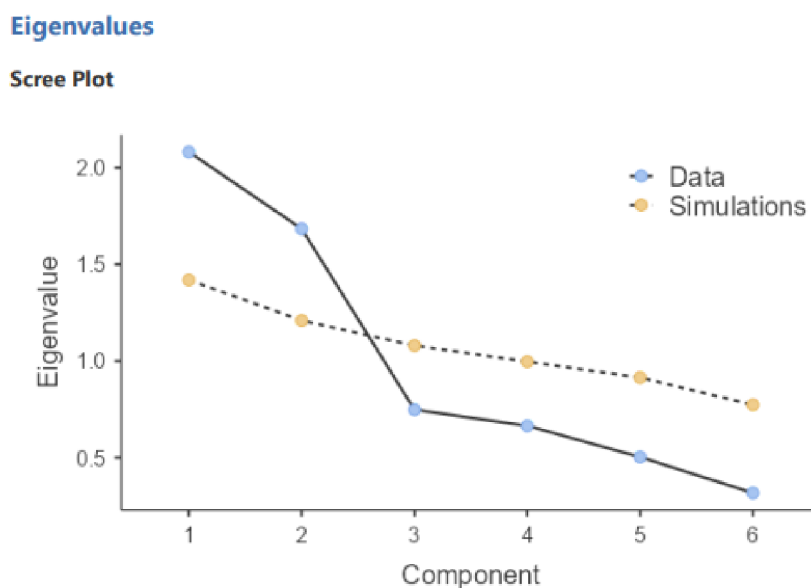
Pozn.: ir = INC – RES
non = NON

Po nové analýze s šesti položkami máme výsledné KMO – hodnotu Kaiser-Meyer-Olkinova kritéria $KMO = 0,61$. Což jak víme, je podle Shrestha (2021) ještě těsně přijatelné

pro analýzu hlavních komponent. To nám zakládá limity našich výsledků. Všech šest otázek mělo faktorové zatížení opět větší než 0,3 a to je v pořádku.

Bartlettův test sféricity opět ukazuje statisticky významný výsledek ($\chi^2 = 163$, $df = 15$, $p < 0.001$). Po provedení analýzy hlavních komponent s rotací Varimax na zbylých šesti otázkách vidíme, že se nám křivka na Scree plotu posunula výše směrem nad hodnotu 1 Eigenvalue. Z grafu je tedy patrné, že naše dva faktory (komponenty) mohou zůstat.

Graf. č. 2 Scree plot s rotací Varimax



Dále jsme pracovali s analýzou reliability (Reliability Analysis). Analýza reliability proběhla na položkách INC – RES 2, INC – RES 3 a INC – RES 5. Výsledná Cronbachova alfa byla $\alpha = 0,62$ a McDonaldovo omega byla $\omega = 0,63$.

V případě analýzy reliability položek NON 2, NON 3, NON 5 byla výsledná Cronbachova alfa $\alpha = 0,74$ a McDonaldovo omega $\omega = 0,77$.

Reliabilita je schopnost určitého náboje měřit jev, k jehož měření byl určen (Ho, 2014). Cronbachova alfa obecně potvrzuje vnitřní konzistenci a spolehlivost (reliabilitu) pro testování přesnosti nástroje. Adekvátní limitní hodnota Cronbachovy alfy by měla být větší než $> 0,7$ (Shrestha 2021). Koeficient omega (McDonaldova omega) je zobecněná forma koeficientu alfa, protože omega je robustní pro většinu statistických předpokladů alfa a nabízí praktičtější užitek ve srovnání s alfa, která je jen unikátní případ omega (Kalkbrenner, 2021).

V našem výsledku se ukázala na položkách INC – RES hodnota Cronbachovy alfy $\alpha = 0,62$ a McDonaldovy omegy $\omega = 0,63$, což je výsledek menší, než se obecně připouští,

a to se jeví jako nedostatek. Naopak v případě položek NON je hodnota Cronbachovy alfy $\alpha = 0,74$ a McDonaldovy omegy $\omega = 0,77$ a to je podle pravidel přijatelný výsledek.

5.3.3 Korelační matice

Nyní budeme prezentovat korelace mezi jednotlivými měřenými proměnnými (faktory) a demografickými otázkami. Proměnné by měly být alespoň na ordinální úrovni (Ho, 2014).

Tab. č. 5 Korelace mezi proměnnými a demografickými otázkami

	Četnost humoru	INC – RES	NON	Pohlaví	Věk	Vzdělání
Četnost humoru	–					
INC – RES	0,232**	–				
NON	0,431***	-0,070	–			
Pohlaví	0,061	0,004	-0,007	–		
Věk	-0,249**	-0,040	-0,230**	-0,039	–	
Vzdělání	-0,059	0,049	-0,135	0,029	0,172*	–

Pozn.: *p < 0,05, ** p < 0,01, *** p < 0,001

Z korelační matice je patrný významný výsledek u četnosti humoru, v tom smyslu, že čím častěji se na pracovišti používá humor, tím častěji se objevuje tendence používat INC – RES i NON. Jednotlivci, kteří uvádějí, že humor používají častěji, mají také tendenci uvádět častější používání obou typů humoru. Zajímavé je, že korelace je vyšší u dimenze NON.

Dále je zde významná negativní korelace věku a četnosti užívání humoru. To můžeme interpretovat, že čím starší respondent je, tím méně často používá/produkuje humor na pracovišti. Jinými slovy by se dalo říct, že mladší lidé vtipkují na pracovišti více než starší lidé. S věkem je také spojena významná negativní korelace užití humoru NON, což znamená, že čím je respondent starší, tím menší má oblibu nesmyslného humoru NON.

V případě genderu nedošlo k žádnému signifikantnímu závěru, muži a ženy vtipkují na pracovišti přibližně stejně často.

7 DISKUZE

Cílem této bakalářské práce byl vývoj nového dotazníku typu humoru na pracovišti pro vedoucí pracovníky. Zvolili jsme si položky reprezentující strukturální dimenzi z Ruchova 3 WD testu (1992). Položky dotazníku jsou vytvořené ve dvou dimenzích, a to v dimenzi humoru s rozlišením nesouladu INC – RES a humoru bez rozlišení nesouladu NON. Jsou zastoupené v poměru pět INC – RES a pět NON položek, celkem deset položek (otázek) plus jedna otázka na četnost užívání humoru na pracovišti. Dotazník obsahuje základní demografické otázky (pohlaví, věk, vzdělání, délka a typ zaměstnání). Otázkami jsme zůstali orientovaní v pozitivním (adaptivním) stylu humoru. Položky dotazníku by tedy odpovídaly afiliativnímu stylu humoru (Martin et al., 2003). Podle definice se afiliativní humor má zaměřovat hlavně na pobavení ostatních, zlepšování mezilidských vztahů a zmírňování napětí ve vztazích (Lefcourt, 2001).

