

**Univerzita Karlova v Praze**  
**Filozofická fakulta**  
*Ústav českého jazyka a teorie komunikace*  
*Obor: Český jazyk*

## **Dizertační práce**

*Ironie v českém jazykovém prostředí a její vnímání*

*Verbal Irony in the Czech Discourse and its Perception*

*Vedoucí práce: prof. PhDr. Karel Šebesta, Csc.*

Praha 2016

Mgr. Dominika Rýparová

Prohlašuji, že jsem dizertační práci napsala samostatně s využitím pouze uvedených a řádně citovaných pramenů a literatury a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

.....

Dominika Rýparová

Památce mého mladšího bratra Štěpána, který svá studia už dokončit nestihl.

Věnováno všem, kteří za ironii osudu zaplatili nejvyšší daň, s vroucným přáním, aby ironie už navždy zůstala jen podivínskou zálibou lingvistů, ne ošklivou hříčkou životních cest.

Děkuji doktoru Janu Chromému za významnou pomoc se zpracováním statistické části této práce.

## **Abstrakt**

Tato práce zasazuje jazykovou ironii do širšího kontextu mezilidské komunikace a přiklání se k tendenci chápat ironii jako komunikační strategii, nikoliv řečnickou figuru nebo prostředek ozvláštňení mluvy. Cílem dizertace je připomenout, že ironie je nedílnou součástí naší každodenní komunikace, a předpokladem jejího použití i pochopení je zejména jazyková zkušenost. V rámci experimentu bylo zkoumáno fungování čtyř forem ironie, které se lišily mírou angažovaného humoru nebo naopak vyjádřené kritiky. Během dotazníkového šetření se podařilo získat odpovědi od celkem 3 167 respondentů. Z jejich analýzy vyplynulo, že zásadní motivací pro použití daných typů ironie je právě humor, ale čím vyšší je jeho míra, tím více mluvčí riskuje, že nebude zcela pochopen, protože si příliš pohrává s realitou. Dále výsledky ukázaly, že vnímání emocí spojených s ironií je ovlivňováno naším věkem, stejně jako její použití. Mladší lidé jsou citlivější k humorné stránce ironie, zatímco starší jsou tolerantnější k její kritické složce. Na hodnocení ironie má vliv také komunikační role respondenta v rámci určité komunikační situace – hodnocení záměru mluvčího i skutečného účinku se lišila v závislosti na tom, zda respondent odpovídal z pozice mluvčího, adresáta nebo nezaujatého posluchače.

**Klíčová slova:** ironie, sarkasmus, pragmatika, adolescenti, vývoj porozumění, sociální kognice, sociální komunikace

## **Abstract**

This thesis sets the verbal irony into a broader context of human communication and supports the tendency to understand the irony as a communication strategy – not only as a speech figure or a tool to make our way of speaking more attractive. The aim of this work is to remind that irony is an integral part of our everyday communication, and a prerequisite for its use and understanding is built on the particular language experience. The experiment was examining the function of the four forms of irony, which differed in the degree of engaged humour or, conversely, expressed criticism. During the research one was able to get answers from a total of 3,167 respondents. Their analysis revealed that the major motivation for use of the selected types of irony is the humour, but the more humorous the statement is, the more the speaker takes a risk of not being completely understood, because he/she plays with reality too much. Further the results showed that the perception of irony-related emotions is influenced by our age. Younger people are more sensitive to the humorous points of irony, while the older are more tolerant of its critical part. The evaluation of irony is also affected by the communication role of the respondent within a specific communication situation - evaluating the speaker's intention and its real effect varied depending on whether the respondent answered from the position of a speaker, an addressee or a disinterested audience.

**Key words:** irony, sarcasm, pragmatics, adolescents, development, social cognition, social communication

## Obsah

Obsah .....	1
Seznam zkratk .....	4
Předmluva .....	6
1 Úvod .....	7
2 Komunikace – prostor, ve kterém se ironie stává ironií .....	9
2.1 Historie mezilidské komunikace .....	9
2.2 Rozvoj kognitivní vědy .....	11
2.3 Komplexnost procesu komunikace .....	14
2.4 Neverbální komunikace .....	17
2.4.1 Mimika .....	20
2.4.2 Akustická stránka komunikace .....	22
2.5 Emoce a jejich role v komunikaci .....	24
3 Jazyk a věk .....	32
3.1 Osvojování jazykových kompetencí .....	35
3.2 Adolescence .....	38
3.2.1 Jazyk adolescentů .....	41
4 Komunikace a komunikační strategie .....	46
4.1 Konverzační styl .....	46
4.2 Nedoslovné vyjadřování .....	48
4.2.1 Porozumění nedoslovným promluvám .....	53
5 Ironie .....	62
5.1 Definice pojmu ironie a jejich limity .....	62
5.1.1 Vymezení ironie použité v této práci .....	64
5.1.2 Další způsoby popisu ironie .....	66
5.2 Motivace ironického mluvčího a jeho záměr .....	67
5.3 Porozumění ironii a její účinky .....	72

5.4	Ironie v češtině .....	78
6	Praktická část .....	81
6.1	Výzkumné otázky .....	81
6.1.1	Výzkumná otázka č. 1 – jednoduchost a jednoznačnost různých forem ironie ..	81
6.1.2	Výzkumná otázka č. 2 – vliv věku na vnímání i užívání ironie .....	81
6.1.3	Výzkumná otázka č. 3 – vliv role v konverzaci na hodnocení ironie .....	81
6.1.4	Výzkumná otázka č. 4 – míra angažovaných emocí .....	82
6.2	Testovací materiál .....	82
6.2.1	Příběhy .....	82
6.2.2	Předvýzkum .....	83
6.2.3	Finální testovací otázky .....	84
6.2.4	Dotazník pro ostré testování a jeho varianty .....	86
6.2.5	Testování .....	87
6.3	Respondenti .....	87
6.4	Kódování .....	89
6.5	Výsledky .....	90
6.5.1	Výzkumná otázka č. 1 – jednoduchost a jednoznačnost různých forem ironie ..	91
6.5.2	Výzkumná otázka č. 2 – vliv věku na vnímání i užívání ironie .....	96
6.5.3	Výzkumná otázka č. 3 – vliv role v konverzaci na hodnocení ironie .....	99
6.5.4	Výzkumná otázka č. 4 – míra angažovaných emocí .....	114
6.6	Limity výzkumu .....	118
7	Závěr .....	121
8	Conclusion .....	125
9	Použitá literatura .....	129
10	Přílohy .....	137
10.1	Příloha č. 1 – Příklad dotazníku z předvýzkumu .....	137
	Jirka a Karel .....	137

10.2	Příloha č. 2 – Úvodní dopis.....	145
10.3	Příloha č. 3 – Testovací příběhy.....	146
10.4	Příloha č. 4 – Příklad dotazníku (Varianta A).....	148
10.5	Příloha č. 5 – Aplikace Vyplňto.cz .....	154

## **Seznam zkratek**

ACC – Cingulární kůra mozku, jinak také oblast 25

DET – Discrete Emotion Theory (teorie diskrétních emocí)

EQ – Emocionální kvocient

GSH – Graded Salience Hypothesis (hypotéza nejcharakterističtějšího významu)

GVHT – General Verbal Humor Theory (velká teorie verbálního humoru)

HH – Ironická výpověď s cílem pobavit

IQ – Inteligenční kvocient

HK – Humorná ironická výpověď s mírnou kritikou

KH – Kritická ironická reakce s dávkou humoru

KK – Ironická výpověď s cílem kritizovat

MSP – Multi-Stage Processing (vícefázové porozumění)

MST – Mental Spaces Theory (teorie mentálních prostorů)

SSP – Single-Stage Processing (jednofázové porozumění)

TOM – Theory of Mind (teorie mysli)

VN – View of the Narrative Story (úroveň příběhu)

VH – View of the Hearer (úroveň posluchače)

VC – Viewpoint of a Character (úroveň postavy)

E PL – Punch Line Exposition (vyslovení zápletky)

E SU – vyslovení nedoslovného vyjádření, vtipu v prostoru VN

InSU – interpretace nedoslovného vyjádření, vtipu v prostoru VN

EcSU – vyslovení nedoslovného vyjádření, vtipu v prostoru VC

Ic(1)SU – předpokládaná interpretace nedoslovného vyjádření, vtipu v prostoru VC

Ic(2)SU – interpretace nedoslovného vyjádření, vtipu v prostoru VC

EcPL – zápletka v prostoru VC

IC(1)PL – interpretace zápletky ECPL v prostoru VC

## Předmluva

Dnes mne ironie opět doběhla. Považuji se za inteligentního, sečtělého člověka s dobrými komunikačními schopnostmi, ale ve svých téměř třiceti letech, z nichž jsem už sedm let věnovala intenzivnímu studiu ironie, ji nedokážu spolehlivě poznat. V naší kanceláři se strhla debata o e-mailu jednoho z našich kolegů. Řešilo se, zda byl, či nebyl ironický. Já jsem poznámku považovala spíše za projev pasivního přístupu k řešení konfliktů, zatímco moje kolegyně pisatele odsoudily jako sarkastického morouse. Těžko jsem ale mohla zvednout telefon a dotyčného se zeptat, zda byl ironický, nebo ne.

Dříve mě doháněly podobné zážitky k zoufalství. Čím více jsem se snažila ironii zachytit, definovat a popsat, tím rozpitějšší a nesourodější obraz jsem dostávala. Náš první výzkum, který jsme s doktorkou Filipovou v České republice provedly, nám potvrdil de facto jen to, co už jsme o ironii v češtině dávno věděly: ironie tu je, používá se, je frekventovaná. Stanovit její definici, která by narýsovala čáru mezi diskurzí ironií a jakýmikoliv dalšími „komunikačními jevy“, se nám nepodařilo. V dalším experimentu, který analyzoval výpovědi, jež naši respondenti navrhli v dané situaci jako ironické, jsme se dozvěděly, že česká ironie je značně tvárná a jen stěží lze přesně vypsát, jakých forem nabývá.

Jelikož jsem považovala vzorek našich respondentů za nedostačující, vrhla jsem se na analýzu talkshow Jana Krause, který již tradičně vede v anketě o nejironičtější populární osobnost. Výsledek byl matoucí: Ironií není nic a může jí být všechno. Tehdy se mě chopila panika a svou práci jsem musela na čas odložit stranou, protože jsem si s ní nevěděla rady.

Jednoho dne mi ale zčistajasna blesklo hlavou, že ne všechno lze neprodyšně definovat, že právě vyčerpávající definice jsou přece tím, co u lingvistů kritizují, protože jazyk je živý organismus, který se neustále vyvíjí a mění, a definice ho jen svazují, drží při zemi a hlavně za ním vždycky jen pokulhávají. U jazyka více než kde jinde platí, že celek je víc než jen součet jednotlivostí. Ironie je také mozaika různých detailů, které společně vytvářejí jakousi nadhodnotu – nepopsatelnou a nepostižitelnou na úrovni základních stavebních prvků, ale přesto spolehlivě fungující. Někdy i cesta může být cíl.

