

Jindřiška SVOBODOVÁ
Olomouc

Užití přímých strategií při ohrožení tváře komunikačního partnera v jednom typu mediálního dialogu

Keywords: media dialogue, communication strategy, impoliteness, face-threatening acts

Klíčová slova: mediální dialog, komunikační strategie, nezdvořilost, ohrožení tváře

Abstract

In the presented paper, the author researches communication strategies used by the communicants in media dialogues of a specific type. In the analysed talk show topics formerly regarded as strictly private and unofficial are presented in public. However, the communicants representing a media company refrain from following communication strategies traditionally used to reach the communication goals, instead they intentionally attack their communication partners, threatening their face. The paper presents the most common types of the face-threatening strategies and provides their analysis.

Autorka se v předkládaném článku zaměřuje na výzkum komunikačních strategií užívaných mluvčími ve specifickém typu mediálního dialogu. V rámci sledované talk show se do veřejného prostředí dostávají témata, která byla dříve určena výlučně pro soukromou neoficiální komunikaci. Komunikanti zastupující mediální organizaci ale opouštějí strategie, které byly při dosahování komunikačních cílů běžné, a naopak vědomě přistupují k útokům ohrožujícím tvář komunikačního partnera. V článku jsou představeny a blíže analyzovány nejčastější typy těchto tvář ohrožujících strategií.

0. Východiska

Významnou část programové skladby (zejména soukromých) televizních stanic v současné době představují pravidelné talk show vystavěné často na osvědčených zahraničních formátech. Konverzační

výměny, které tvoří jádro těchto relací, představují velmi specifický typ mediálního dialogu a jsou typické svým výrazně konfrontačním charakterem. Ve veřejném mediálním prostoru v nich komunikační partneři řeší otázky spojené např. s bydlením, vařením nebo vlastním vzhledem. Zpravidla zde vystupují neškolení mluvčí, kteří jednak jednají jako profesní zástupci mediálních organizací a prezentují se především jako odborníci na dané téma, jednak jde o mluvčí „z lidu”, kteří jsou k účasti v těchto pořadech motivováni vidinou finanční výhry či jiného benefitu a přihlašují se k ní, ačkoli tím vědomě riskují ohrožení a ztrátu vlastní tváře. Komunikační strategie, které jsou zde užívány, často směřují k ohrožení či poškození tváře komunikačního partnera a snaha zdiskreditovat ostatní účastníky komunikace bývá motivována nejrůznějšími důvody.

V následující studii se zaměříme na analýzu komunikačních strategií užívaných v relaci vysílané soukromou televizní stanicí Prima Family pod názvem *Jste to, co jíte*.¹ Materiálovou bází jsme získali přepisem pěti přibližně padesátiminutových dílů vysílaných v první polovině roku 2012.

1. Charakter řeči „blízké a vzdálené”

S. Čmejrková (in Čmejrková, Hoffmannová 2011, s. 38) pro podobné typy mediálních dialogů připomíná potřebu metodologicky odlišit „řeč blízkou a vzdálenou”, nebo jinak řečeno „řeč na blízko a na dálku”.² Texty, které jsou určeny ke komunikaci „na blízko”, mají omezený dosah, realizují se mezi blízkými nebo známými osobami, mluvčí si jejich prostřednictvím konstruují sociální identitu a naplňují

¹ Videozáznamy jednotlivých relací jsou dostupné v archivu TV Prima, např. na stránce <http://play.iprima.cz/jste-to-co-jite>.

² Koch a Oesterreicher ve svém příspěvku *Sprache der Nähe – Sprache der Distanz* vydaném už v roce 1985 poukázali na vypracovanější charakter řečí na dálku, které mají výrazně větší akční rádius a jejichž produkce je plánovitější. Blíže k tomu Čmejrková (2011, s. 38n).

modely běžných konverzačních žánrů. Specifické komunikační situace odpovídá tematická náplň, která se obvykle omezuje na témata osobního či profesního života. Naopak obsahová náplň „řeči na dálku“ bývá tradičně spojována s tématy přesahujícími osobní, intimní zkušenost komunikantů a souvisí spíše s řešením politických, kulturních či společenských otázek. V současném mediálním prostředí dochází k výraznému posunu od témat typických pro komunikaci „na dálku“ k tématům dříve běžně užívaným pouze v soukromí, tedy při komunikaci „na blízko“.