Domnívám se, že sestavení dotazníku a jeho první testování se zdařilo uspokojivě. Dotazník byl vytvořen poprvé právě pro účely této bakalářské práce a jeho vlastnosti nebyly předtím ověřovány. Pomocí analýzy hlavních komponent (Principal Component Analysis, PCA) se nám podařilo ověřit předpokládanou dvou faktorovou strukturu, která korespondovala s nasbíranými daty. Jak se ukázalo během analýzy, bylo nutné odstranit dvě položky INC – RES, u kterých se objevilo nevhodné zatížení druhého faktoru a s nimi pro vyváženost škály jsme odstranili i dvě jejich párové otázky NON (byť ty nevykazovaly nevhodné zatížení). Analýza hlavních komponent provedená na výsledných šesti položkách ukázala v případě tří položek INC – RES Cronbachovu alfu ($\alpha = 0,62$) a McDonaldovu omegu ($\omega = 0,63$), což je nízká hodnota (adekvátní je hodnota 0,7 a větší), ale to může být zlepšeno dalším vývojem dotazníku. V případě zbývajících tří položek NON byla Cronbachova alfa ($\alpha = 0,74$) a McDonaldovo omegu ($\omega = 0,77$). A toto je přijatelný výsledek.

Výzkumný soubor respondentů vzhledem k horší dostupnosti cílové skupiny vedoucích pracovníků nebyl plně reprezentativní. Je známo, že forma internetového dotazování může přinášet další potenciální zkreslení. Do tohoto výzkumného souboru vstoupili jen ti respondenti, kteří byli ochotní vyplnit dotazník avizovaný dopředu jako výzkum humoru. To znamená, že to mohli být právě ti respondenti, kteří obecně více vyhledávají humor a humorné podněty. Forma účelového výběru nesplňuje kritéria na

reprezentativnost výzkumného souboru a je jen náhradou za pravděpodobnostní výběr. To samé platí i pro metodu sněhové koule, se kterou byl sběr dat také kombinovaný. Závěry pak mají své limity, výsledky platí právě pro danou skupinu z výzkumného souboru a nelze je plně zevšeobecňovat. Platné závěry by pak mohly být získány jen opakováním výzkumu na souborech vytvořených z dalších populací (Disman, 2002).

V pilotní studii dva respondenti (celkem pět respondentů) uváděli, že některé výrazy ve formulaci otázek jsou pro ně příliš široké a umožňují jim různou subjektivní interpretaci (např. slovo zvláštní, pošetilý, směšný), ale neomezilo je to při samotném odpovídání a nebylo nutné tyto položky přeformulovat, aby mohli zvolit vhodnou odpověď. Nejednoznačnost porozumění a možnost zaměnitelnosti kategorií humoru jen dokladují závěry z předchozích zkoumání, že se u humoru jedná o široký a hůře popsateľný konstrukt (Ruch, 1992; Martin et al., 2003; Kong et al., 2019). Pro další možný vývoj dotazníku navrhujeme revidovat a přeformulovat některé položky z obou dimenzí, aby nedošlo k jejich subjektivními přibližování a následnému riziku ovlivňování (Furr, 2011).

Jako další možnost rozvoje dotazníku a následného výzkumu se nabízí testování dotazníku typu humoru na pracovišti s osobnostními charakteristikami (např. Big Five) (Di Fabio et al., 2023). Podobnou studii provedl Martin et al. (2003) s dotazníkem HSQ a výsledkem bylo například zjištění, že s agresivním stylem humoru pozitivně koreluje neuroticismus nebo negativně koreluje přívětivost. My bychom se mohli zaměřit na testování dotazníku typu humoru na pracovišti např. s otevřeností k prožitku (openness to experience), kterou Martin et al. (2003) netestoval nebo testováním s dimenzí vyhledávání senzací (sensation seeking). Vzhledem k tomu, že výzkum Coopera (2008) prokázal účinky projevů humoru vedoucího pracovníka nad rámec konstruktů, jako je rys pozitivního afektu vůdce, extraverte vedoucího, ohleduplné chování vedoucího, rys pozitivního afektu, jsou vědci Plessen s kolektivem opatrně optimističtí, že humor hraje jedinečnou/přirůstkovou a důležitou roli při utváření výsledků následovníků. Nicméně míra, do jaké je humor vedoucího spojen s jeho dalšími vlastnostmi nebo chováním je otázka, která si zaslouží další empirické zkoumání (Plessen et al., 2020).

V našich výsledcích se objevil výsledek klesající oblíbenosti typu humoru NON a vyššího věku, což je také v souladu také se závěry W. Rucha (1992). V dalších výzkumech by se mohlo například zkoumat, jestli konzervatismus (v našem případě by ho mohla reprezentovat právě manažerské pozice v seriózní instituci) negativně koreluje s volbou NON čili nesmyslného humoru. Touto problematikou jsme se zabývali už v teoretické části,

v kapitole Ruchova faktorová analytická šetření. Ruch (1992) uvedl, že v souvislosti se dvěma dimenzemi humoru nesouladu (s rozlišením INC – RES a bez rozlišení NON) konzervatismus může reprezentovat generalizovaný strach z nejistoty. To by mělo vést konzervativnější jedince k tomu, že budou vykazovat větší vyhýbavost a nechť k novým, složitým, neznámým, nesourodým událostem (NON) a k tomu, aby preferovali a vyhledávali podněty které jsou jednodušší, známější a kongruentní (INC – RES). Také v kategorii věku se v našem výzkumu potvrdil závěr zkoumání W. Rucha (1998), že čím jsme starší, tím více preferujeme humor s rozlišením nesouladu, tedy humor s pointou INC – RES.

Jako další oblast zkoumání se otevírá hodnocení humoru vedoucími pracovníky i jejich následovníky podle teorie LMX, kterou zahrnul do své studie i Kong et al. (2019). Dále by bylo zajímavé zjistit, jestli to, co bylo platné pro produkci humoru, by bylo platné i pro hodnocení humoru.