Ironie by proto neměla být zkoumána jako forma (ironií může být prakticky cokoliv), těžko popíšeme nějaké exaktní zákonitosti (ironie vzniká i zaniká s pozorností toho, kdo ji za ironii považuje). Můžeme se ale mluvčích ptát, proč ironii používají, co vnáší do jejich komunikace. Zkoumejme ironii jako komunikační strategii, zaměřme se tedy spíše na její cíle a výsledky. Dozvíme se o lidské komunikaci mnohem více, než by se mohlo zdát.

## 1 Úvod

Studium ironie odpovídá soudobé masivní tendenci ke studiu jazyka v každodenní komunikaci. Zkoumání jeho konkrétních projevů v mezilidských interakcích nabízí alternativu k dlouholetému bádání na poli jazykového systému. Neustále se proměňující systém ovlivňovaný konkrétními zvyklostmi individuálních mluvčích či jejich skupin tu nahradil konstrukt autentické nebo také běžné řeči (viz např. Milroy, Gordon, 2012). Lingvisté sice opět upírají pozornost k fenoménu, který nikdy nelze uchopit jako celek, ale tato vnitřní „rozeklanost“, množství variant závislých na vůli individua, se stává základní charakteristikou nového konstrukt. Jazyk je v tomto pojetí chápán jako prostředek sociální interakce, je pevně spjatý se společenskou strukturou a rolí jednotlivců v ní. I pod vlivem této vlny lingvistiky byl zahájen výzkum diskurzí ironie v češtině s cílem popsat a pochopit fungování této řečnické strategie, či – jak se vyjádřili někteří z respondentů oslovených v rámci ironického experimentu – „zbraně“ nebo snad „specifického druhu humoru“ v našem mateřském jazyce (viz Rýparová, Filippová, připravuje se).

Diskurzí ironie má v komunikaci zvláštní postavení. Jde o prostředek, který používáme často bez důkladné znalosti konverzačních principů, přesto ale nejde o něco samozřejmého, čemu by od přírody rozuměl každý z nás. Ironie zaujímá zvláštní postavení mezi lží, tabu a metaforou. Ve všech případech nevyjádří mluvčí skutečnost přímo a porušuje tak základní principy nutné pro fungování komunikace (viz např. Leech, 1983; Grice, 1989; Nekula, 1990). Narozdíl od lháře se ironický mluvčí snaží co nejvíce upozornovat na nesoulad mezi realitou a vyřčeným, protože pokud není odhalena, přestává ironie být ironií. S tabu má ironie společné právě toto neskrývání faktu, že za vyrčeným je ještě rozměr nevyřčený, ale motivace i důsledek této volby se liší. A konečně i od metafory si ironie drží odstup tím, že zatímco metafora sleduje podobnost mezi myslí mluvčího a objektem pojmenovávání, ironie sází na podobnost myslí mluvčího a myslí jeho posluchače (o rozdílu mezi metaforou a ironií Sperber, Wilson, 1986; více o tématu jako takovém viz Pospíšilová, 2009). Všechny tyto „nedoslovné“ komunikační strategie vyžadují jazykovou zkušenost, znalost kontextu a odpovídající mozkovou kapacitu.

Od nejútlejšího dětství se zabýváme jazykem kolem nás. Jako první pochopíme jazyk pojmenovávající skutečné věci kolem nás, zatímco schopnost abstraktního myšlení a odproštění se od hmotného světa přicházejí později. Jedinec začíná chápat mimo jiné právě i nedoslovné vyjadřování. Jako úplně poslední si také osvojíme schopnost nedoslovné vyjadřování využívat,

ale je důležité myslet na to, že ho nedokážeme nikdy plně ovládnout tak, abychom vždy rozpoznali/pochopili nebo dali rozpoznat/pochopit to, co nebylo řečeno doslovně.

Ironie stavící na výše zmíněné podobnosti myslí poskytuje velmi zajímavý materiál pro mnoho vědních oborů. Pro lingvisty je jejím asi nejzajímavějším aspektem právě souvislost jazykových dovedností s mozkovou kapacitou a standardním fungováním lidského myšlení. Neschopnost chápat či používat ironii se pojí také s neschopností vžít se do druhého – tam, kde je porušené sociální vnímání, je narušena i schopnost chápat nedoslovné vyjadřování včetně právě ironie, a naopak. Na základě jazykových kompetencí je pak možné odhalit anomálnost jedincova vývoje.

Zkoumání ironie v českém jazykovém diskurzu ještě ale nepostoupilo tak daleko. Před námi je stále ještě mnoho práce s ironií u běžných mluvčích. Cílem této dizertační práce je navázat na práci Nekuly (1990, 1991) a Trosta (1997) a doplnit výzkum autorského dua Eva Filippová – Dominika Pospíšilová mapující právě formy a funkce ironie v češtině, strategie jejího užití, motivaci mluvčích a všeobecné vnímání ironie (Pospíšilová, Filippová, 2009; 2011). Teprve budeme-li znát detaily ironie tak, jak ji užívají běžní mluvčí, můžeme se v bádání posunout dál a pomáhat kupříkladu diagnostikovat atypický vývoj jedinců, podílet se na tvorbě umělých jazyků či zlepšovat metody výuky cizích jazyků.

Tato práce se ve své teoretické části zaměřuje především na oblasti, kterým v souvislosti se studiem ironie nebylo věnováno příliš mnoho prostoru. Tam, kde již vznikla řada podrobných studií, odkazujeme na vybrané vědecké texty. Čtenáře může překvapit prostor věnovaný vývoji lidské řeči a komunikace jako takové, emocím nebo např. vývoji jazykových kompetencí se zvláštním zřetelem na adolescenci. Jde ale o důležitá východiska pro vyslovení hypotéz v praktické části dizertace. Naopak např. části věnované definici ironie nebo jejím neverbálním projevům připadlo relativně méně stránek. V obou zmíněných případech by témata sama o sobě vydala na samostatné dizertace, přičemž velká část informací nehraje v této práci zásadní roli.

## 2 Komunikace – prostor, ve kterém se ironie stává ironií

Ironii nelze zkoumat zcela odděleně od ostatních jevů, které v souhrnu tvoří lidskou komunikaci. Jak už jsme naznačili v úvodu a jak ještě ukážeme dále, ironii lze nejlépe popsat jako určitou komunikační strategii, jejíž podstatou je sdělit adresátovi informaci, která ale přesně neodpovídá jednotlivým vysloveným lexikálním jednotkám. Ironie nabývá množství podob (sarkastická poznámka, ironická otázka, vtip, pochvala, kritika, škádlení apod. – viz Gibbs, 2000; Pospíšilová, Filippová, 2011) a každá z těchto podob může mít v komunikaci více cílů i účinků. Je tedy zřejmé, že separovat ironii od celku komunikace by bylo kontraproduktivní, ne-li nemožné vzhledem k její různorodosti. V této kapitole nastíníme alespoň základy teorie komunikace, které nám pomohou blíže pochopit široké spektrum záměrů ironických mluvčích a roli ironie v mezilidské komunikaci.

Ironie je vždy glosou nebo reakcí na určitý podnět, hodnotí ho, staví se do protikladu, a tím ukazuje další jeho stránky nebo varuje před možnými dopady způsobem, který doslovné vyjádření doplňuje o další rozměr. Věta *To je ale krásné počasí!* není ironií sama o sobě. Ironií se stává, pokud např. víme, že počasí je špatné a my, aniž bychom lhali, i přesto můžeme zcela vědomě říci, že se nám líbí, i když to není pravda. Člověk bez zkušenosti s komunikací s ostatními jedinci by se nejspíš těžko pouhým přečtením této věty dopracoval k významu *To počasí se mi vůbec nelíbí*. Jak je vidět, důležitá je zde jednak naše znalost fungování určitého jazyka, jednak naše zkušenost v komunikaci.

### 2.1 Historie mezilidské komunikace

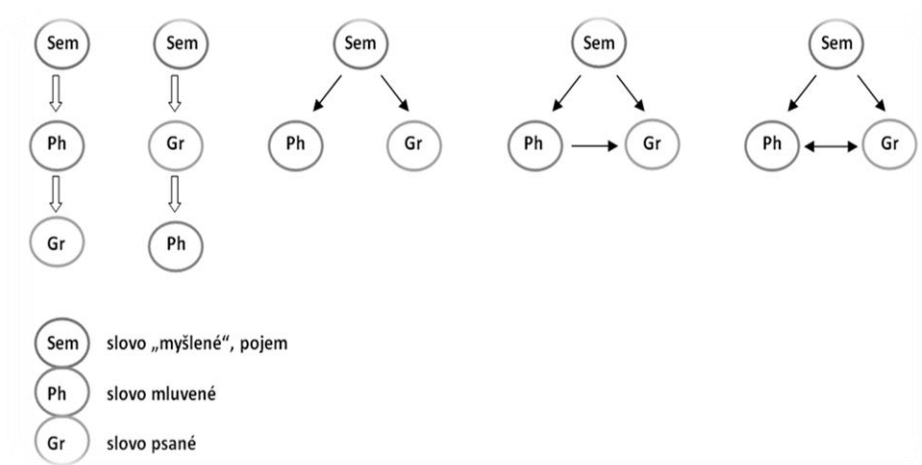
Lidská komunikace je v přírodě jevem zcela unikátním, jehož přesný vývoj nedokážeme stále ještě spolehlivě rekonstruovat. Podle dosavadních poznatků koresponduje s vývojem celé civilizace – od primitivních zvuků a gest až po složité abstraktní konstrukce, jakou je i ironie (viz např. také Katz et al., 1998). Mazák (1986) uvádí jako nutný předpoklad pro rozvinutí komunikačního systému vyspělost mozku.

Jak přesně se stalo, že se lidský mozek vyvinul jiným směrem než mozek ostatních tvorů, zatím nevíme. Domníváme se, že vlivem klimatických změn museli naši předci zásadně změnit způsob života, využít zdroje potravin a teritoria k žití, které nebyly atraktivní pro jiné živočišné druhy. Změnila se jednak stavba jejich těla, jednak způsob uvažování nutný k přežití.

Náš druh dokázal obejít své nedostatky, sílu a rozvinuté smysly nahradil myšlením<sup>1</sup> – naučil se používat drobné nástroje, vyrábět je, dělit si práci, ukládat potravu do zásob a starat se o oslabené jedince ze smečky, což vedlo k nutnosti vzájemné komunikace (více viz Mazák, 1986; Dawkins, 2008). Už u exemplářů, jejichž stáří se odhaduje na dva miliony let, nacházíme na lebce stopy Brocova centra, a lze tedy předpokládat, že zpracovávaly jakousi „prařeč“. Názory na to, kdy člověk poprvé skutečně promluvil, se liší. Obecně se považuje za zlomové období 35 000 let př. n. l., Mazák (1986) i Dawkins (2008) ale dokládají velkou variabilitu nálezů i nemožnost spojit kosterní nálezy s jednoznačnou schopností/neschopností mluvit.