W. Raible (2002) v podobném kontextu podtrhuje význam společenské ustálenosti komunikačních norem a propojení jistých konkrétních typů mluvních aktů (jakými mohou být např. pozvání, přátelský rozhovor, vtip, klípky s přáteli, nebo naopak soudní příkaz, přijímací pohovor či kázání) s určitými komunikačními okolnostmi pevně ukotvenými v konvencionalizované sociální realitě. Konkrétní textové typy lze velmi snadno umístit na škále, pro jejíž krajní body W. Raible (tamtéž) užívá označení *mluvený*, *neupravený* (v textu originálu *interactive*) *text* a *upravený* (v textu originálu *edited*) *text*. Proti sobě tak stojí dva typy textů, na jedné straně ty, které jsou koncepčně mluvené, na straně druhé pak ty, které jsou koncepčně psané, to znamená, že jejich produkce je vždy pečlivě plánovaná, připravená a jejich výsledná podoba je korigována a upravena. Právě tyto typy hotoových a editovaných textů byly původně určeny širokému a v podstatě nespecifikovanému publiku. Současná mediální situace už tomuto rozdělení neodpovídá:

Conceptually speaking, orality and literacy are thoroughly intertwined. The often postulated „great divide“ between orality and literacy, between „oral“ and „literate“ societies, simply does and cannot exist (Raible 2002)³.

³ Koncepčně řečeno jsou mluvenost a psanost značně provázané. Často postulovaný „velký předěl“ mezi mluveností a psaností, mezi společností s „orální“ a s „písemnou“ kulturou prostě neexistuje a ani existovat nemůže.

1.1 Komunikační situace

V mediálním prostoru se stále častěji objevují dialogy realizované v soukromém prostředí, řešena jsou v nich velmi banální a často poměrně intimní témata, přičemž verbální aktivita nezřídka doprovází činnost spočívající v přípravě pokrmů, úpravě zevnějšku, práci na zahrádce apod. Výsledky této neoficiální a pseudosoukromé komunikační aktivity jsou po dramaturgické úpravě nabídnuty televizním divákům, kteří se komunikace účastní jako pasivní konzumenti. Komunikační aktivita mluvčích užšího komunikačního okruhu je nabízena podobně jako zboží a mediální organizace, která se řídí zejména potřebou vytvářet zisk, hledá mezi potenciálními diváky odbyt pro nabízený produkt. Aby si divák v nabídce nejrůznějších stanic vybral právě tuto konkrétní relaci tematizující banální a každodenní témata, musí pro to mít zvláštní důvod. Jednou z možností, jak zvýšit atraktivitu a následně i sledovanost těchto relací, je užití neobvyklých a v běžné komunikaci odmítaných komunikačních strategií založených na vědomém porušování zdvořilostních strategií a ohrožování tváře komunikačního partnera. Tím ovšem dochází ke vzniku poměrně paradoxní situace, neboť pro bezproblémovou a efektivní komunikaci obvykle platí opačná tendence, tedy snaha právě těmito strategiím se vyhnout. V dialozích daného typu např. roste frekvence prostředků užívaných primárně pro hodnocení komunikačního partnera a jeho aktivit, přičemž aktivní účastníci komunikace jsou přímo vyzýváni k pronášení kritických hodnocení svých partnerů. Komunikanti následně neváhají užívat nevybíravé, výrazně expresivní a poškozující výrazové prostředky a navíc odmítají poskytnout partnerům jakékoli kompenzační strategie. Verbální projev nedoprovází ani neverbálními signály (úsměv, gesto rukou apod.), jimiž by se zmírnil dopad verbálních vyjádření a jež by adresáti jistě dokázali správně interpretovat.