Při hledání vlivu a účinků humoru na pracovišti není naším cílem v organizacích udělat z vedoucích pracovníků stand-up komiky; spíše se tímto výzkumem (stejně jako mnozí před námi) snažíme pomoci pochopit, jak lze efektivně využívat humor v organizacích. Téma firemních aplikací nebo konzultantů s humorem jistě představuje mnoho zajímavých budoucích výzev v aplikovaných oblastech průmyslové organizační psychologie (Martin & Ford, 2018). Přeci jen ale musíme dát pozor na některá rizika, které s sebou někdy nese zjednodušující styl pojetí psychologie humoru jako všespásné řešení pro zajištění prosperity a efektivity práce. Taková nevědecká pojetí jen podkopávají důvěru v široká témata všudypřítomného lidského chování, které se dotýká všech oblastí psychologie.

8 ZÁVĚR

Cílem této práce bylo vytvořit dotazník typu produkce humoru na pracovišti a zjistit jeho psychometrické charakteristiky, zejména faktorovou strukturu a reliabilitu. Konstrukce dotazníku složeného z deseti otázek ve dvou dimenzích typu humoru (jedna dimenze humoru s vyřešením nesouladu INC – RES a druhá humoru bez vyřešení nesouladu NON) se ukázala jako funkčním řešením. Všechny otázky prošly pilotní studií a byly uznány jako vhodné pro následný výzkum. Celkový výzkumný soubor tvořilo 131 validních odpovědí. Dalším cílem bylo ověřit vnitřní strukturu. Po úpravě dvou položek INC – RES, které původně sytily i druhý faktor a jejich protipárových položek NON, se v analýze hlavních komponent potvrdily obě dimenze, které se mohou ve struktuře ponechat. Výsledky Cronbachovy alfy položek INC – RES byly nižší ($\alpha = 0,62$) i u McDonaldovy omegy ($\omega = 0,63$), ale u položek NON byla Cronbachova alfa ($\alpha = 0,74$) a McDonaldovo omega ($\omega = 0,77$). A toto je přijatelný výsledek. Všechny otázky měly dobré faktorové zatížení.

V úvodu výzkumu byla položena otázka, zdali se bude se vyskytovat rozdíl mezi INC – RES a NON typem humoru v produkci humoru vedoucích pracovníků. Výsledky zkoumání jednotlivých proměnných přinesly zjištění v souladu s předchozími výzkumy. Jako překvapivé se jeví zjištění, že čím více vedoucí používají na pracovišti humor, tím více využívají oba typy struktury humoru INC – RES a NON (v případě NON byla korelace s frekvencí užívání humoru dokonce vyšší). Byla potvrzena pozitivní korelace mezi věkem a oblibou humoru s pointou, dále negativní korelace mezi věkem a četností produkování humoru. To by znamenalo, že můžeme učinit opatrný závěr v rámci limitů této práce, že vedoucí pracovníci dávají přednost humoru s rozlišením nesouladu INC – RES před humorem nesmyslným NON v rámci věku. Dalším zajímavým potvrzeným zjištěním je, že čím jsme starší, tím ubývá frekvence vtipkování na pracovišti. Potvrdilo se nám dále z výsledků, že většina otázek byla formulovaná v rámci definované struktury humoru jednoznačně a přiléhavě.

Navrhli jsme i další možnosti dalších výzkumů a případného vývoje tohoto dotazníku. Jeho budoucí oficiální adaptace jako dotazníku typu humoru vedoucích na pracovišti by tak měla prostor jak pro využití ve výzkumu, tak v komerční praxi psychologie práce.

9 SOUHRN

Už samotná teoretická definice pojmu humor se během uplynulých let ukázala jako výzva. V této práci jsme pracovali s pojetím a rozdělením struktury humoru podle W. Rucha (1992, 1998). Významní vědci představují humor jako vícedimenzionální konstrukt a mentální proces, jehož součástí je vytváření a vnímání zábavného podnětu a s tím spojeného emocionálního veselí (Martin & Ford, 2018).

Termíny „humor“ a „smysl pro humor“ se často používají zaměnitelně a humor je kvantifikován různými způsoby. Existuje mnoho stylů humoru, některé pozitivní a některé negativní (Mesmer-Magnus et al., 2012). Martin (2007) chápe termín smysl pro humor jako navyklý vzorec chování, povahový rys, schopnost produkovat humor, estetickou reakci, typický postoj a pohled na svět a také obranný (coping) mechanismus.

Z přehledu teorií humoru jsme zmínili ty původní klasické jako je teorie nadřazenosti (dnes již víceméně vědecky překonaná); teorie uvolnění, která vychází z klasické psychoanalytické teorie S. Freuda a principu obranného mechanismu superega (Freud, 1935, citováno v Martin, 2007), dále teorii nesouladu s 3 WD testem a přístupem založený na faktorové analýze W. Rucha (1992). Je třeba zmínit i některé novější teorie humoru, mezi nimi teorii obratu a její hravou podstatu (Apter & Desselles, 2012), dále teorii porozumění a zpracování, která se snaží určit, za jakých podmínek budou jednotlivci považovat událost za humornou (Cooper, 2008). Teorie neškodného narušení přemýšlí o vnímání nesouladu spíše jako o narušení než o souznění protichůdných významů (Martin & Ford, 2018) a poslední v této práci zmíněná teorie vzrušení, vycházející z výzkumů a fyziologických měření Berlyna (1972) nebo Koestlera, který hovoří o bezpečnostním ventilu pro uvolnění některých nežádoucích emocí (Andrews, 2013).

Formy humoru je možné dle Martina a Forda (2018) rozdělit do čtyř kategorií, a to na performativní humor, vtipy, spontánní konverzační humor, který je zřejmě nejčastější formou a vznikl přirozeně v sociální interakci, a dále neúmyslný humor. V rozsáhlejší klasifikaci spontánního konverzačního humoru se pak uvádí ironie, satira, sarkasmus, přehánění a podceňování, sebepodceňování, škádlení, odpovědi na řečnické otázky, chytré odpovědi na vážná prohlášení, dvojsmysly, transformace zamrzlých výrazů a slovní hříčky (Long & Graesser, 1988).