Nezlomným důkazem existence plnohodnotného jazykového systému jsou až první psané památky většího rozsahu, které známe z Mezopotámie a Egypta a jejichž vznik se odhaduje na dobu kolem roku 4 000 př. n. l. Je jasné, že v této době už byla řeč dlouho vysoce rozvinutá, příchod písma ale umožnil její další posun vpřed z hlediska logiky, rozsahu, časové i místní příslušnosti i dostupnosti myšlenek pro širší publikum. Schéma na Obr. č. 1 *Vztah mezi mluveným, psaným a myšleným slovem* zobrazuje vývoj chápání vztahů mezi pojmem, slovem mluveným a slovem psaným dle W. Nötha:

**Obr. č. 1 Vztah mezi mluveným, psaným a myšleným slovem**



(Vytvořeno dle Čmejkové, Hoffmannové, 2011)

Schéma zobrazuje vnímání tří podob slova od počátků k dnešku. Odráží se v něm obvyklost dané podoby slova. V době, kdy slovo psané bylo vzácností, bylo chápáno (a také sloužilo) jako

<sup>1</sup> „Rozvinul však nesmírně svůj intelekt, rozsah, obsah, složitost i mnohostrannost své činnosti. A tento rozvoj lidského intelektu, mozkové činnosti, je nutno chápat jako určitý výraz adaptability druhu Homo sapiens zcela odlišný od ostatních živočichů,“ (Mazák, 1986, s. 390).

záznam slova mluveného. V současné době se přikláníme k názoru, že všechny tři podoby jsou rovnocenné a z nich mohou, ale nemusí vznikat obě podoby zbývající – to je stav obvyklý pro naši dobu a západní kulturu, v níž jsme obklopeni všemi podobami slov takřka rovnoměrně.

Důležitou roli tu sehrál zejména rozvoj záznamového média, které se postupem času stalo lépe uchovatelným a dostupným širokým masám. Od náročného rytí do kamene, přes drahý papyrus a vzácné blány se lidé dostali až k papíru a moderním technologiím, které umožnily relativně snadno předat i na velkou dálku nebo v dlouhém časovém období velké množství informací a poznatků všem, kdo mají k záznamu přístup.

Dobu, v níž žijeme, označujeme jako epochu masové komunikace. Oproti všem historickým epochám je předávání informací nesrovnatelně rychlejší, s širším záběrem. To, co bylo dříve předmětem komunikace mezi úzkým okruhem lidí, se stalo informací pro prakticky neomezený počet lidí. Rychlý technologický rozvoj umožňuje stále rychlejší a autentičtější sdílení informací s opravdovými masami. Spolu se způsobem, rychlostí a náročností šíření informací se změnily také samotné informace, které si lidé chtějí předat. V epoše masové komunikace přestalo písmo být jediným způsobem uchování lidských myšlenek a technologický rozvoj sblížil sdělování mluvené s psaným, nebo lépe aktivní s pasivním, které nevyžaduje současnou přítomnost všech účastníků dané komunikační situace.

Díky technologickému pokroku vznikly bezděky záznamy nejrůznějších komunikačních situací, které se staly předmětem bádání psychologů, antropologů, lingvistů a dalších. A právě tyto záznamy upozornily na rozdíl mezi tím, jak si myslíme, že informace sdílíme, a tím, jak je skutečně sdílíme. Lidská řeč přestala být považována za „pouhý“ prostředek sdělení. Uvědomili jsme si, že je odrazem naší mysli, našeho vnímání světa. Umožňuje nám vzájemně sdílet informace mimořádně houževnatým způsobem, který se vyrovná s mnoha nástrahami a komplikacemi v podobě geografické i chronologické vzdálenosti, odlišné kultury nebo jen rozdílného vnímání světa.

## **2.2 Rozvoj kognitivní vědy**

Sedmdesátá léta 20. století přináší v lingvistice celosvětový „komunikačně-pragmatický obrat“, kdy se zájem většinově přesouvá od zkoumání jazyka jako systému k jeho fungování, tedy právě ke komunikaci, jejím aktérům, předpokladům, cílům apod. Předmětem bádání se poprvé stává především běžný každodenní hovor mluvčích, lingvisté se začínají zabírat projevy mluvenými, které do té doby byly v centru zájmu snad pouze dialektologů (Müllerová

et al., 1992; Milroy, Gordon, 2012). Zjednodušeně lze říci, že jazykovědci se nyní odklánějí od nižších rovin jazyka k vyšším (ve smyslu jejich funkce v celku komunikace) a tento nový, komplexnější přístup je vede k překračování hranic čisté lingvistiky, a tedy k výrazné mezioborovosti (více viz např. Vaňková et al., 2005).

V tomto období dochází k rozvoji kognitivní vědy, moderní lingvisté si uvědomují neostrost hranice mezi jazykovým a mimojazykovým vnímáním a zabývají se vztahem lidské mysli a okolního světa. George Lakoff, jeden z čelních představitelů kognitivní lingvistiky, odmítá představu lidského mozku jako počítače pracujícího na základě určitých algoritmů. Upozorňuje na nevhodnost takového přirovnání, neboť povaha inputů se zásadně liší: Počítač je naprogramován stylem „pokud A, tak B“, lidská mysl pracuje na základě zkušenosti, přizpůsobuje – nebo snad lépe vztahuje – si realitu ke svým možnostem vnímání. Kognitivní vědci odmítají strukturalistický systém jazyka jako neměnného systému stojícího kdesi nad „jazyky jednotlivých mluvčích“ (v tom smyslu, že žádný jednotlivý člověk nikdy neobsáhne celý jazykový systém, jen jeho část; složením těchto částí dohromady vytvoříme jakýsi komplexní „nadjazyk“, tedy Saussureův *langue* – Lakoff a Johnson mluví o perspektivě božího oka a existenci jediné objektivní pravdy, což je podle nich iluze). Předmětem zkoumání je nově *parole*, proto se někdy mluví o *parolové lingvistice* (více viz Vaňková et al., 2005).<sup>2</sup>

Vývoj vede k propojování jazykových teorií s filozofií. Otevírají se otázky vztahu jazyka a našeho myšlení (*Je jazyk instrumentem myšlení? Pokud bychom jazyk neměli, jak bychom mysleli? Mysleli bychom vůbec?*), povahy reálného světa (Patočkův *přirozený svět*, Vaňková et al., 2005, zde cituje Patočkovo „*vidíme svět skrze jazyk*“; naivní jazyk, jazyky přírodních národů), jeho kategorizace a celkově zpracování vnějších dojmů v naší mysli. Jak uvádí Vaňková (Vaňková et al., 2005, s. 22), předmětem zájmu kognitivních vědců se stává „mysl a její reflexe světa i člověka samého, tak jak se ukazuje v jazyce“. Lakoff a Johnson zavádějí termín *zkušenostní realismus* (člověk je mírou dané skutečnosti, pojem *antropocentrismu*), jehož součástí je i *relativismus* – vše je relativní a závislé na úhlu pohledu.

Důležitou se stává i souvislost jazyka s kulturou a závislost jazykového obrazu světa na tom kterém konkrétním jazyku (viz *jazykové „brýle“*, Vaňková et al., 2005). Ve zkoumání se pak rozvíjejí dva směry: *jazykový relativismus* (mateřský jazyk maximálně ovlivňuje naše vnímání světa, neexistuje žádný přesně odpovídající ekvivalent v jiném jazyce) a *jazykový*

---

<sup>2</sup> Zajímavostí českého lingvistického prostředí je skutečnost, že v případě české jazykovědy se změna v sedmdesátých letech označovaná jako „obrat“, dala považovat spíše za „posun“, protože mnohé z nově objeovaných myšlenek už byly v Česku rozpracovány v rámci funkčního strukturalismu (Vaňková et al., 2005).

*univerzalismus* (lidstvo sdílí společný myšlenkový základ, který je vyjádřen různou jazykovou materií). Goddard a Wierzbická přicházejí s kompromisním řešením: Jazykový obraz světa se liší v závislosti na daném jazyce, ale existují určité univerzální pojmy společné všem lidem; Wierzbická o nich mluví jako o elementárních sémantických jednotkách, *atomech významu*. Jedná se o omezený počet jednotek, ze kterých lze složit ostatní pojmy (více viz Vaňková et al., 2005). Aplikujeme-li tyto závěry na studium ironie, dostáváme se k myšlence, že ačkoliv se jednotlivé projevy ironie mohou lišit v závislosti na kultuře i konkrétním jazyku, existují znaky společné „všem“ ironiím. S ohledem na tyto určující znaky je možné mluvit o zastřešujícím pojmu ironie s „regionálními“ variantami.

Ve výzkumu celé komunikace nabývá na významu pragmatismus, který se soustředí na praktické cíle a důsledky lidské komunikace. Ve zkoumání ironie se to projevuje ve změně chápání ironie, v posunu od stylistického ozvláštnění směrem ke komunikační strategii, která umožňuje dosáhnout nejrůznějších cílů. Nemělo by ovšem docházet k redukci ironie nebo jazyka jako takového na pouhý nástroj. Mluvení a myšlení stojí od počátků blízko samotné existenci člověka, odráží jeho osobnost, povahu, schopnosti. „Jazykové vědomí je neoddělitelnou součástí vědomí o světě,“ (Vaňková et al., 2005, s. 28), neustále se rozvíjí a mění v každodenní interakci (= komunikaci) s naším okolím.

S příklonem ke komunikaci roste i důležitost spolupráce s ostatními vědními obory (= interdisciplinarizace). Komunikace je jev komplexní, není možné v ní oddělovat složky jazykové a mimojazykové. Spolu s rozvojem nejrůznějších vědních oborů (neurologie, genetika, psychologie, sociologie, ale i počítačová věda apod.) rostou i možnosti lingvistického bádání, vzniku aplikovaných disciplín jazykovědy (psycholingvistika, neurolingvistika, sociolingvistika atd.). Do popředí vystupuje zejména neurologie, která ve vztahu ke kognitivnímu přístupu k jazyku hraje důležitou roli – hledá jazyková centra, „orgán“ odpovědný za učení se jazyku (viz např. Šebesta, 2005), snaží se rozluštit záhady lidského mozku, jeho schopnost učit se a přizpůsobovat se.