2. Účastníci komunikace

V případě konfrontačně založených pseudosoukromých talk show hraje významnou úlohu role, kterou v této uměle konstituované so-

ciální situaci jednotliví komunikanti obsazují. Příznačná je pro tyto dialogy výrazná sociální asymetrie, neboť komunikace probíhá mezi představiteli mediální organizace, kteří zde vystupují jako odborníci nabízející pomoc, a laiky, kteří na mediální organizaci žádnou vazbu nemají a vystupují pouze jako její hosté. Jejich postavení je komplikováno tím, že se ocitají v nepříjemné životní situaci, a proto hledají pomoc odborníka, v tomto konkrétním případě jde o lidi s výraznou nadváhou. Lékařka Kateřina Cajthamlová (v prepisech rozhovorů KC) a dietolog Petr Havlíček (v prepisech rozhovorů PH) jim připravují stravní plán, zprostředkují návštěvu u trenéra a špičkového profesionálního kuchaře a poskytnou základní informace, jak při hubnutí nejlépe postupovat. Během tříměsíčního intervalu pak s přihlášeným hostem udržují sporadický kontakt, poskytují mu další rady a pomoc, ale zejména kontrolují průběh terapie a její výsledky. Na závěr tohoto období pak probíhá zhodnocení výsledků, při kterém jsou zveřejňovány velmi intimní údaje, jako je např. celková váha, obvod pasu a boků apod.

O zástupcích mediální organizace se zde vždy mluví jako odbornících (*ale ještě, než se do toho naši odborníci pustí, je potřeba důkladně prozkoumat Lenčinu lednici*), v případě Kateřiny Cajthamlové nebývá zpravidla opomenut její akademický titul (*doktorka Kateřina i s Petrem přijíždějí za manželi do Ostravy*). Naopak u přihlášených hostů je z celé jejich osobnostní struktury akcentován pouze vzhled, zejména nadstandardní váha, a další rysy, které nějak s tímto handicapem souvisí, např. stres v práci a nepravidelný životní rytmus, neutěšené rodinné poměry apod.):

(1)

Lenka váží osmdesát šest kilo / z toho třicet tři a půl kila tvoří tuk / přes břicho má sto centimetrů a přes boky sto dvacet čtyři // má specifickou hruškovitou postavu a trpí také lupenkou / smutky a trápení si zvykla zajídat čokoládou⁴

⁴ Analýza primárně nesměruje k postižení suprasegmentálních složek komunikátů, v transkripcích tedy upouštíme od jejich komentářů a zachycujeme pouze

(Blanka) chce vzít opět život do vlastních rukou / zhubnout a zkrásnět // kdy jindy začít než po padesátce / Blanka žije se svým čtrnáctiletým synem v panelákovém bytě v Praze / po dvou neúspěšných manželstvích zůstala sama a její život se stal maratonem mezi prací a dětmi / má za sebou několik diet ale váhu si nikdy neudržela / výsledkem je že Blanka při výšce STO PADESÁT OSM centimetrů nyní váží osmdesát kilogramů

Hosté přihlášení do pořadu jsou si své „nedostatečnosti“ velmi dobře vědomi a ve veřejném mediálním prostoru poskytují informace, které mají naprosto devastující účinek na jejich vlastní tvář. Naprosto neadekvátně se v jejich verbálních projevech akcentuje maxima skromnosti, zejména neschvalování sebe samého (blíže viz např. Hirschová 2006, s. 157), a jsou naprosto opomíjeny všechny složky osobnostní struktury, jež by mohli využít při budování vlastního pozitivního obrazu (např. profesní úspěchy, získané znalosti a dovednosti apod.):

(2)

Lenka: tak myslím si že... že si nemůžu najít partnera protože jsem SILNÁ / já si to myslím vůbec jako celkově / že mě ty chlapi vopouštěj proto / protože sem tlustá // a i kdo tvrdí že to pravda není tak jako si stejně myslím / že to pravda je

Tatiana: bych nejradši vyměnila s někým ten dolejšek je velkej / je těžkej / (smích) přisednu tak nemůžu vstát / nebo spadnu / protože je těžkej // chci prostě žít naplno a s tímhle tím zadkem to nejde

Blanka: já sem to tam proplakala musím přiznat / z věku i z různých takových těch přechodových věcí který teda eště nemám ale vono se to všechno tak jako pere tak si myslím že to... to mě hodně ovlivňovalo / no a hold... hold mám doma pubertáka a to sou někdy nálady HROZNÝ no

klesavou (/), koncovou (//) nebo otázkovou (?) intonací a důraz (*protože jsem SILNÁ*). V textu ponecháváme nespisovné morfologické varianty a snažíme se respektovat původní pozměněné podoby slov, zejména zjednodušené souhláskové skupiny.