Stejně jako se lidé mezi sebou liší, tak se liší i to, co považují za humorné. Na základě této myšlenky o individuálních rozdílech někteří výzkumní pracovníci sdružují humorný materiál do různých kategorií a definují smysl pro humor podle toho, do jaké míry má člověk rád specifické druhy nebo kategorie humoru (Martin & Ford, 2018). Činí tak buď odvozováním z teorie nebo na základě faktorové analýzy. S faktorovou analýzou v oblasti humoru začínal H. Eysenck (1942) nebo R. Cattell (Cattell & Luborsky, 1947). Na ně navazoval W. Ruch (1972), který provedl důkladné a systematické zkoumání faktorové struktury humoru. Na základě svých studií zkonstruoval test humoru 3 WD, ve kterém uvedl tři kategorie (dimenze) a to: humor s rozlišením nesouladu (INC – RES), nesmyslný humor (NON) a sexuální humor (SEX). Na dvě z těchto dimenzí potom navazujeme konstrukcí našeho dotazníku typu produkce humoru na pracovišti. Velká část Ruchova výzkumu se věnovala i zkoumání humoru a osobnostních rysů. Z jeho výzkumu vycházela další řada škál, mimo jiné i Škála hodnocení struktury humoru, ze které jsme v našem dotazníku také vycházeli, nejdříve v makedonské verzi a později v její české adaptaci (Sulejmanov et al., 2022).

Používání humoru běžných lidí jako odezvy na hypotetické události zachycovalo několik běžně používaných měřitek založených na sebehodnocení, např. dotazník o smyslu pro humor, dotazník reakcí na situační humor, škála pro zvládání situací pomocí humoru, multidimenzionální škála smyslu pro humor, stupnice potřebnosti humoru, inventář veselosti podle charakterových stavů a dotazník stylů humoru. Právě poslední zmíněný dotazník vychází z práce R. A. Martina jeho studentů, kteří v roce 2003 vytvořili rozšíření konceptu smyslu pro humor o čtyři styly humoru podle toho, zda je humor používán ku prospěchu sebe sama nebo vztahů s druhými lidmi. Tak vznikla klasifikace humoru sebepovzbuzujícího, afiliativního, sebeshazujícího a agresivního, která je dále rozdělena na zaměření na mluvčího (intrapersonální) a na vztahy (interpersonální) a podle dopadu účinku buď na adaptivní (pozitivní) nebo na maladaptivní (negativní) ladění (Martin et al., 2003). Dotazník stylů humoru se stal zřejmě celosvětově nejpoužívanějším měřítkem smyslu pro humor a je jediným měřítkem, který rozlišuje mezi prospěšnými a škodlivými způsoby, kterými lidé používají humor v každodenních situacích (Martin & Ford, 2018).

Z obecné teoretické oblasti výzkumů humoru jsme se přesunuli v další části na oblast humoru na pracovišti. Práce (pracoviště) je významnou součástí lidských životů a humor se tam také vyskytuje v mnoha formách a podobách. Humor je komunikačním prostředkem, má potenciál redukovat stres, podporovat kreativní myšlení, zlepšovat pracovní výkon,

posilovat vazby v týmech a vedoucím pracovníkům pomáhat k efektivnímu řízení personálu. Stejně tak jako v každodenním životě může mít humor na pracovišti i negativní ladění, zvláště pokud se používá jako agresivní styl v boji o mocenské postavení, ke shazování a dominanci nad ostatními, případně k manipulaci a poslušnosti (Holmes & Marra, 2002) nebo jako formu genderového obtěžování (Martin & Ford, 2018).

Romero a Arendt (2011) zjistili, že afiliativní a sebezobuzující styl humoru pozitivně souvisí s týmovou spoluprací a mírou identifikace s organizací, a naopak agresivní styl s nimi souvisí negativně. Výzkumy Avolia a kolektivu (1999) naznačili, že humor je pravděpodobně spojen s vynikajícím výkonem. Pozitivní klima vytvořené humorem pomáhá dávat zaměstnancům smysl v případě nejednoznačných událostí (Blanchard et al. 2014). V případě vedení pracovních jednání někdy humor usnadňuje mediaci tím, že mění očekávání, přehodnocuje vztahy a poskytuje alternativní pohledy na dané téma (Martin & Ford, 2018).

Humor vedoucích pracovníků lze využít k posílení postavení vůdce a snížení sociální vzdálenosti mezi ním a jeho následovníky (Romero & Cruthirds, 2006). Záleží na podmínkách, kontextu a způsobu užití humoru vedoucím pracovníkem. Ten by měl s humorem umět zacházet podobně jako se svojí inteligencí, kreativitou a přesvědčivostí a využívat jej jako mocný komunikační prostředek v práci. Interakce mezi vedoucím a podřízeným se pak stává méně napjatá a pozitivnější (Martin & Ford, 2018).

V jedné z posledních velkých studií humoru vedoucích pracovníků provedené Kongem a jeho kolektivem v roce 2019 se vědci soustředili na posuzování výsledků hodnocení humoru vedoucího jako jeho vlastnosti a humoru jako jeho behaviorálního projevu. V této práci jsme zmínili zejména čtyři zásadní měřítka a škály, které se v souvislosti s humorem vedoucího pracovníka objevily, a to škály R. A. Martina et al. (2003), dále Craika et al. (1993, 1999), potom Avolia et al. (1999) a Coopera et al. (2008).

My jsme se pak v našem výzkumu zaměřili nikoliv na hodnocení humoru vedoucího podřízenými pracovníky, ale na produkci (vytváření) humoru vedoucími na pracovišti tak, jak ji (sebe)hodnotí sami vedoucí pracovníci. Pro posouzení typu produkce humoru vedoucích pracovníků na pracovišti jsme vytvořili vlastní dotazník, který navázal na kategorizaci humoru podle 3 WD testu W. Rucha (1992) a jeho tří dimenzí, konkrétně dimenze humoru s rozlišením nesouladu INC – RES a humoru nesmyslného NON.

Výsledky kvantitativního výzkumu měly dát odpověď na otázku, zda je v případě produkce humoru vedoucích pracovníků rozdíl mezi INC – RES a NON humorem a dále jaké bude mít nový dotazník psychometrické vlastnosti. Dotazník je sestavený z deseti hlavních otázek, které jsou vždy složené z pěti otázek reprezentujících styl humoru INC – RES a pěti otázek humoru NON. Otázky jsou párové, každá otázka INC – RES má svoji párovou otázku NON. Dále je v dotazníku jedna otázka na četnost používání humoru na pracovišti. V dotazníku byly dále položeny standardní demografické otázky na pohlaví, věk, vzdělání, jak dlouho pracují v současném zaměstnání a jakou profesi vykonávají. Všechny otázky prošly pilotní studií. Získali jsme celkem 131 validních odpovědí. Z analýzy hlavních komponentů (Principal Component Analysis, PCA) a následné paralelní analýzy vyplynulo, že obě komponenty humoru čili INC – RES a NON mohou ve struktuře zůstat (Franklin et al., 1995). Všechny otázky měly dobrý faktorový náboj. Dvě otázky typu INC – RES vykazaly zatížení druhého faktoru, a proto byly vyřazeny. Z důvodu zachování vyváženosti škály jsme vyřadili i jejich dvě protipárové otázky NON. Z nové analýzy komponent provedené na zbývajících šesti otázkách bylo KMO kritérium těsně přijatelné ($KMO = 0,61$), výsledky Cronbachovy alfy u položek INC – RES byly nižší ($\alpha = 0,62$) i u McDonaldovy omegy ($\omega = 0,63$), ale u položek NON byla Cronbachova alfa ($\alpha = 0,74$) a McDonaldovo omega ($\omega = 0,77$) a to je přijatelný výsledek. Závěry výzkumu mají v tuto chvíli své limity a bude vhodný další vývoj tohoto dotazníku.