Vytváření jazykového obrazu světa lze označit za vytváření systému v získaných zkušenostech/znalostech o světě. Patočka to shrnuje slovy: „Člověk nikdy nepřijímá chaos, ale svět,“ (podle Vaňkové et al., 2005, s. 67). Člověk kategorizuje, a tím mění chaos v kosmos, který předává dále svým potomkům. Kosmos ale stále není konečný, neustále se mění a aktualizuje, je to proces kategorizace, ne hotový produkt. Kategorizace nám umožňuje „předporozumění“ světu (Vaňková et al., 2005) – nemusíme mít reálnou zkušenost

s konkrétním jevem, objektem, abychom ho dokázali pochopit/poznat/pojmout. Automaticky mu přiřadíme vlastnosti dané kategorie (tj. vlastnosti prototypu, který stojí v jejím centru; vlastnosti lze pak lépe vyjádřit termínem konotace – to, co si v souvislosti se slovem vybavujeme) a na základě této generické znalosti upravíme své „jednání“. To platí i v případě ironie – stačí nám pochopit princip a jsme schopni ironii použít i jí rozumět a reagovat na ni v každém konkrétním případě, aniž bychom se na něj mohli předem připravit.

Opět se tak dostáváme k faktu, že lidskou řeč nelze oddělit od zbytku procesů v lidském životě. Ať už těch interních nebo externích, na jedinci samém zcela nezávislých. Lidská řeč těsně souvisí s vnímáním okolí a dění v něm, je nástrojem i reakcí zároveň. Je projevem lidské mysli, která se snaží okolní svět kategorizovat a tím uchopit tak, aby přežití v něm bylo co nejjistější a nejpohodlnější. Mluvíme-li o „řeči“, nesmíme se omezovat na pouhá slova. Nedílnou součástí našeho každodenního dorozumívání je i složka neverbální, která tvoří překvapivě tři čtvrtiny předaného sdělení, v některých studiích se mluví až o 90 % (viz dále).

Jak blíže vysvětlíme na svém místě, široký kontext včetně neverbální složky ironických promluv, které jsou předmětem bádání v této práci, není možné v experimentálních podmínkách uspokojivě nasimulovat. Dizertace ale chápe ironii jako výsledek určité jazykové zkušenosti, která urychluje vyhodnocování kontextu směrem k ironickému záměru mluvčího v situacích, jež hodnotíme jako podobné těm, co jsme už zažili. Zároveň s nabývajícím vědomostmi o lidské komunikaci, jednotlivých jazycích, sdělovacích strategiích i větším počtu mluvčích, dochází k vytvoření „ironického modelu“ (viz sekce věnovaná ironii přímo), který dokáže kontext do velké míry nahradit. Jednoduše řečeno, pokud dojdeme k závěru, že někdo je ironický, neverbální složku si sami doplníme.<sup>3</sup> V následující kapitole upozorníme na jednotlivé mimoslovní projevy, jež mohou tvořit ironické sdělení, které sice nelze zapojit do experimentu, ale zároveň se domníváme, že pro respondenty užívající běžně ironii nepředstavuje jejich absence větší komplikaci v procesu porozumění.

### **2.3 Komplexnost procesu komunikace**

Každá interakce, kterou zde označujeme pojmem komunikace, se odehrává v určitém kontextu, který popisujeme termínem *komunikační situace*. Müllerová (1986) ji charakterizuje jako součást *sociální situace*, která je dynamickým mnohazměrným uspořádáním osob a skupin

---

<sup>3</sup> Typickým příkladem je e-mailová komunikace z předmluvy k této práci. To, co pro jednoho může být přátelským poděkováním, může pro druhého být projevem uštěpačné ironie, neboť každý může mluvčímu připsat jinou náladu, jiný záměr, jiné tempo řeči, jinou mimiku. To záleží pouze na jeho zkušenosti například s daným mluvčím.

rozličných velikostí zahrnující veškerý materiální, sociální i psychologický background individuí a behaviorálních aspektů. Konkrétně sledujeme zejména:

- a. Počet účastníků komunikace (dva, skupina, masa, ...)
- b. Kontrolovanost/nekontrolovanost komunikace
- c. Stabilita/variabilita sociálních rolí participantů
- d. Předurčenost/nahodilost tématu a cíle komunikace (např. odborná diskuse na určité téma nebo jen „small talk“)
- e. Účast/neúčast byrokratického aparátu
- f. Přímý/nepřímý přístup k problému (např. jednání „přímo k věci“ nebo rozhovor o tabu)
- g. Přímý/zprostředkovaný kontakt participantů

*(podle Müllerové, 1986, s. 176)*

Zatímco každá sociální situace nemusí být zároveň situací komunikační, naopak to neplatí. Lidé se mohou nacházet ve stejném prostoru a tvořit tak sociální vazby. Komunikovat spolu ale nemusí, mohou záměrně odbourávat veškeré vjemy, i ty spojené s neverbálními projevy (např. lidé ve vagonu metra).

Důležitým faktorem jsou již zmíněné sociální role, které významně ovlivňují chování jednotlivých participantů. Jejich význam je větší v komunikačních situacích kontrolovaných (rozuměj oficiálních, slavnostních, konvencionalizovaných, ...). V situacích běžných, tedy nekontrolovaných, bývá jejich působení oslabené nebo rozkolísané. V obou případech ale mají vliv na výběr vzorců chování a uplatňování různých komunikačních strategií. Müllerová (1986) to vysvětluje jako souhru očekávání spojených s chováním člověka v určitém postavení k jiné osobě v určitém postavení s ohledem na konvence odpovídající oběma subjektům a jejich rolím (každý z nás zastává vždy několik rolí zároveň). Tyto role mohou být nepodmíněné (jsme vnímáni jako muž/žena), jiné souvisí s přirozeným vývojem člověka (vztah dítě–dospělý), s určitým životním obdobím (rodič–dítě), další jsou dané např. naším zaměstnáním nebo vzděláním apod. Stejně tak mají vliv individuální rysy osobnosti, které je role připisována (tzn. např. jak je daný člověk schopný svou roli zvládat, využívat, reprezentovat). Všechny „funkce“ člověka jsou obsaženy ve všech komunikačních situacích, kterých se subjekt účastní; dle předmětu hovoru, jeho cílů a dalších okolností, se jejich priorita mění a různou mírou ovlivňuje chování druhých. Müllerová (1986) to ilustruje studií, která prokázala, že ve vztahu nadřízený–podřízený bývají obvykle promluvy nadřízeného zřetelně delší, ale jejich délku nevnímají podřízení jako „vadu“. Větší komunikační aktivitu vnímají jako fakt. Dokonce respektují i to,

pokud je nadřizený v komunikaci omezí nebo zastaví. Jak je vidět, úspěch a efektivitu komunikace ovlivňuje také ochota všech zúčastněných zhostit se svých rolí a respektovat role druhých.

Müllerová (Müllerová et al., 1992) upozorňuje své čtenáře, že komunikaci nelze rozhodně chápat jako lineární. Naopak jsou lidské rozhovory (ať už adresát je přímo přítomen nebo není) mnohavrstevné. Jako důkaz uvedme doprovodný popis textů vzniklých přepisem autentických rozhovorů z těžké práce. V nich bylo nutné pro zachování stejných informačních hodnot vyznačit intonační průběh (naznačuje dělení do dílčích celků, přechody atd.), pauzy (vyznačují časový průběh promluvy, její tempo, předěly; samy o sobě mohou mít význam kontaktní, důrazový, formulační atd.), zdůraznění (modální či emocionální odstíny), hezitační zvuky, atmosféru projevu, neverbální chování mluvčího, jeho náladu, způsob řeči, jazykové kompetence, osobnost mluvčího, vzájemné vztahy mluvčích a mnohé další.

Neverbální komunikace se v této práci dotkneme spíše okrajově, ale upozorníme čtenáře, že jde o složku velmi důležitou zejména tam, kde se nelze spolehnout na doslovný význam výpovědi. Respondenti, kteří se zúčastnili dotazníkového šetření věnovaného ironii v tomto výzkumu, také poměrně často uváděli, že otázky připojené k testovaným výpovědím<sup>4</sup> jsou příliš těžké a nelze je jednoznačně zodpovědět. Tato skutečnost rozdělila respondenty na několik skupin:

1. Respondenti, kteří nad jinými možnými významy nebádali a pracovali s prvním významem, jenž jim přišel na mysl
2. Respondenti, kteří nedokázali jiné možné významy opomenout – tato množina se pak dále dělila:
  - a. Respondenti, kteří upozorňovali v závěru dotazníku, že si zvolili určitý význam, ale že je samozřejmě možné, že zvolili špatně, protože jim chyběla neverbální složka sdělení
  - b. Respondenti, kteří označili celý výzkum za nesmyslný, protože bez neverbální složky jim výpovědi nedávaly smysl – ti buď dotazník nevyplnili vůbec, nebo k němu přistoupili s despektem

---

<sup>4</sup> Jednalo se o výpovědi ironické, což respondenti v rámci zachování jejich nezaujatosti nevěděli – více viz popis testovacího materiálu v praktické části této práce.

Nešlo o jev nikterak překvapivý. Jak jsme zmínili dříve, lidská mysl se pokouší vjemy z vnějšího světa kategorizovat a dále pracovat s pořádkem. V souladu s Patočkovým „odmítnutím chaosu“ někteří z respondentů odmítli pracovat s materiálem, který nelze podle jejich měřítek „opravit“ a analyzovat. Zbylí respondenti kategorizovali výpovědi na základě své zkušenosti se světem, což bylo i cílem výzkumu.

Ani my si nedovolujeme zcela opominout význam neverbální složky, která sice nebyla předmětem zkoumání této práce, ale její role v porozumění ironii je nesporná. Úkolem následujícího oddílu je shrnout stěžejní poznatky z této oblasti, jejíž absence může představovat určitou slabinu předkládané studie, ale jak dokážeme dále, i bez ní lze získat cenné informace o procesech v lidské mysli.

## 2.4 Neverbální komunikace

Nejběžnější formou komunikace je všednodenní rozhovor dvou a více lidí, jehož cílem může být jednak předávání informací důležitých pro fungování jedinců a jednak udržování sociálních kontaktů. U takového rozhovoru začíná komunikace chvílí, kdy se mluvčí dostane do zorného pole adresáta (Špačková, 2009). Obsah slov a pádné argumenty rozhodně nejsou tím jediným, podle čeho se v rozhodování o našem vztahu k mluvčímu a jeho sdělení řídíme.<sup>5</sup> To, co na sebe prozradí mluvčí neverbálně, se stává cenným zdrojem informací, které „(...) pomáhají charakterizovat situaci, umožňují ostatním předem odhadnout, co od nich dotyčný bude očekávat a co oni mohou očekávat od něj,“ (Goffman, 1999, s. 10). Vstupem do zorného pole adresáta si mluvčí obvykle nevědomě připravuje scénu. Adresát se už v této chvíli může rozhodnout, zda ho čeká zhlédnutí komedie či tragédie nebo zda je mu hlavní hrdina hry sympatický či naopak.