sem dycky zůstala s těma dětma vod malička na všechno sama // dovo-
pravdy vo všechno sem se musela postarat a možná že mě citově ničilo
že jako / že jako děti voba kluci vyrůstali dá se říct bez táty

Tendence minimalizovat v komunikační interakci explicitně for-
mulovanou sebechválu a naopak posílit sebekritiku je celkem běžná
a je také součástí Leechova zdvořilostního principu (blíže viz např.
Hirschová 2006, s. 156), komunikační zvyklostí a projevem zdvoři-
losti je ovšem snaha partnera podobné repliky vyvracet, např.:

A: to jsem šíleně zvorala, radši bych se ani neviděla

B: jejda nešil, jednak si toho skoro nikdo nevšiml, ale hlavně to vůbec nebylo
tak zlé.

Ve sledovaných dialogických výměnách se ovšem kýžené útěchy
partnerům nedostává a zástupci mediální organizace je naopak často
v negativním sebehodnocení utvrzují:

(3)

Tatiana: tak radši čísburger jim koupím ↓

KC: to snad prosím vás nenavykejte je na fáštfudy // eště jeden nápis by tam
měl být napsaný / mělo by tam být napsáno vstup dětem do osmnácti let
přísně zakázán // voni tam dostanou nějaký zvířátka voni si tam udělaj
nějakou oslavu výsledkem je / že se na to stanou psychicky závislí
//neblbněte maj tlustou matku...

KC: a proč ne? (čte výsledky vyšetření) pan Michal má zvýšený jeden z ja-
terních testů a má tedy vyšší kyselinu močovou /cukr normální /krevní
tuky normální //takže zdánlivě ... co todle je jako? (manželé se chytily
za ruce a usmáli se na sebe) že jako je to dobrý?

Jana: ne že sme se báli že to bude horší

KC: prosím vás ale vono je to s ním strašně špatný a vy plánujete dítě?

Jana: jenom pokud zhubneme

KC: vy ste voba jako taková důchodci trošku // už ste zkoušeli že byste si sem
pučili třeba tříleté dítě? co?

Jana: šestileté

KC: a jakpak to vypadalo?

Jana: bylo to namáhavé

Michal: to děcko by furt někde skákalo lítalo / a my sme byli z toho úplně ho-
toví

KC: víte takhle se chová živé dítě to je KOLÍNEČKO teda / tam bude artróza
/ se nedivím že bolí // vono se říká setřelá struktura / ale TODLE už
vůbec nevypadá jako koleno že jo /víte co? ale todle by měl vidět nějaký
ortopéd // a já vod vás budu velmi natvrdo požadovat / abyste vůbec ne-
jdřív šel k lékaři

Motivem pro užití podobných strategií je zřejmě snaha aktivizovat
komunikačního partnera a vyburcovat ho k jednání, které by pro něj
mělo ve svém důsledku pozitivní dopad, oba odborníci zastupující
médiím programovou nezdvořilost ostatně také pozitivní motivací
ospravedlňují. Přesto jsou prostředky použité v případě rozhovoru s vý-
razně obézními manželi, kteří zoufale touží po dítěti a vlastní tloušťka
je prakticky vylučuje ze společenského života, zbytečně příkrá, stejně
jako vyjádření: *neblbněte, maj tlustou matku* adresované deprimované
a komplexy značně zatížené Tatianě.

3. Přímočarost a programová nezdvořilost

Pro komunikační aktivitu obou přizvaných odborníků je charakte-
ristické nedodržování třetí zdvořilostní zásady formulované R. La-
koffovou (Lakoffová 1973, zde např. Hirschová 2013, s. 229), a to:
„chovej se přátelsky, aby se adresát cítil dobře“. Běžnou komunikační
strategií užívanou zejména K. Cajthamlovou je přímočaré až bezo-
hledné vyjadřování, jehož dopad není mírněn žádnou kompenzační
strategií. Při vyjednávání vlastní tváře sama zdůrazňuje zejména pro-
fesní roli (opakovaně se zmiňuje fakt, že vedle medicíny vystudovala
i psychologii), s hosty přihlášenými do relace komunikuje podobně ja-
ko s pacienty, kteří ji vyhledávají s žádostí o radu a pomoc. Právě pro-

fesí lékařky pak ospravedlňuje „upřímné“, přímočaré vyjadřování, neboť pacientům je třeba sdělit za všech okolností pravdu a následnou terapii založit na oboustranné důvěře.