Zajímavých zjištěním, které potvrdily předchozí výzkumy W. Rucha (1992), byla pozitivní korelace mezi věkem a převažující volbou humoru s pointou INC – RES, dále negativní korelace mezi věkem a četností produkování humoru, což znamená, že čím jsme starší, tím méně vtipkujeme.

Navrhli jsme další možnosti případného vývoje tohoto dotazníku a v souvislosti s dalšími výzkumy, které by se mohly zaměřit například na zkoumání osobnostních charakteristik a humoru (Di Fabio et al., 2023), se kterými začal už Martin et al. (2003) nebo zkoumání humoru a konzervatismus versus hledání senzací (sensation seeking) (Sulejmanov et al., 2018; Ruch, 1992).

Humor je bezesporu zajímavý fenomén sám o sobě, který si zaslouhuje naši pozornost, abychom lépe pochopili, jak humor funguje v lidském poznávání, emocích a společenském chování, protože je studiemí prokázáno, že humor poskytuje ochranné faktory pro duševní zdraví. A to nejen na pracovišti (Plessen et al., 2020).

LITERATURA

1. Aaker, J. L., Bagdonas, N., & Hroníková, L. (2022). *Humor seriózně: Proč je humor tajnou Zbrání v profesním a osobním životě: A Jak Ho Každý Může ovládnout, včetně Vás*. Zoner Press.
2. Andrews, M. (2013). Laughter and incongruity. *Dickensian Laughter*, 77–98. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199651597.003.0004>
3. Apter, M. J., & Desselles, M. (2012). Disclosure humor and distortion humor: A reversal theory analysis. *Humor*, 25(4). <https://doi.org/10.1515/humor-2012-0021>
4. Attardo, S. (2022). *The Routledge Handbook of Language and humor*. Routledge, Taylor et Francis Group.
5. Avolio, B. J., Howell, J. M., & Sosik, J. J. (1999). A funny thing happened on the way to the bottom line: Humor as a moderator of leadership style effects. *Academy of Management Journal*, 42(2), 219–227. <https://doi.org/10.5465/257094>
6. Bělohávek, F. (1996). *Organizační chování: Jak se každý den chovají spolupracovníci, nadřízení, podřízení, obchodní partneři či zákazníci*. Rubico.
7. Berlyne, D. E. (1972). Humor and its kin. *The Psychology of Humor*, 43–60. <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-288950-9.50008-0>
8. Bitterly, T. B., Brooks, A. W., & Schweitzer, M. E. (2017). Risky business: When humor increases and decreases status. *Journal of Personality and Social Psychology*, 112(3), 431–455. <https://doi.org/10.1037/pspi0000079>
9. Blanchard, A. L., Stewart, O. J., Cann, A., & Follman, L. (2014). Making sense of humor at work. *The Psychologist-Manager Journal*, 17(1), 49–70. <https://doi.org/10.1037/mgr0000011>
10. Borecký, V. (2000). *Teorie komiky*. Hynek.
11. Borecký, V. (2005). *Imaginace, hra a komika*. Triton.
12. Cashion, J. L., Cody, M. J., & Erickson, K. V. (1986a). ‘you’ll love this one...’ an exploration into joke-prefacing devices. *Journal of Language and Social Psychology*, 5(4), 303–312. <https://doi.org/10.1177/0261927x8600500405>

13. Cattell, R. B., & Luborsky, L. B. (1947). Personality factors in response to humor. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 42(4), 402–421. <https://doi.org/10.1037/h0062651>
14. Carroll, N. (2005). Theories of Humour. In Levinson, J. (ed.) *The Oxford Handbook of Aesthetics* (s. 344–365). OUP Oxford.
15. Clouse, R. W. & Spurgeon, K. L. (1995). Corporate analysis of humor. *Psychology: A Quarterly Journal of Human Behavior*, 32(3– 4), 1–24.
16. Cooper, C. (2008). Elucidating the bonds of workplace humor: A relational process model. *Human Relations*, 61(8), 1087–1115. <https://doi.org/10.1177/0018726708094861>
17. Crawford, C. B. (1994). Theory and implications regarding the utilization of strategic humour by leaders. *The Journal of Leadership Studies*, 1 (4), 53–67.
18. Decker, W. H. & Rotondo, D. M. (2001). Relationships among gender, type of humor, and perceived leader effectiveness. *Journal of Managerial Issues*, 13(4),450–465.
19. Decker, W. H. (1987). Managerial humor and subordinate satisfaction. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 15(2): 221–224.
20. Disman, M. (2002). *Jak Se Vyrábí sociologická znalost: Příručka pro uživatele*. Karolinum.
21. Di Fabio, A., Gori, A., & Svicher, A. (2023). Relationships between humor styles and the big five personality traits in workers: A network analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(2), 1008. <https://doi.org/10.3390/ijerph20021008>
22. Goldstein, J. (1972). *The psychology of humor ; theoretical perspectives and empirical issues*. Academic Press.
23. Eysenck, H. J. (1942). *The appreciation of humour: An experimental and theoretical study*.
24. Ferjenčík, J., & Bakalář, P. (2010). *Úvod do Metodologie Psychologického výzkumu: Jak zkoumat lidskou duši*. Portál.
25. Ford, T. E., & Martin, R. A. (2018). *The psychology of humor: An integrative approach*. Academic Press.
26. Franklin, S. B., Gibson, D. J., Robertson, P. A., Pohlmann, J. T., & Fralish, J. S. (1995). Parallel Analysis: A method for determining significant principal components. *Journal of Vegetation Science*, 6(1), 99–106. <https://doi.org/10.2307/3236261>