Je důležité uvědomit si, že tento děj je oboustranný. Každý jedinec zkoumá do jisté míry, možná stále nevědomě, svůj protějšek a na základě získaných informací připravuje svou reakci, která mu umožní plynulou a rychlou komunikaci přiměřenou dané situaci. Například vstoupí-li kolega do kanceláře, je zamračený a dveřmi pořádně bouchne, sotva pozdraví a pro sebe si mumlá nekonečný sled nadávek, usoudíme, že se mu stalo něco nepříjemného, a pokud od něj něco potřebujeme, začneme velmi opatrně, případně odložíme svou žádost na později,

---

<sup>5</sup> Na toto upozorňují dnes poměrně populární příručky o rétorických dovednostech cílené na manažery – viz např. Špačková (2009).

protože nestojíme o konflikt. Vžijeme-li se do role našťvaného kolegy, nebudeme se asi divit, že naše okolí ví, že se zlobíme, i když jsme zatím nic neřekli.

Rychlost úsudku a jednotlivých reakcí je založena na zkušenosti s komunikací všeobecně i zkušenostmi s konkrétními jedinci. Na jejich základě si vytváříme vzorce (dle Goffmana, 1999, *osvědčené postupy*) pro jednotlivé komunikační situace, ke kterým se uchylujeme při rozklíčování dalších interakcí s ostatními jedinci (stejně tak např. Müllerová et al., 1992, a mnozí další; viz také kapitola o nedoslovném vyjadřování). Velmi zjednodušený příklad: víme-li, že se Pavel devětkrát rozzlobil a vždy v této situaci mluvil třeba francouzsky, ačkoliv jinak francouzštinu nepoužívá, budeme se v desátém případě, kdy Pavel spustí francouzsky, domnívat, že se Pavel zlobí, i když to zatím neřekl, a nechceme-li se s ním hádat, opustíme včas sporné téma nebo raději opustíme celého Pavla.

Skutečné komunikační situace nebývají takto černobílé. Neverbální složka našeho sdělení je totiž vždy utvářena vlivy vědomými i nevědomými zároveň. Jinými slovy jen část dojmu, který na své publikum mluvčí udělá, je tvořena tím, jak na publikum chce působit. Zbytek dojmu je tvořen tím, jak na své publikum skutečně působí. Nemusí jít jen o klasickou přetvářku a zdravý úsudek adresáta, ale právě o použití určitého vzorce, který jeden z účastníků chápe jako přiměřený dané situaci a druhý s ním buď souhlasí, nebo nikoliv. Zde se opět dostáváme k významu komunikační zkušenosti – ostřílený mluvčí dokáže lépe předvídat, které aspekty jeho sdělení (rozuměj složka verbální i neverbální) se nejspíš stanou středem zájmu publika, a vědomě je ovlivní nebo zcela potlačí. Goffman (1999) označuje toto vědomé ovlivnění za *modus vivendi*, tedy dočasnou dohodu, která umožní úspěšné jednání na určité úrovni tam, kde by jinak mohl nastat konflikt a celá komunikace nakonec selhat.

Naše schopnost ovládat své emoce nebo lépe jejich projevy a odhadovat je i na straně našich komunikačních partnerů bývá označována jako sociální nebo nověji emocionální inteligence. Tou se označuje dovednost efektivní komunikace s využitím informací o emocionálním rozpoložení svém i partnerově. Emocionálně inteligentní člověk se v případě potřeby dokáže ovládnout a např. odstranit bloky, které mohou jiným jedincům ve stejném rozpoložení bránit v jednání. Osoba s vysokým emocionálním kvocientem (EQ) je také schopná empatie a dokáže z partnerova chování získat maximum informací, které jí usnadní dosažení vytyčeného cíle. Stejně jako v případě notoricky známého IQ ale ani EQ nezaručuje jedince úspěšného a oblíbeného. Majitel nadprůměrného EQ může být obratným a bezohledným manipulátorem schopným zneužít jakoukoliv slabinu svého okolí.

Od úrovně generické, kde na průběh dorozumívání jedinců má vliv např. jejich sociální role (otec vs. syn), role v dané komunikační situaci (poškozený vs. omlouvající se) nebo schopnost jedinců pohotově reagovat a přizpůsobovat své jednání protistraně, můžeme při popisu neverbální komunikace postupovat k úrovním stále konkrétnějším a proměnlivějším. Jde tu zejména o projevy tělesné,<sup>6</sup> ke kterým se někdy řadí i další individuální rysy jednání jedinců:

- Gesta, pohyby hlavou, další pohyby těla (*gestika*)
- Postoj těla (*posturika*)
- Výrazy tváře (*mimika*)
- Pohledy očí (*vizika*)
- Vzdálenost a zaujímání prostorových pozic (*proxemika*)
- Tělesný kontakt (*haptika*)
- Pohyby částí těla (*kinezika*)

Mezi rysy výše označené jako individuální pak můžeme dle Vybírala (2000) řadit také:

- Tón hlasu a další neverbální aspekty fyzické produkce řeči
- Oblečení, zdobnost, fyzické a jiné aspekty vlastního zjevu
- Způsob zacházení s časem (*chronemika*)
- Způsob zacházení s předměty

Také při zkoumání ironie je nutné brát na neverbální složku zřetel. Jako důkaz uveďme data ze studie Rýparové a Filippové (připravuje se), kdy ze 118 respondentů, kteří odpovídali na otázky spojené s ironií, uvedlo 84, že ironii signalizuje tónem hlasu<sup>7</sup> (a 86 respondentů se také tónem řídí, když ironii dešifruje), 71 z nich úmyslně staví do kontrastu význam slov a skutečnosti (96 z nich takto také rozpoznává ironii) a 52 dotázaných přikládá význam mimice a gestům (stejně tak 57 osob analyzuje tělesné projevy mluvího). Pro přehlednost viz Tab. č. 1 *Jak signalizujete ironii? Podle čeho poznáváte ironii?*

---

<sup>6</sup> Goffman (1999) doslova říká, že z fyzické přítomnosti jiných lidí se učíme. Jejich tělesné projevy tvoří společně s vnějším prostředím nejužší kontext verbálního sdělení.

<sup>7</sup> Jak ještě rozebereme dále, v případě ironie se nepovedlo prokázat existenci nějakého speciálního tónu. Ve skutečnosti jde o tempo, respondenti ale opakovaně odpovídají, že se řídí „tónem hlasu“. Označení *ironický tón* najdeme i v lingvistických pracích (např. Hirschová, 2013).

**Tab. č. 1 Jak signalizujete ironii? Podle čeho poznáváte ironii?**

	produkce ironie		percepce ironie	
<b>ironický tón hlasu</b>	84	71 %	86	73 %
<b>nesoulad slov a skutečností</b>	71	60 %	96	81 %
<b>tělesné projevy (zejm. mimika)</b>	52	44 %	57	48 %

Z výsledků vyplývá, že neverbální složce (zde údajnému ironickému tónu hlasu a mimice) přiřkládají běžní mluvčí velký význam. Stejně tak v materiálu posbíraném při výzkumu obsaženém v této práci se objevovaly poznámky odkazující k jiným rovinám komunikace, než je ta verbální: „Odpovědi (*myšleno nejspíš odpovědi všech respondentů – pozn. autorky*) vyzní rozlišně, záleží na tónu hlasu, výrazu ve tváři a pohybu celého těla...“ (Podrobněji k poznámkám respondentů k porozumění ironii dále v praktické části této práce.)

#### **2.4.1 Mimika**

Lidský obličej je složen z desítek mimických svalů, o jejichž účelu se stále diskutuje. Mezi nejrozšířenější teorie patří, že jde o svalová vlákna, která na lebce zůstala z dob našich dávných předků a pozbyla svou původní funkci (viz např. Cole, 1998). Význam mimických svalů v komunikaci a širokou škálu možných výrazů tváře popisují zoologové také u šimpanzů a bonobů, kteří jsou považováni za nejbližší příbuzné člověka, a u goril (Mazák, 1986). Pro ilustraci uvádíme také Obr. č. 2 *Šimpanzí mládě napodobující výrazy tváře lidského ošetřovatele*. Jak ale Mazák upozorňuje, lidská tvář je jemnější, mimické svalstvo bohatší a dokonalejší, umožňuje tak člověku obsáhnout mnohem širší výrazový rejstřík. Výrazným a velmi důležitým rozdílem je vyvinutá brada: „Bradový výběžek je znakem čistě lidským a souvisí se složitě a dobře vyvinutým jazykem a schopností dokonalé artikulované řeči,“ (Mazák, 1986, s. 67).

## Obr. č. 2: Šimpanzí mládě napodobující výrazy tváře lidského ošetřovatele



(elektronický zdroj: <http://evoandproud.blogspot.cz/2011/04/eternal-infant.html>)

Zmíněný široký výrazový rejstřík lidské tváře je nedílnou součástí komunikace a v mnohém ji ulehčuje. Lidé se často domáhají možnosti řešit důležité věci „tváří v tvář“, protože jsou si jistější úmysly komunikačního partnera a věří, že tak předejdou možným nedorozuměním. Mimika bývá spojována především s vyjadřováním emocí (viz např. Nakonečný 2012) – jak ilustruje Levittova tabulka níže,<sup>8</sup> lidé z výrazu tváře vyčtou radost, smutek nebo vztek, aniž by k tomu potřebovali doslovné vyjádření pozorovaného, že se zrovna raduje, zlobí nebo je smutný.<sup>9</sup> To hraje velmi důležitou roli zejména u nedoslovného vyjadřování, jakým je i ironie. Proto se i naši dotazovaní často ohrazovali proti formě experimentu, protože podle svých slov nebyli schopní posoudit záměr mluvčího, pokud neviděli, jak se tváří. I klasická ironická poznámka *To se ti teda povedlo!* může být v negativní situaci míněna doslovně, pokud je mluvčí dobrák od kosti, který nechce svého komunikačního partnera zarmoutit.

Ovšem ani mimika sama o sobě není stoprocentním zdrojem informací a dle Nakonečného (2012) mohou stejnou fotografii tváře interpretovat různí respondenti odlišně – jejich odhad je podmíněn i kulturně, navíc závisí na pozorovaných vzorech, rasových a fyziognomických zvláštěnostech mluvčího. Schopnost číst emoce z fotografované tváře mají mírně vyvinutější ženy než muži a posiluje se také s věkem. Navíc jsou-li lidé vyzváni, aby

<sup>8</sup> Viz obr. č. 5 *Detekce emocí z neverbálního sdělení* na s. 31.