Přímočarost K. Cajthamlové se projevuje nejčastěji v otázkách týkajících se osobního života hostů nebo jejich stravovacích návyků. Otázky týkající se váhy, věku nebo jiných aspektů osobního života mají své místo v relativním soukromí lékařské praxe. Ve veřejném mediálním prostoru se ale jejich funkce výrazně mění a snaha hostů kooperovat a na položenou otázku poskytnout relevantní odpověď vede k odhalování osobního nitra spojenému často s výrazným poškozením vlastní tváře.

Jako psycholožka vychází K. Cajthamlová z přesvědčení, že za většinou somatických problémů, mezi které řadí i obezitu, je třeba hledat psychické problémy, stres a nespokojenost nebo frustraci v osobním životě:

(4)

KC: no ale my ještě nevíme jestli vás vlastně bereme // proč vy ste vlastně se přihlásila do pořadu? v čem že je problém?

Lenka: no já si myslím / že ve mně

KC: ale v čem?

Lenka: jako ty... čokolády

PH: proč to jíte?

KC: proč je potřebujete?

Lenka: nevím / nevím / je to náká drogová závislost (smích)

KC: čeho vás zbavuje čokoláda?

PH: kdy si ji dáváte?

Lenka: když mám problémy // když mám stres

KC: takže bychom přišli na to z čeho máte stres?

Lenka: ty chlapy ty mě prostě dycky / když... když mám náky s nima problémem / když mě opouštěj tak pak já se obklopuju tou čokoládou a vlastně tak teďkom...

Další rozhovor (5) vede K. Cajthamlová s mladou ženou, u které jsou evidentní problémy v partnerském soužití. Manžel Tatiany své ženě neposkytuje dostatek psychické podpory, nepomáhá jí při práci v domácnosti ani s péčí o dvě malé děti, což se výrazně projevilo např. v době Tániny nemoci. Zkušená psycholožka dokázala problémy v partnerském soužití velmi rychle odhalit a konkrétními přímočarými otázkami svou komunikační partnerku de facto manipuluje k veřejnému propírání soukromých problémů, které musí nutně mít velmi devastující účinek na obraz její pozitivní tváře:

(5)

KC: Táňo /jak vlastně vypadala historie vaší nadváhy nebo změn postavy // vy ste někdy byla štíhlá?

Tatiana: víceméně štíhlá sem nebyla nikdy //ale úplně tlustá taky ne

KC: jak si to vysvětlujete?

Tatiana: pravděpodobně to bude taky psychicky/ protože život nebo manželství mých rodičů nevyšlo //tak my sme měli takhle jako v rodině takovou Itálii kdy i tatínek maminku mlátil / takže já si myslím že to bude tím

KC: a kolik vám bylo v té době let?

Tatiana: když se rozváděli tak mi bylo třináct

KC: no a jak vy ste začla tedy nejmíc přibírat? kdy to bylo?

Tatiana: asi no / než sme začali podnikat tak to tak bylo

KC: aha

Tatiana: ano ano /to už sem chodila s manželem

KC: a to podnikání s vámi udělalo co? s vaším životem?

Tatiana: no víceméně sem neměla žádné život

KC: co tím myslíte?

Tatiana: no žila sem v obchodě / kterej sme měli nonstop pracovali sme na tom

KC: ráno i večer? (atd.)

3.1 Vynucená sebekritika hosta

Přímé otázky jsou obvyklé v rozhovorech věnovaných stravovacím návykům hostů. Zpravidla jsou formulovány tak, že se nutnou součástí odpovědných replik opět stává sebekritika hosta. Při analýze podobných komunikačních situací (např. Svobodová 2012–2013) se ukázalo, že hosté zpravidla rezignují na snahu o jakoukoli vlastní sebeobranu, v rozhovoru přijímají výrazně asymetrické postavení a velmi ochotně přijímají a dokonce i potvrzují vlastní kritická hodnocení:

(6)

KC: marináda /vaříte nějaký zajímavější něco? protože to je takový... jako jídlo trochu nudný

Lenka: no ale jo jako vařím spíš nudně

KC: proč sama pro sebe tak nudně? vy nák držíte dietu furt ve své hlavě / že jo?