27. Furr, R. M. (2011). *Scale construction and psychometrics for social and Personality Psychology*. SAGE. (Furr, 2011)
28. Goldstein, J. H. (1972a). *The psychology of humor ; theoretical perspectives and empirical issues*. Academic Press.
29. Greatbatch, D., & Clark, T. (2002). Laughing with the gurus. *Business Strategy Review*, 13(3), 10–18. <https://doi.org/10.1111/1467-8616.00217>
30. Half, R. (2017). *Is a Sense of Humour in the Workplace Good for Your Career? Expertise and Advice*. Robert Half. <https://www.roberthalf.com/au/en/insights/career-development/sense-humour-workplace-good-your-career>
31. Hartl, P., Hartlová-Císařová, H., & Nepraš, K. (2010). *Velký psychologický slovník*. Portál.
32. Henman, L. D. (2001). Humor as a coping mechanism: Lessons from pows. *Humr*, 14(1), 83–94. <https://doi.org/10.1515/humr.14.1.83>
33. Heretik, A. (2019). *Humor*. IKAR. (Heretik, 2019)
34. Hehl, F. J., & Ruch, W. (1985). The location of sense of humor within comprehensive personality spaces: An exploratory study. *Personality & Individual Differences*, 6(6), 703–715. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(85\)90081-9](https://doi.org/10.1016/0191-8869(85)90081-9)
35. Ho, R. (2006). *Handbook of Univariate and Multivariate Data Analysis and Interpretation with SPSS*. <https://doi.org/10.1201/9781420011111>
36. Ho, R. (2014). *Handbook of univariate and multivariate data analysis with IBM SPSS*. Taylor & Francis.
37. Ho, A. D., & Yu, C. C. (2014). Descriptive statistics for modern test score distributions. *Educational and Psychological Measurement*, 75(3), 365–388. <https://doi.org/10.1177/0013164414548576>
38. Ho, R. (2017). *Understanding Statistics for the Social Sciences with IBM SPSS*. <https://doi.org/10.4324/9781315182452>
39. Holmes, J., & Marra, M. (2002). Having a laugh at work. *Journal of Pragmatics*, 34(12), 1683–1710. [https://doi.org/10.1016/s0378-2166\(02\)00032-2](https://doi.org/10.1016/s0378-2166(02)00032-2)
40. Honzák, R. (2009, January 22). *Strach z posměchu - nová choroba?*. Hlavná Stránka - psychiatria ~ Psychoterapia ~ psychosomatika. <http://www.psychiatria-casopis.sk/files/psychiatria/4-2009/PSY4-2009-cla17.pdf>
41. Chow, I. H. (2019). The effect of leader humor on employee adaptability. *HUMOR*, 33(1), 137–156. <https://doi.org/10.1515/humor-2018-0042>

42. Christoff, M., & Dauphin, B. (2017). Freud's theory of humor. *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*, 1–3. https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8_588-1
43. Judge, T. A., & Zapata, C. P. (2015). The person–situation debate revisited: Effect of situation strength and trait activation on the validity of the Big Five personality traits in predicting job performance. *Academy of Management Journal*, 58, 1149–1179. doi:10.5465/amj.2010.0837
44. Kambouropoulou, P. (1926). Individual Differences in the Sense of Humor. *The American Journal of Psychology*, 37(2), 268–278. <https://doi.org/10.2307/1413696>
45. Kalkbrenner, M. T. (2021). Alpha, Omega, and *h* internal consistency reliability estimates: Reviewing these options and when to use them. *Counseling Outcome Research and Evaluation*, 14(1), 77–88. <https://doi.org/10.1080/21501378.2021.1940118>
46. Kong, D. T., Cooper, C. D., & Sosik, J. J. (2019). The state of research on leader humor. *Organizational Psychology Review*, 9(1), 3–40. <https://doi.org/10.1177/2041386619846948>
47. Kutz-Flamenbaum, R. V. (2014). Humor and social movements. *Sociology compass*, 8(3), 294–304. <https://doi.org/10.1111/soc4.12138>
48. Lefcourt, H. M. (2001). *Humor: The psychology of living buoyantly*. Springer Science+Business Media.
49. Long, D. L., & Graesser, A. C. (1988). Wit and humor in discourse processing. *Discourse Processes*, 11(1), 35–60.
50. Mareš, J. Užití humoru v elektronickém učení. *Pedagogika.sk*, 2013, roč. 4, č. 1, s. 36–54.
51. Malone, P. B. (1980). Humor: A double-edged tool for today's managers. *Academy of Management Review*, 5, 357–360.
52. Martin, R. A., Puhlik-Doris, P., Larsen, G., Gray, J., & Weir, K. (2003). Individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being: Development of the humor styles questionnaire. *Journal of Research in Personality*, 37(1), 48–75. [https://doi.org/10.1016/s0092-6566\(02\)00534-2](https://doi.org/10.1016/s0092-6566(02)00534-2)
53. Martin, R. A. (2007). *The psychology of humor: An integrative approach*. Elsevier Academic Press.

54. McGhee PE, Ruch W, Hehl F-J. A personality-based model of humor development during adulthood. *Humor: International Journal of Humor Research*. 1990;3(2):119–146.
55. Martineau, W. H. (1972). A model of the social functions of humor. In Goldstein, J. H. & McGhee, P. E. (eds.). *The psychology of humor: Theoretical perspectives and empirical issues*. (s. 101–125). Academic Press.
56. Makovský, P. (2017). *Manažer anebo leader? Jaký je mezi nimi rozdíl a do které skupiny patříte vy?* Management News.
<https://www.managementnews.cz/manazer/vedeni-lidi-id-147960/manazer-anebo-leader-jaky-je-mezi-nimi-rozdil-a-do-ktere-sku-id-3072031>
57. Meade, A. W., & Craig, S. B. (2012). Identifying careless responses in survey data. *Psychological Methods*, 17(3), 437–455. <https://doi.org/10.1037/a0028085>
58. Mesmer-Magnus, J., Glew, D. J., & Viswesvaran, C. (2012). A meta-analysis of positive humor in the Workplace. *Journal of Managerial Psychology*, 27(2), 155–190. <https://doi.org/10.1108/02683941211199554>
59. Meyer, J. C. (1997). Humor in member narratives: Uniting and dividing at work. *Western Journal of Communication*, 61(2), 188–208.
60. Mioviský, M. (2006). *Kvalitativní přístup a metody V psychologickém výzkumu*. Grada.
61. Plessen, C. Y., Franken, F. R., Ster, C., Schmid, R. R., Wolfmayr, C., Mayer, A.-M., Sobisch, M., Kathofer, M., Rattner, K., Kotlyar, E., Maierwieser, R. J., & Tran, U. S. (2020). Humor styles and personality: A systematic review and meta-analysis on the relations between humor styles and the big five personality traits. *Personality and Individual Differences*, 154, 109676. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109676>
62. Polimeni, J., & Reiss, J. P. (2006). The first joke: Exploring the evolutionary origins of humor. *Evolutionary Psychology*, 4(1), 147470490600400. <https://doi.org/10.1177/147470490600400129>
63. Robert, C. (2017). *The psychology of humor at work*. Routledge.
64. Roberts, A. (2019). *A philosophy of humour*. Macmillan.
65. Romero, E. J., & Arendt, L. A. (2011). Variable effects of humor styles on organizational outcomes. *Psychological Reports*, 108(2), 649–659. <https://doi.org/10.2466/07.17.20.21.pr0.108.2.649-659>