<sup>9</sup> Přesné propojení mezi mimikou a emocemi není zatím jasné. Smějeme se, protože jsme šťastní, nebo se smějeme, a proto jsme šťastní? Cole (1998) popisuje případ pacienta s Möbiovým syndromem, který vypověděl, že si není jistý, jestli vzhledem k neschopnosti měnit výraz tváře nejsou jeho emoce redukovány. Zároveň ale pokusy, při nichž vědci stimulovali různé části mozku, dokázaly, že určitá oblast mozku je zodpovědná za to, že se smějeme, aniž bychom ale prožívali pocit radosti (viz např. Vybíral, 2000). Podle Zajonce (Vybíral, 2000, s. 76) je mimický výraz emoce a prožívání emoce propojené a vzájemně se umocňují.

určitou emoci zahráli, jejich výraz neodpovídá spontánní reakci. Opět se zde dostáváme k emocím pevněji zakotveným, které mají určitý emocionální vzorec, jehož součástí je i mimický výraz. Tyto emoce jsou pro testované snáze identifikovatelné i napodobitelné. V oblasti mimiky se to týká zejména emocí kladných.

Další komplikací v komunikaci je i *kamenná tvář* (nebo anglicky *poker face*), kdy obličej mluvčího nemá prakticky žádný výraz a neposkytuje komunikačnímu partnerovi žádné další informace, kterých se naši respondenti domáhali. Právě ve spojení s ironií jde o jev hodnocený lidmi jako velmi nepříjemný, protože znemožňuje jednoznačnou interpretaci ironické poznámky jako ironické. Adresát takové poznámky může být velmi zmatený v posuzování, co vedlo mluvčího k takovému „nevýrazu“. Zajímavé zjištění přinesly Coleovy rozhovory s pacienty s Möbiovým syndromem, neboli syndromem kamenné tváře (viz Cole, 1998). Tito lidé bývají velmi často izolovaní, protože jejich okolí se vyhýbá komunikaci s nimi nebo ji považuje za velmi nepříjemnou. Jeden ze zpovídáných uvedl, že v interakci s druhými používá výhradně doslovná vyjádření, protože ze zkušenosti ví, že lidé obvykle nechápou, že jde o vtip nebo sarkasmus.

Závěrem lze tedy říct, že mimika je důležitým zdrojem informací, ale nelze ji přeceňovat, protože sama o sobě není jednoznačným vodítkem pro správnou interpretaci. Z výše uvedených faktů je také zřejmé, že pro experimenty v této práci nebylo možné mimiku zahrnout do testovacího materiálu. Fotografie tváří jednotlivých mluvčích nejsou dle Nakonečného spolehlivé a pořízení videozáznamů by bylo velmi náročné, protože jak bylo zmíněno výše, není možné mimiku spolehlivě „zahrát“ ani ji nasnímat tak, aby byla patrná, ale nestrhávala na sebe přílišnou pozornost.

#### **2.4.2 Akustická stránka komunikace**

Podobný problém představují i akustické vlastnosti komunikace, konkrétně v případě ironie pak „ironický tón“, na nějž se testované osoby v mnoha výzkumech odvolávají (např. Pospíšilová, Filipková, 2011; více také Bryant, Fox Tree, 2005, a další). Aktuální studie (např. Marková, Filipková, Volín, 2009; Marková, Studenovský, 2012) upozorňují, že ačkoliv laici často mluví o ironickém tónu, změny se projevují spíše v tempu promluvy. Ironické poznámky jsou totiž pomalejší. Samotný „tón“ zůstává stále neodhalen a stejně jako u pokusů

s fotografiemi různých výrazů tváře, může být ten samý tón interpretován různě. Ani v případě ironického tónu nedokážou testovaní napodobit ironický tón a výsledek neodpovídá autentickým nahrávkám.

V některých studiích se autoři uchylují ke zjednodušenému klíči, jak detekovat ironii. Tannenová (Tannen, 2005, s. 164) např. ve své studii použila tři základní znaky ironické intonace podle Cutlerové:

1. Nazalizace celé výpovědi nebo její části
2. Pomalejší tempo celé výpovědi nebo její části
3. Nadsazený důraz na jednu nebo více částí výpovědi

Sama autorka studie ale upozorňuje, že vybrané ironické výpovědi ne vždy nesly všechny tyto znaky a že mohla snadno některé ironické výpovědi opominout, protože nebyly dostatečně signalizované.

Jak vyplývá z uvedených faktů, nebylo v rámci této práce možné zahrnout do testovacího materiálu ani ironický tón, ačkoliv se ho respondenti dožadovali, ani jiné akustické vlastnosti výpovědí. Možným řešením by mohlo být nahrání autentických řečových projevů, problémem je zde ale zejména posouzení, zda zaznamenaná výpověď byla ironická, či ne. Tannenová (Tannen, 2005) k této problematice dodává, že signalizace ironie výslovností (míněno zde jako pojem zastřešující tón, důraz, tempo apod.) je také značně individuální (stejný názor sdílí např. i Müllerová, 1986, – lidé si i v oblasti zvukové podoby svých projevů osvojují určité tempo, ke kterému se uchylují v určitém typu komunikačních situací). Individualizace projevu přináší ještě jedno úskalí – některé projevy mohou být vnímány jako běžné lidmi, kteří mluvčího dobře znají, zatímco jiní mohou být pohoršení nevhodností zvoleného tónu apod.

Vzhledem k možnostem tohoto výzkumu byla proto i akustická stránka jednotlivých komunikačních situací ponechána stranou.

V případě ironie nehrají všechny kanály neverbálního sdělení stejně významnou roli. Respondenti studie Rýparové a Filippové (připravuje se) i dotazníkového šetření v této dizertaci soustředí podle svých slov pozornost ve velké míře na akustickou stránku promluvy a výrazy obličejů či gesta mluvčího. Podle nich soudí, v jakém emocionálním rozpoložení mluvčí nebo

jeho adresát jsou a jak tyto stavy korespondují s vysloveným – pokud se mluvčí směje, pak je nejspíš spokojený, a lze předpokládat, že i negativní poznámku myslel pozitivně nebo alespoň ne doslovně. Emoce jsou tedy klíčovým zdrojem informací o komunikačním záměru mluvčího.

## 2.5 Emoce a jejich role v komunikaci

Pro studium komunikace je důležité si uvědomit, že je ve velké míře řízena právě emocemi. Nakonečný (2012, s. 116) říká, že každý komunikační akt je motivován – mluvčí chce něčeho dosáhnout nebo něčemu zabránit apod. – a každá z těchto motivací reaguje na určitý podnět. Podněty třídíme na přitažlivé a odpudivé, žádoucí a nežádoucí, příjemné a nepříjemné atd. Stěžejní roli zde pak hraje, zda má jednotlivec motivaci pod kontrolou, či nikoliv. Emoce dle Nakonečného mají evaluativní funkci a představit si svět bez emocí nelze, ačkoliv bychom snad mohli vystopovat dílčí akty, které emocemi řízeny nejsou.

Jak souvisí emoce s ironií? Ironie také hodnotí, vyjadřujeme jí spokojenost či nespokojenost se situací. Tytéž stavy vyvolává ironie i u adresáta. Velmi zjednodušeně lze říci, že emoce vyvolá na straně mluvčího ironickou poznámku, která u adresáta zase vzbudí emoce. Obě skupiny emocí jsou také předmětem zájmu této práce.

Pojetí emocí u jednotlivých autorů se velmi liší. Nakonečný (2012, s. 13) vyjmenovává např. starší slovníková pojetí:

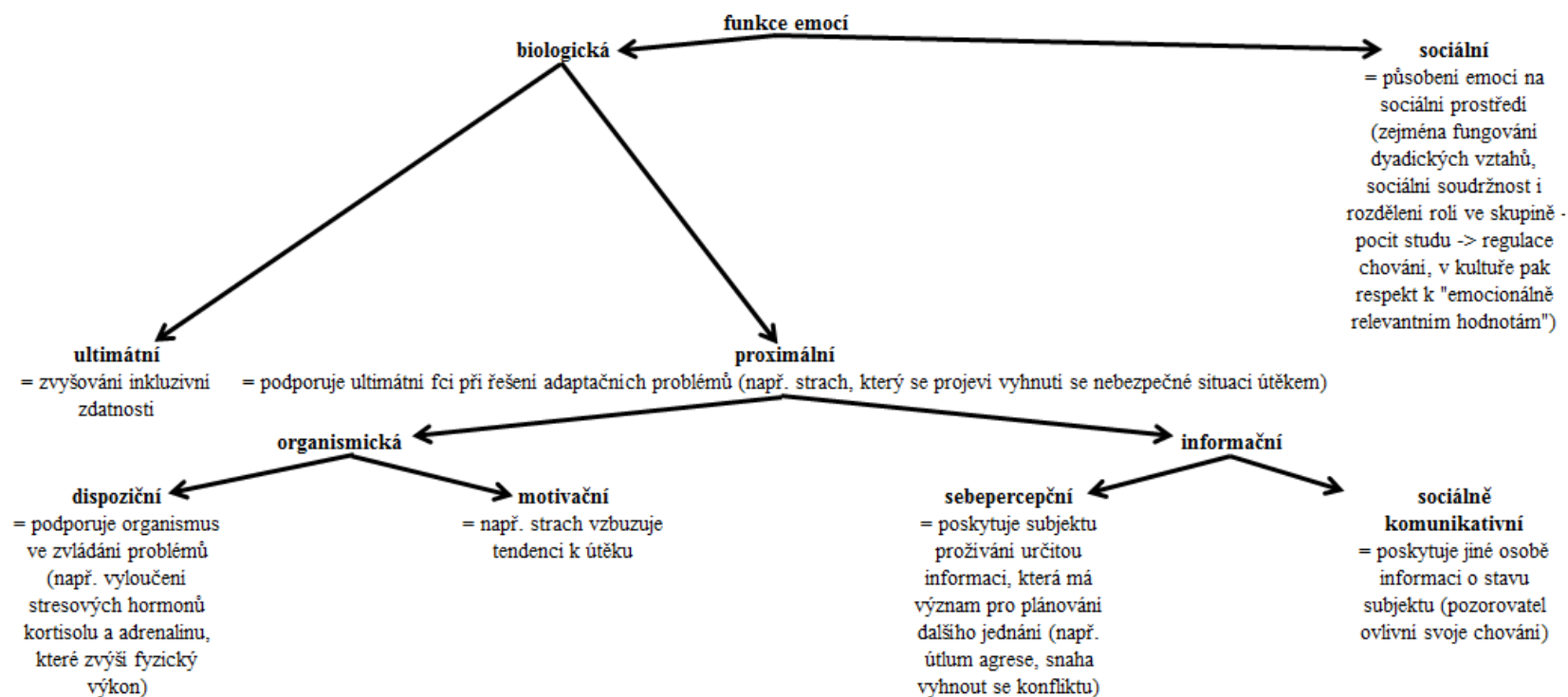
1. Komplexní citový stav doprovázený charakteristickými motorickými a žláзовými aktivitami
2. Komplexní chování organismu, v němž dominují viscerální komponenty, resp.
  - a) Mentální stav, charakterizovaný cítěním a doprovázený motorickými projevy, který se vztahuje k nějakému objektu nebo vnější situaci
  - b) Excitovaný stav mysli, který doprovází k cíli zaměřené chování
3. Afektivní stav, který je důsledkem překážky nebo oddálení instinktivní akce
4. Dynamický projev instinktu
5. Dezorganizovaná odpověď organismu
6. Totální akt organizovaný kolem autonomně kontrolovaného komplexu chování (tj. aktivita organizovaná převážně vegetativní nervovou soustavou)



základ emocí – vzorce chování s nimi spjaté jsou aktivovány podprahově, viz např. jev hyperpnézie, kdy si subjekt znovu vybaví to, co se do jeho paměti nevtisklo vědomě, ale přesto do ní bylo uloženo. Takové vzorce chování jsou už od novorozeneckého věku budovány na principu „přítel x nepřítel = známý x neznámý = důvěra x nedůvěra“, aniž by každý novorozenec disponoval nějakou špatnou zkušeností s cizincem. Tyto pudové reakce jsou samozřejmě dále formovány jednak osobností jednotlivých lidí, jednak kulturou, ve které žijí. Nakonečný (2012) zde uvádí příklad agrese, kterou lidská společnost v původní fyzické podstatě neschvaluje nebo leckdy i trestá, a proto nabrala podobu kultivovanějšího slovního napadání, kam spadá i ironie.