Lenka: no (smích)

KC: tak / a teď jste to divákům předvedla

Blanka: předvedla?

KC: a dokonce se mnou mluvíte ještě tytéž věci /víte co vy nejvíc děláte? vy se snažíte odhadnout / co ten druhý chce slyšet a vyjít mu vstříc

Blanka: no víte co vono to je profese deformační / že jo jako to / co dělám

KC: ale to musí bejt šilenej stres

Blanka: no

KC: vymýšlet / co ta Cajthamlová přesně chce slyšet?

Blanka: no a právě že ten stres to je to / co mě pronásleduje

K. Cajthamlová sama kritické hodnocení hostů používá jako běžnou součást vlastní komunikační strategie, Hirschová (2010 s. 277) ovšem upozorňuje na fakt, že mluvčí se v běžných komunikačních výměnách rozmýšlí, zda k podobným atakům na tvář komunikačního partnera vůbec přistoupí, neboť jejich užitím:

[...] zároveň riskuje ohrožení nebo „ztrátu tváře“ sám u sebe, protože je nucen odklonit se od primárního obrazu vlastní pozitivní tváře. Jednou ze základních strategií tedy je od takového riskantního komunikátu ustoupit (Hirschová 2010 s. 277).

Podmínky uměle konstituované komunikační situace založené na výrazné asymetrii komunikantů ovšem jednomu z partnerů umožňují bez rizika ohrožení vlastní tváře atakovat tvář adresátovu:

(7)

Blanka: složení bude asi možná tak nějak ucházející / protože to sem dostala vod tety a ta to vždycky má vyštudovaný ale...paprika / mrkev / česnek

KC: prosím vás /dietářko /moment // pšsst

Blanka: ano?

KC: co jste to teď právě řekla?

Blanka: to sem dostala od..

KC: složení bude asi ucházející protože to sem dostala vod tety /ta to má naštudovaný?

Blanka: no

KC: jaktože vy to neštudujete?

Blanka: eee študuju /ale málo / málo tak teď to už prostuduju / speciálně todle to

KC: když teta něco řekne / když v televizi něco řeknou / když Cajthamlová něco řekne / tak si to furt ještě zkontroluju / ne?

Blanka: no to jo

Běžnou součástí jejích projevů se stává např. ironie; v těchto případech se ve vyjádřeních doprovázených nápadnou mimikou a přehnanou intonací intendovaný význam zásadně liší od významu doslovného, konvenčního (blíže Hirschová 2013, s. 262–265). Ani v následujícím dialogu se host vůči proti jasně signalizované ironii neohrazuje, naopak ji přijímá a potvrzuje vlastní replikou:

(8)

KC: ta:k

PH: a čúchejte a říkejte

Iva: no nevoní to

KC: čuchněte a řekněte vodkuď de ta vůně nejhorší

Iva: hm

KC: já myslím / že tady

PH: nejintenzivnější by mohlo bejt vodsad'

KC: já bych řekla že TODLE

PH: když vono to dole splývá všechno ty hnusy dohromady

Iva: hm

KC: tak se na to mrkněte

Iva: nevím / jestli mám tu odvahu

KC: to je všechno PĚKNÉ přece

Iva: (s rozvázaným šátkem) jo jo VELKÁ krása

Tato konkrétní komunikační situace je pravidelnou součástí všech relací a pro každého hosta je velmi nepříjemná. Dramaturgie pořadu totiž na velký stůl „hrůzy“ nahromadí pokrmy, které host zkonsumoval během uplynulého týdne. Jídlo je ovšem naaranžováno tak, aby na všechny zúčastněné působilo co nejhůře, majonézy, jogurty a dressinky bývají vylité do ostatního jídla, vše je velmi chaoticky navrstveno a potraviny na stole vypadají spíš jako obsah vysypané popelnice. Součástí terapie je zřejmě potřebné uvědomění si, jaké chyby host ve svém stravování dělal. K. Cajthamlová a P. Havlíček ho se zavázanými očima vedou ke stolu a nutí jej k verbalizaci nejprve čichových a pak i zrakových dojmů, komunikační situace má standardizovaný průběh, neboť všichni pozvaní hosté se ke svým dosavadním zvyklostem vyjadřují velmi kriticky a slibují změnu.