66. Romero, E. J., & Cruthirds, K. W. (2006). The use of humor in the workplace. *Academy of Management Perspectives*, 20(2), 58-69.
67. Rosenberg, C., Walker, A., Leiter, M. & Graffam, J. (2021). Humor in Workplace Leadership: A Systematic Search Scoping Review. *Frontiers in Psychology*, July (12), 1–18.
68. Ruch, W. (1992). *Assessment of appreciation of humor: Studies with the 3 WD Humor Test*. In C. D. Spielberger & J. N. Butcher (Eds.), *Advances in personality assessment* (Ed. 9, 27–75). Lawrence Erlbaum Associates.
69. Ruch, W. (1998). *The Sense of Humor: Explorations of a Personality Characteristic*. Berlin, Boston: De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9783110804607>
70. Ruch, W., & Hehl, F.-J. (1998). *A two-mode model of humor appreciation: Its relation to aesthetic appreciation and simplicity-complexity of personality*. In W. Ruch (Ed.), *Humor research: 3. The sense of humor: Explorations of a personality characteristic* (p. 109–142). Walter de Gruyter & Co. <https://doi.org/10.1515/9783110804607.109>
71. Ruch, W. (2001). The perception of humor. *Emotions, Qualia, and Consciousness*, 410–425. https://doi.org/10.1142/9789812810687_0032 (RUCH, 2001)
72. Sen, A. (2012). Humour analysis and qualitative research. *Social research update*, 63, 1–4.
73. Shrestha, N. (2021). Factor analysis as a tool for survey analysis. *American Journal of Applied Mathematics and Statistics*, 9(1), 4–11. <https://doi.org/10.12691/ajams-9-1-2>
74. Smolová, H. (2018). *Leadership*. Vysoká škola ekonomie a managementu.
75. Smuts, A. *Humor*. Online. Internet Encyclopedia of Philosophy. 2024. Dostupné z www: <https://iep.utm.edu/humor/>. [citováno 2024-01-12].
76. Steigauf, S. (2011). *Vůdcovství: Aneb Co vás na Harvardu nenaučí*. Grada Publishing.
77. Sulejmanov, F., Staňková, K., & Dostál, D. (2022). Humor structure appreciation scale: Analysis of the Psychometric Properties of the Czech version. *Ceskoslovenska Psychologie*, 66(1), 59–75. <https://doi.org/10.51561/cspsych.66.1.59>
78. Sulejmanov, F., Spasovski, O., & Platt, T. (2018). The development of the humor structure appreciation scale and its relation to sensation seeking inventory and need for closure scale. *The European Journal of Humour Research*, 6(1), 124–140. <https://doi.org/10.7592/ejhr2018.6.1.sulejmanov>

79. Suls, J. (1983). Cognitive processes in humor appreciation. *Handbook of Humor Research*, 39–57. https://doi.org/10.1007/978-1-4612-5572-7_3
80. Svebak, S., & Apter, M. J. (1987). Laughter: An empirical test of some reversal theory hypotheses. *Scandinavian Journal of Psychology*, 28(3), 189–198. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9450.1987.tb00755.x>
81. The jamovi project (2024). *jamovi* (Version 2.5) [Computer Software]. Retrieved from <https://www.jamovi.org>
82. Urbánek, T., Denglerová, D., & Širůček, J. (2011). *Psychometrika: Měření V psychologii*. Portál.
83. Weber, M., Ruch, W., Riemann, R., Spinath, F. M., & Angleitner, A. (2014). A twin study on humor appreciation: The importance of separating structure and content. *Journal of Individual Differences*, 35, 130-136. doi: 0.1027/1614-0001/a000136
84. Westwood, R. I., & Johnston, A. (2013). Humor in organization: From function to resistance. *Humor*, 26(2). <https://doi.org/10.1515/humor-2013-0024>
85. Yentes R., & Wilhelm F. (2018). *Careless* (Version 1.1.3) [Computer software]. <https://cran.rproject.org/web/packages/careless>

PŘÍLOHY

Seznam příloh:

1. Abstrakt v českém jazyce
2. Abstrakt v anglickém jazyce
3. Seznam tabulek, grafů a schémat
4. Dotazník typu produkce humoru na pracovišti

„**Příloha 1:** Abstrakt bakalářské práce v českém jazyce“

ABSTRAKT DIPLOMOVÉ PRÁCE

Název práce: Vývoj dotazníku typu produkce humoru na pracovišti

Autor práce: Mgr. Martina Vyčichlová

Vedoucí práce: Filip Sulejmanov, PhD.

Počet stran a znaků: 53 stran, 108 322 znaků

Počet příloh: 4

Počet titulů použité literatury: 85

Abstrakt (800–1200 zn.):

Cílem této práce bylo vyvinout dotazník produkce humoru na pracovišti pro vedoucí a prověřit jeho psychometrické vlastnosti. Kládli jsme si otázku, jestli existuje rozdíl mezi produkcí humoru vedoucích typu INC – RES a NON. Pro tento výzkum byl zvolen kvantitativní přístup na základě dotazníkového šetření. Nově vytvořený dotazník obsahoval deset otázek na produkci humoru na pracovišti, jednu otázku na frekvenci produkce humoru a demografické otázky (pohlaví, věk, délka zaměstnání, vzdělání, typ profese). Výzkumný soubor představoval 131 respondentů a byl vybrán příležitostným výběrem kombinovaným s metodou sněhové koule. Při explorativní analýze jsme za pomoci analýzy hlavních komponent potvrdili dvou faktorovou strukturu humoru. Testované položky měly dobrý faktorový náboj. Po odstranění čtyř položek škály měla analýza reliability šesti položek výsledek Cronbachovy alfy pro dimenzi INC – RES nižší a pro dimenzi NON přijatelný. V následné korelační matici se potvrdil pozitivní vztah mezi frekvencí produkce humoru a oběma dimenzemi, pozitivní vztah mezi věkem a preferencí humoru INC – RES a prokázala se negativní korelace mezi věkem a frekvencí produkce humoru na pracovišti.