Někteří autoři (např. A. R. Damasio) varují také před směřováním lidských a zvířecích (rozuměj čistě pudových) emocí. Lidské emoce jsou velmi specifické tím, že jsou spojeny nejen s okamžitým uspokojením potřeb či zažehnáním nebezpečí, ale i s komplexními idejemi, hodnotami, principy a úsudky. Ani Damasio ale nepopírá, že emoce stojí za hranicí lidského vědomí a často reagují na spouštěče, které ani vědomě nevnímáme. I proto se vědecky jednoznačné vymezení emoce zatím nejeví jako funkční (viz behavioristické pokusy o očištění definice emoce o vše čistě subjektivní nebo i výše zmíněný pokus Maraňona, kdy pokusné subjekty referovaly o stavech pozorovatelem nezměřitelných) a je nutné zahrnout do něho i psychologickou složku. Nakonečný (2012, s. 23) tak uvádí tři určující znaky emoce vztahující se k iritaci organismu a jejím projevům: *emocionální zkušenost* (zážitek, subjekt např. pociťuje radost), *emocionální chování* (subjekt např. útočí nebo utíká) a *fyziologické změny v organismu* (útrobní, ale i motorické, jako jsou změny výrazu obličeje). S tím souvisejí i funkce přisuzované emocím (viz Obr. č. 4 *Funkce emocí*), které hrají důležitou roli i ve zkoumání ironie.

Obrázek č. 4: Funkce emocí



*Ze schématu je patrná charakteristika emoce jako vzorce komplexního chování individua. Ve chvíli prožívání emoce probíhají jednak reakce organismu okamžité (ultimátní funkce), jednak se zkušenost s emocí ukládá pro další život (proximální funkce). Pro tuto práci jsou významné funkce sociální (jednotlivé komunikační nástroje, jakým je i ironie, jsou závislé na kultuře či vztahu účastníků komunikace) a funkce informační (ironie v našem pojetí je nástrojem vědomým, který sleduje určitý cíl a poskytuje komunikačnímu partnerovi informace o aktuálním rozpoložení mluvčího, příp. ovlivňuje i jeho reakci).*

*(Zpracováno dle Nakonečného, 2012, s. 47–48)*

Pro teorii komunikace je stěžejní funkce emocí sociální. Každá emoce se projevuje určitým emocionálním výrazem, který je zároveň sociálním apelem na partnera sociální interakce. Stává se tedy zdrojem informací o vnitřních pohnutkách komunikačního partnera, jeho rozpoložení, úmyslu apod. Informace posbírané z tohoto kanálu urychlují interakci a nahrazují informace, které by jinak musely být vysloveny.

Jak je patrné, jeví se snaha o přesnou definici emocí jako bezvýsledná. Více ovoce přináší zkoumání emocí z hlediska jejich funkcí. Mluvíme o přístupu funkcionalistickém. Stuchlíková (2007) zjednodušuje schéma z Obr. č. 4 a funkce emocí dělí na intrapersonální, sociální a vývojové. Do kategorie intrapersonální funkce řadí veškeré projevy emocí spojené s adaptací na požadavky prostředí – mluvíme zde o primárních emocích, které zajišťují přežití, jsou vysoce automatizované a snadno předpověditelné. Tyto reakce jsou ale tvořeny jádrem, které je obklopeno systémem kontrolních mechanismů, jež regulují primární emoce a vytvářejí výsledné chování odpovídající situaci a sociálním pravidlům (např. utlumí tendenci reagovat). Sociální funkcí se pak rozumí usnadnění a rychlá koordinace sociálních interakcí na základě informací předaných díky emocím, emoce tu fungují jako pohnutky pro sociální chování (např. dětský pláč nutí rodiče k poskytnutí péče, kterou si dítě není schopné zajistit, nebo efekt sociální úzkosti bránící nežádoucímu chování z obavy před vyloučením ze společenství) – emoce jsou pak součástí socializačních praktik a zajišťují fungování a přežití nebo zachování určité skupiny. Poslední skupinu pak tvoří vývojové funkce emocí, které jsou výsledkem evoluce. Podle teorie diskrétních emocí (DET) je vnitřní struktura každé emoce nastavena v evoluci získaným způsobem tak, aby poskytovala vhodné scénáře řešení. DET předpokládá, že v určité etapě života jsou některé emoce důležitější a usnadňují postup k vývojovým úkolům tohoto období. Emoce tak stimulují sociálně-kognitivní pokroky (podněcování sociálních interakcí, přehodnocování chování a očekávání, povzbuzování procesů mentální reprezentace – viz teorie myslí, TOM). Pro ilustraci novorozenec projevuje zejména zájem (podporuje kognitivní vývoj), radost (posiluje sociální vazby), smutek (vzbuzuje soucit druhých, kteří poskytnou péči) a hněv (reakce na diskomfort, podnět pro okolí ke změně). Mentální reprezentace dospělého člověka jsou komplexnější, jedinci jsou schopni lepší emocionální regulace, a tím pádem i propracovanějších systémů emocionální exprese, které jim pomáhají efektivně komunikovat.

Panksepp (2008) uvádí v této souvislosti další zajímavý fakt podporující sociální povahu emocí jako vzorců určitého chování nutných pro komunikaci: Naše emoce byly vždy spojené i s hlasovými projevy stejně tak, jako je tomu u zvířat (lze poměrně snadno odhadnout pocity psa dle jeho štěkotu), ale nelze se domnívat, že naše slova, kterými emoce vyjadřujeme,

se vyvinula právě z těchto zvuků. Naopak. Slova, která nás provázejí např. dle Dawkinse (2008) nanejvýš 200 000 let, jsou jakousi přidanou hodnotou. Původní zvuky, které člověk vydával, pokračují např. v intonaci – v závislosti na svých emocích zvyšujeme hlas, zrychlujeme tempo, měníme barvu hlasu. Zatímco slova jsou u většiny z nás řízena levou hemisférou, volba vlastností našeho hlasu vychází z podnětů hemisféry pravé, stejně tak se do naší komunikace zapojují nejen Brocovo a Wernickeho centrum, ale např. také cingulární kůra (ACC, jinak také oblast 25), která zároveň participuje na procesu sociální motivace, tedy vstupování do sociálních interakcí a jejich udržování. Lidé s poškozením ACC ztrácejí potřebu mluvit, nikoliv ale schopnost mluvit. Tato zóna je také vysoce rozvinutá např. u velryb a delfinů – v tomto světle se lidská řeč jeví jako dílčí část procesu komunikace, a komunikace sama se tak stává záležitostí sociální, ne primárně jazykovou nebo neurologickou. Na druhou stranu nálezy některých pacientů s autismem, který je spojen s komunikačními problémy, ukazují, že jejich řečová centra nejsou vyvinuta stejně jako u zdravých jedinců. U člověka je tedy proces komunikace úzce spojen se sociálními i jazykovými kompetencemi a vyžaduje zapojení mnoha míst obou mozkových hemisfér.<sup>12</sup>

Vrátíme-li se k výjimečnosti lidské komunikace a odlišnosti lidských emocí od komunikace a emocí ostatních živočichů, je třeba se zmínit o evolucionistickém pojetí psychiky (viz např. Nakonečný, 2012). Idea evolucionismu říká, že organismy jsou v průběhu vývoje vybavovány nejen orgány a fyziologickými funkcemi potřebnými v „boji o život“, ale i vývojově vyššími funkcemi, které označujeme jako psychika. Jedním z účelů psychiky pak může být právě zefektivňování procesů nutných k zachování života, tedy účelné propojování situací a reakcí na ně i samotné rozmnožování druhu – dochází ke slučování emocí a instinktů. Nakonečný v této souvislosti cituje G. Ch. Šingarova: „Bez emocí by potřeby v psychice individua a osobnosti neexistovaly jako takové, přestaly by být aktivním elementem vědomí, a tak i vědomou motivací chování a regulací činnosti organismu,“ (Nakonečný, 2012, s. 71). Evolucionisté vidí tedy emoce jako vzorce chování vyvolané určitým podnětem. Emoce v reakci na určitou situaci spouští určitý mechanismus, který se projeví určitým chováním jedince. Narozdíl od kognitivních procesů, které hodnotí objektivní rysy situace, jsou tyto emocionální procesy založeny na posouzení silně subjektivním. Jako ilustraci použijme jednoduchý příklad: Pozorujeme-li skupinu lidí na ulici ve chvíli, kdy začne pršet,

---

<sup>12</sup> Zde také platí, že čím je mozek mladší, tím schopnější je nahrazovat různé poškozené oblasti jinými: Například pravá hemisféra jedinců s poškozením hemisféry levé dokáže převzít část jejích funkcí nebo centrum pro spravování vizuálních podnětů u hluchých jedinců dokáže rozvinout svoji schopnost na úroveň jazykového dorozumívání, dokáže tedy zpracovávat a používat znakový jazyk (více viz Panksepp, 2008, s. 331–335).