Ironický postoj ve svých projevech K. Cajthamlová signalizuje např. i užitím deminutiv (jako o nástroji verbálního útoku uvažuje o deminutivech např. Nekula 2004, s. 114) a příznakových prostředků sociální deixe (Hirschová 2013, s. 112–114):

(9)

KC: a jakoupak smetanu používáte kolikaprocentní?

kuchař Robert: třicítku myslím

KC: třicítku? no to je taky mazec /dobrý to bylo že jo? TUČŇOUČKÝ

kuchař Robert: vona se mě neptala /já bych jí to řek

KC: děvče a to vínko? to máte doporučené?

Iva: ano / já sem se bránila / já sem se bránila

KC: Adámku?

Čtrnáctiletý syn Adam: ano?

KC: když porovnáš tady ty dvě postavičky (ukazuje na blanku a syna) a odmyslím si tady u maminky prsa / já nevidím moc rozdílů

Tatiana: a daj se vůbec koupit párky ňáký? nedaj asi aby to...

KC: děvče zlatý

KC: takže holka zlatá když sem právě v takové restauraci a nerozumím tak se o to víc musím ptát // vy byste si měla začít šít tu sukýnku víte kterou? (Iva kroutí hlavou) vy nevíte / kterou sukýnku?

KC: prosím pěkně / DÁMO A PANE / pokud se vaše strava neliší / není divu / že se vaše postavy příliš neliší až na ty prsa // co jako co považujete za největší svůj problém? co co neumíte nejmíc?

4. Pozitivní ocenění partnera

Pozitivního ocenění se v pořadu dostává hostům, kteří ve své snaze zhubnout uspěli, a buď nebyli nepříjemně překvapeni při náhodné kontrole, která je povinnou součástí všech relací, nebo na konci tříměsíční terapie zaznamenali výrazný váhový úbytek:

(10)

KC (na kameru): teda lidi to je věc co já vám řeknu? ta důvěra těch lidí plus to / jak se do toho opřeli / to mě fakt bere (...) a víte / co se mi možná líbí úplně nejmíc? ta energie / já když si je vzpomenu jak byli dušný / zpočený /vyděšený a otrávený /a ta paní jak pořád plakala /to je totiž strašnej rozdíl //výborný

PH: dobrý den

KC: vám to sluší

Blanka: dobrý den / děkuju

KC: vypadáte úžasně žensky

Blanka: no to sem pořád chtěla trošku

PH: malinkatu jste vmládla / zjemnila

I explicitně formulovaná pochvala se ale často obrací ve svůj vlastní opak a chváleného hosta výrazně dehonestuje, jak ukazuje následující dialogická výměna:

(11)

Lenka (na kameru): úplně úžasný // Ú ASNÝ jako sedmdesát čtyři kilo sem neměla už hodně dlouho (smích) no fakt

KC: já tu mám pro vás další věc // vy se bojíte motýlů že jo?

Lenka: no

KC: takže tady máte motýly (podává Lence koláž) kterých doufám se není co bát // sou přišpendlený / a sou takoví zvláštní // kerej se vám líp líbí? jestli řeknete že ten barevnější / tak vás plácnu

Lenka: lepší je perleťovec

KC: no proto //takže když dovolíte prosím pěkně vážení perleťovci tady máte konečně dívku / která už nehraje černovlasou mrchu konečně /ale je vidět / jak je jemná a něžná // tak nechte se přišpendlit

K. Cajthamlová na konci terapie, při které se Lence podařilo zhubnout více než deset kilo, velmi netaktně a vůči komunikační partnerce i necitlivě připomíná, že ačkoli ve svém snažení byla úspěšná, stále se jí nepodařilo vyřešit hlavní a zásadní problém, který mladou ženu trápil, a to její neúspěchy v partnerských vztazích a přetrvávající osamělost.