Klíčová slova: dotazník, produkce humoru na pracovišti, psychometrické charakteristiky, vedoucí pracovník.

„**Příloha 2:** Abstrakt bakalářské práce v anglickém jazyce“

ABSTRACT OF THESIS

Title: The development of the humor production type at the workplace questionnaire

Author: Mgr. Martina Vyčichlová

Supervisor: Filip Sulejmanov, Ph.D.

Number of pages and characters: 53 pages, 108 322 characters

Number of appendices: 4

Number of references: 85

Abstract (800–1200 characters):

The purpose of this study was to develop a workplace humor production questionnaire for managers and examine its psychometric characteristics. We asked if there is a difference between INC - RES and NON type humor production of managers. A quantitative research based on a questionnaire survey was chosen for this research. The newly developed questionnaire contained ten questions on humor production at the workplace, one question on the frequency of humor production, and demographic questions (gender, age, length of employment, education, type of profession). The research sample consisted of 131 respondents and was selected by an opportunity selection combined with a snowball sampling method. In the exploratory analysis, we confirmed the two-factor structure of humor using principal components analysis. The test items had good factorial loadings. After removing four scale items, the reliability analysis of the six items has Cronbach's alpha scores lower for the INC – RES dimension and acceptable for the NON dimension. In the subsequent correlation matrix, there was a positive relationship between frequency of humor production and both dimensions, a positive relationship between age and INC – RES humor preference, and a negative correlation between age and frequency of humor production at the workplace.

Key words: questionnaire, humor production at the workplace, psychometric characteristics, leader.

„**Příloha 3:** Seznam obrázků, tabulek a grafů“

Obr. 1: Přehled čtyř stylů humoru podle účinku (Martin et al, 2003)

Obr. 2: Schéma vyjádření vlivu humoru vedoucího pracovníka v teorii LMX (Kong et al., 2019, s. 5)

Obr. 3: Měřítka produkce humoru vedoucího pracovníka (Kong et al., 2019, s. 13)

Obr. 4: Měřítka stylů humoru vedoucího pracovníka (Kong et al., 2019, s. 10)

Tab. 1: Typ struktury humoru a příklady párových otázek

Tab. 2: Deskriptivní statistika položek

Tab. 3: Analýza hlavních komponent bez rotace

Tab. 4: Analýza hlavních komponent s rotací Varimax

Tab. 5: Korelace mezi proměnnými a demografickými otázkami

Graf 1: Scree plot bez rotace

Graf 2: Scree plot s rotací Varimax

„**Příloha 4:** Dotazník typu produkce humoru na pracovišti“

Dotazník typu produkce humoru na pracovišti

Vážený účastníku, děkuji Vám za Vaši ochotu k zapojení se do výzkumu humoru. Hlavním cílem tohoto výzkumu je zjistit, jak vedoucí pracovníci vytvářejí se svými podřízenými humor na pracovišti. Dotazník je anonymní, dobrovolný a zabere Vám méně než 5 minut.

Základní demografické údaje:

muž žena

• **Věk:** _____ (prosím uveďte číslo)

• **Nejvyšší dosažené vzdělání** (zaškrtněte prosím vždy jen jednu možnost).

- základní vyučení (bez maturity) vyučení a SŠ (s maturitou) vyšší odborné (př. DiS)
 vysokoškolské 1. stupeň (Bc.) vysokoškolské 2. stupeň (př. Mgr., Ing., MUDr. atd.)
 doktorantské a vyšší (Ph.D. atd.)

• **Jak dlouho pracujete ve svém současném zaměstnání?** (zaškrtněte prosím vždy jen jednu možnost).

(1)	(2)	(3)	(4)
Méně než 6 měsíců	6 měsíců až rok	Jeden až tři roky	Více než 3 roky
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

• **V jaké pracovní oblasti působíte?** (prosím uveďte např. ve školství, vzdělávání, vědě, vedoucí výzkumu, obchodu, dopravě, výrobě, státní správě atd.):

Následující tvrzení odkazují na různé způsoby, jak vedoucí pracovníci vytvářejí humor na pracovišti se svými podřízenými. Uvedte, co pro vás nejvíce platí, pokud jde o váš typ humoru na pracovišti. Prvních deset položek se vztahuje k větě: **Když v práci vytvářím humor...**

1. Říkám vtipy, které mají určitou pointu.

(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
nikdy	zřídka	občas	často	velmi často	vždy

2. Říkám poněkud bizarní vtipy.

(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
nikdy	zřídka	občas	často	velmi často	vždy

3. Dělán vtípné poznámky, které mohou někteří lidé považovat za zvláštní.

(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
nikdy	zřídka	občas	často	velmi často	vždy

4. Moje vtípné poznámky jsou srozumitelné.

(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
nikdy	zřídka	občas	často	velmi často	vždy

5. Dělán vtípné komentáře, které mohou někteří lidé považovat za pošetilé.

(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
nikdy	zřídka	občas	často	velmi často	vždy

6. Dělán vtípné komentáře, které mají smysl.

(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
nikdy	zřídka	občas	často	velmi často	vždy

7. Vtipkuji o skutečných událostech.

(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
nikdy	zřídka	občas	často	velmi často	vždy

8. Vtipkuji o smyšlených tématech.

(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
nikdy	zřídka	občas	často	velmi často	vždy

9. Humor vyjadřuji rozumně.

(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
nikdy	zřídka	občas	často	velmi často	vždy

10. Vyjadřuji svůj humor poněkud směšným způsobem.

(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
nikdy	zřídka	občas	často	velmi často	vždy

11. S ohledem na typický pracovní týden, uveďte, jak často se na pracovišti věnujete vtipkování?

(1)	(2)	(3)	(4)
Méně než dvakrát týdně	Několikrát týdně	Jednou denně	Několikrát denně

Děkuji Vám ještě jednou za Váš čas, kterého si velmi vážím! Účastí ve výzkumu a vyplněním tohoto dotazníku jsme se i díky Vám posunuli zase o krůček blíže k poznání fenoménu humoru na pracovišti. Kliknutím na tlačítko **odeslat** souhlasíte se zpracováním získaných dat (v souladu s GDPR) pro účely výzkumu, který je součástí mé bakalářské práce. V případě jakýchkoliv dotazů nebo zájmu o výsledky mne prosím kontaktujte na martina.vycichlova01@upol.cz. S přáním hezkého dne, Mgr. Martina Vyčichlová.