5. Pomluvy v replikách profesionálů

Do veřejného mediálního prostoru se dostává další poměrně specifický typ původně čistě soukromého „žánru“ mluvené komunikace, zmiňovaný již výše (Raible 2002), a to pomlouvání nebo klípkový přáteli. Oba odborníci se bezprostředně po ukončení rozhovoru s hosty obrazení na kameru a účastníkům širšího komunikačního okruhu sdělují své bezprostřední dojmy a názory na ně. Podobná strategie ovšem zúčastněné výrazně poškozují, ačkoli se jako laici s důvěrou

obracejí na profesionály, od kterých očekávají pochopení a pomoc. Odhalují vlastní nitro a místo citlivého a diskrétního zhodnocení vlastní situace se dočkají veřejné kritiky, na kterou ovšem sami nemožou nějak reagovat:

(12)

KC: no ale tohle by byl přesně ten zázrak / který v tuhle chvíli ti dva potřebují jo // nejotřesnější na tom všem je / že tomu pánovi je pět a čtyřicet / vypadá jak zlomenej stařec že jo a hrůza je / že ta dáma chce být matkou a je jak šestiletá holka

(kolemjdoucí, výkřiky na kameru)

KC: super

PH: ať žije inteligence

KC: teď si představ, že se jim něco takovýho narodí? to teda nevím / jak si s tím Jana se svojí emocionalitou poradí ↓

KC (na kameru): emoční reakce byla velká /ale u dospělé ženy bych očekávala sebeovládání a myslím / že dneska si uvědomila / že s tím musí začít něco dělat

Závěry: V analyzované konfrontační talk show se do veřejného mediálního prostoru dostávají témata i žánry běžné dříve pouze v soukromé komunikaci blízkých nebo alespoň známých mluvčích. Celkový charakter komunikace je výrazně ovlivněn tím, že její účastníci jsou si velmi dobře vědomi rolí, které obsazují, a jsou ochotni přistoupit na jejich výraznou asymetričnost, vyplývající jednak s dichotomie zástupce mediální organizace – pozvaný host a profesionál – laik. Právě akceptování přidělené role pak jednomu z účastníků komunikace umožňuje v podstatě bez rizika ohrožení nebo ztráty vlastní tváře atakovat a poškozovat tvář komunikačního partnera. Jako nejběžnější typ ohrožujících strategií byly ve sledované talk show vysledovány přímé výpovědi (často otázkového charakteru) bez doprovodných kompenzačních strategií, ironie a pomlouvání komunikačního partnera.

Literatura

- Brownová P., Levinson S. C., 1987, *Politeness: Some Universals in Language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Culpeper J., 1996, *Towards an anatomy of impoliteness*. „Journal of Pragmatics” 25, 1996, s. 349–367.
- Čmejrková S., Hoffmannová J. (eds.), 2011, *Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí*. Praha: Academia.
- Hirschová M., 2006, *Pragmatika v češtině*. Olomouc: Univerzita Palackého, Filozofická fakulta.
- Hirschová M., 2009, *Vhodnost (appropriateness) jako pragmatická kategorie*. In O. Uličný (ed.) *Eurolingua & Eurolitteraria 2009*, Liberec: Technická univerzita v Liberci, s. 9–16.
- Hirschová M., 2010, *Nezdvořilost jako pragmalingvistický fenomén*. „Linguistica Brunensia” 58, 2010, č. 1–2, s. 273–285.
- Hirschová M., 2013, *Pragmatika v češtině*. Druhé doplněné vydání, Praha: Karolinum.
- Müllerová O., Hoffmannová J., Schneiderová E., 1992, *Mluvená čeština v autentických textech*. Jinočany: H + H.
- Nekula M., 2004, *Deminutiva a zdvořilost*. In: Z. Hladká, P. Karlík (eds.): *Čeština – univerzália a specifika 5*, Praha: Nakladatelství Lidové noviny, s. 110–119.
- Raible W., 2002, *Literacy and orality*. In: N. J. Smelser, P. B. Batles (eds.), *International Encyclopedia of social and behavioral sciences*, s. 8967–8971. Dostupné z http://www.Romanistik.uni-freiburg.de/raible/Publikationen/Files/Orality_2col.pdf [cit. 17. 1. 2012].
- Svobodová J., 2013, *Nezdvořilost v mediální komunikaci*. „Český jazyk a literatura” 63, 2012–2013, č. 5, s. 215–223.
- Zima J., 1961, *Expresivita slova v současné češtině*. Praha: Nakladatelství Československé akademie věd.