zaznamenáme u většiny z nich reakci založenou na kognitivním vnímání „prší – budu mokrý/á, což mi není příjemné – použiju deštník nebo zrychlím a schovám se“; zpozorovat nebo ještě lépe odhadnout emoce chodců bude složitější až nemožné, protože jsou závislé na individuálních vlastnostech (genetický základ) a zkušenostech (empirický základ) jednotlivých subjektů<sup>13</sup> – zatímco jedni mohou být rozzlobení kvůli osobnímu diskomfortu, druzí mohou mít naopak radost z ochlazení nebo osvěžení, jiní se mohou bát, protože odjakživa špatně snáší bouřky, které s deštěm bývají spojené, apod. Emoce zůstávají pozorovateli skryté, dokud se neprojeví nějakým chováním. Naštvaný člověk např. vrazí bez omluvy do kolemjdoucího a nejspíš utrousí i nějakou nepěknou poznámku, veselý člověk se usměje, nebo dokonce začne v dešti tančit, ustrašený se vrhne s pláčem do náruče osoby poblíž atd. Projevy mohou být ale i mnohem minimalističtější a k jejich zpozorování je třeba oka ještě cvičenějšího. Tělo v souvislosti s různými emocemi vydává různé signály:

- Kožně-galvanické reflexy (např. vodivost kůže, ale i pocení)
- Změny krevního tlaku a s nimi spojené změny objemu některých částí těla
- Změny v činnosti srdce, dýchání, teplotě kůže
- Pupilární reflex, mrkací reflex a pohyby očí
- Změny salivární sekrece
- Pilomotorické reflexy (husí kůže)
- Svalové napětí a tremor

*(podrobnosti viz Nakonečný, 2012, s. 216–218)*

Zde se vracíme k faktu patrnému z Tab. č. 1. Neverbální složka sdělení tvoří jeho neoddělitelnou část, která je nutná ke správnému vyhodnocení přijímané informace. Neverbální složku pak můžeme vnímat vědomě („ironický úšklebek“) i zcela nevědomě (zaznamenáme třeba i nepatrný třes rukou nebo nezvyklé pohyby očí, které jsme zažili v jiné situaci, kdy mluvčí prožíval nějakou emoci). Emoce pak fungují jako spouštěče určitého komunikačního chování. Jedinec, který má vztek, volí zpravidla jiné prostředky než individuální vzrušení se na růžovém obláčku zamilovanosti. Také ironie je při svém použití řízena emocionálními prožitky a např. Nakonečný (2012) ji řadí ke vzorci agrese jako její zjemnělou formu, a to i v případě, že si mluvčí svou „obět“ pouze dobírá (srov. také se sekci Výsledky této práce).

---

<sup>13</sup> Nakonečný (2012, s. 79) tu pojednává o vytvoření systému apetenčních a averzivních návyků, které jsou ovlivněné vrozenými vlastnostmi (= potenciál chování) i kulturou subjektu.

Posledním faktem důležitým pro výsledky této práce, který bychom zde rádi zmínili, jsou rozdíly v detekci jednotlivých emocí z neverbální složky sdělení. Ironie, která neříká doslova to, co chce mluvčí sdělit (např. „zlobím se“), často staví právě na neverbální složce – opět zde připomeňme poznámky respondentů z výzkumu Rýparové a Filippové (připravuje se), kdy pokusné osoby upozorňovaly, že nedokážou správně posoudit ironičnost výpovědi, pokud nemají k dispozici další informace kromě doslovného sdělení a kontextu. Jak ukazuje následující tabulka (Obr. č. 5 *Detekce emocí z neverbálního sdělení*), některé emoce jsou rozpoznávané snadněji než jiné:

**Obr. č. 5: Detekce emocí z neverbálního sdělení**

**Tab. 1** Procenta správného posouzení

emoce	k dispozici byl		
	jen zvuk	jen obličej	obličej i zvuk
radost	42	86	s
překvapení	41	43	51,5
strach	74	58	s
znechucení	34	52	s
rozzlobení	56	62,5	s
opovržení	33	37	s

„s“ = míra posouzení se přibližně shodovala s vyšší z obou předchozích naměřených hodnot

*Správné posouzení emocí dle Levitta (Vybíral, 2000, s. 73)*

Zde vidíme, že podle hlasu rozpoznávali testovaní nejnázve strach a rozzlobení, podle obličeje pak radost a opět zlobu, ale např. při odhalování překvapení byli úspěšnější, pokud měli k dispozici oba zdroje informací. Celkově nižší míru úspěšnosti mělo opovržení. Lze tedy říci, že nejnázve si poradíme s radostí a rozzlobením.

Jak ukazují také výsledky této práce, respondenti měli všeobecně méně problémů s ironickými výpověďmi, které vyslovil rozzlobený mluvčí, než s těmi, jejichž mluvčí např. jen vtipkoval – v tomto druhém případě se testovaní dožadovali dalších informací a zejména detailů z neverbální komunikace mluvčího. Tento fakt nás vedl k otázce, zda je negativní forma ironie, kdy mluvčí dává najevo svůj nesouhlas se situací, v českém jazykovém prostředí častější, nebo zda je tato forma ironie výraznější i z hlediska verbální podoby než formy škádlení nebo vtipkování – více viz sekce Výsledky.

### 3 Jazyk a věk

Od narození až do smrti se naše komunikační schopnosti mění a rozvíjejí. S rostoucím věkem přibývá zkušeností s fungováním jazyka i s reakcemi našeho okolí. Řeč čtyřletého dítěte se liší od řeči jeho prarodičů. I ti pak mluví jiným „jazykem“ než rodiče dítěte. Mezi těmi nejmenšími a dospělými jedinci jsou rozdíly nejmarkantnější. Dítě např. neovládá umění ironie. Časem se jí naučí chápat, ale samo ji začne používat ještě v pozdějším věku. Teprve v období adolescence si jí možná oblíbí a bude ji aktivně zapojovat do svých řečových projevů.

Věk bývá označován za stěžejní proměnnou ve zkoumání našich jazykových schopností. Jeho vliv bývá ale často špatně chápán – nejde totiž o číslo, ale o vývojovou fázi, ve které se jedinec nachází. Věk sám o sobě nemá explanační hodnotu a je třeba ho hodnotit jako multidisciplinární proměnnou. Milroyová a Gordon (2012) označují věk za užitečný analytický konstrukt pouze tehdy, je-li zkoumán v kontextu svého společenského významu jako něco, co odráží rozdíly v životních zkušenostech. Jeho vliv na komunikaci je tvořen více složkami: biologickou (naše fyzické možnosti), psychologickou (naše kognitivní schopnosti i individuální povahové rysy), sociologickou (naš přístup k věku a jeho postavení v naší společnosti, role, kterou zaujímáme) i antropologickou (sociální a kulturní důležitost našeho věku). Jde o dynamický termín, který nelze separovat od sociálního, kulturního nebo historického vývoje. „Lidé nevyrostají a nestárnou v laboratořích,“ shrnují Kertzer a Keithová své poznatky z oblasti antropologie (in Murphy, 2010, s. 19). Kon (1986) upozorňuje, že celková schopnost komunikace je v zásadě velmi stabilní a závislá spíše na našich povahových rysech a kognitivních schopnostech než na věku. Eckertová (Eckert, 1997) pak chápe biologický věk jako orientační bod, ale za zásadní považuje zkušenosti – dva sedmdesátníci nebudou mít stejné vzorce chování v komunikaci jen na základě svého věku, důležitou roli bude hrát jejich vzdělání, všeobecný přehled, povaha apod.

Zároveň je ale věk důležitým faktorem ovlivňujícím chování jedince, neboť se významně podílí na vytváření konvencí, které jsou vnímány jako vhodné pro danou věkovou skupinu a systémem sankcí je individuum nuceno je respektovat a ctít. Eckertová (tamtéž) uvádí jako příklad konzervatismus typický pro lidi v produktivním věku pohybující se na trhu práce nebo naopak neologismy a „trendy“ vyjadřování mezi teenagery. Důležité je se neupínat pouze

k věku jako k číslu označujícím počet let od našeho narození (tedy věk chronologický), ale chápat ho jako systém životních fází.<sup>14</sup>

Proces stárnutí je důležitou proměnnou zejména při zkoumání jazykové změny. Murphyová (Murphy, 2010) uvádí souhrn dosud uvedených studií zabývajících se vlivem věku na naše jazykové chování. Vedle těch popisujících aktivní změnu jazyka (neologismy, prestižnější varianty, módní slova apod.), ale upozorňuje i na rozdíly v přístupu k pravidlům (gramatickým, výslovnostním, stylistickým apod.), které se napříč různými věkovými skupinami liší (více viz také Milroyová-Gordon, 2012). Všeobecně se tvrdí, že mládež užívá velké množství inovativních prostředků, zatímco jejich rodiče bývají velmi konzervativní, často konzervativnější než lidé starší. Vysvětlení souvisí s působením jazykového trhu, na kterém se lidé v produktivním věku pohybují (Milroyová-Gordon, 2012; Eckert 1997). Základním rozdílem mezi vyjadřováním mladší a starší generace je pak zejména způsob vyjadřování postoje (Barbieri, 2008) – mladší mluvčí mají tendenci k impulzivnějším a emocionálněji laděným reakcím, které ale často zůstávají na povrchu věci, zatímco starší mluvčí své emoce spíše skrývají, ale k podstatě věci se vyjadřují konkrétněji. Také Stenströmová (Stenström, 2003, s. 93) popsala zajímavý fakt přímo vázaný na věk. Jednalo se o používání tzv. tabuových slov (angl. taboo words). S rostoucím věkem jejich výskyt vzrůstal, u nejmladších mluvčích v daných situacích převládala tzv. slova zkuková (angl. sound words) – tedy různá zakašlání, zvolání, napodobení smíchu apod.<sup>15</sup> Oproti očekávání na to neměl vliv gender mluvčích.

Podle Barbieriové (Barbieri, 2008) lze vést důležitou hranici mezi mládeží a ostatními dospělými mluvčími zhruba kolem 25. roku věku. Postupně se rozdíly mezi věkovými skupinami (ale i mezi pohlavími) smazávají, kolem 35. roku věku jsou už velmi malé. Barbieriová k tomu poznamenává: „Ve starších generacích můžeme očekávat rozdíly spíše individuálního charakteru než koherentní kategorie jazykových jevů,” (Barbieri, 2008, s. 80).<sup>16</sup> Murphyová (Murphy, 2010) varuje, že jazyk starších generací bývá neprávem chápán jako neměnný, a upozorňuje, že změna vyjadřovacích zvyklostí souvisí po celý život také se sociálními rolami, které plníme, a je výrazně ovlivněna společenskými „událostmi“ i naším okolím. Naše komunikace se mění nejen v procesu učení a dále pak vlivem škol nebo vstupu

---

<sup>14</sup> Eckertová (Eckert, 1997) upozorňuje na zajímavý fakt, že chronologický věk hraje v našich životech mnohem méně významnou roli, než se na první pohled zdá. Je důležitý pro nabývání různých právních statusů, ale v mnoha případech se pohled na náš „věk“ řídí jinými okolnostmi – prvním zubem, prvními kroky, nástupem do školy, složením maturity apod. Jde tedy víceméně většinou o naše zkušenosti spíše než o věk.

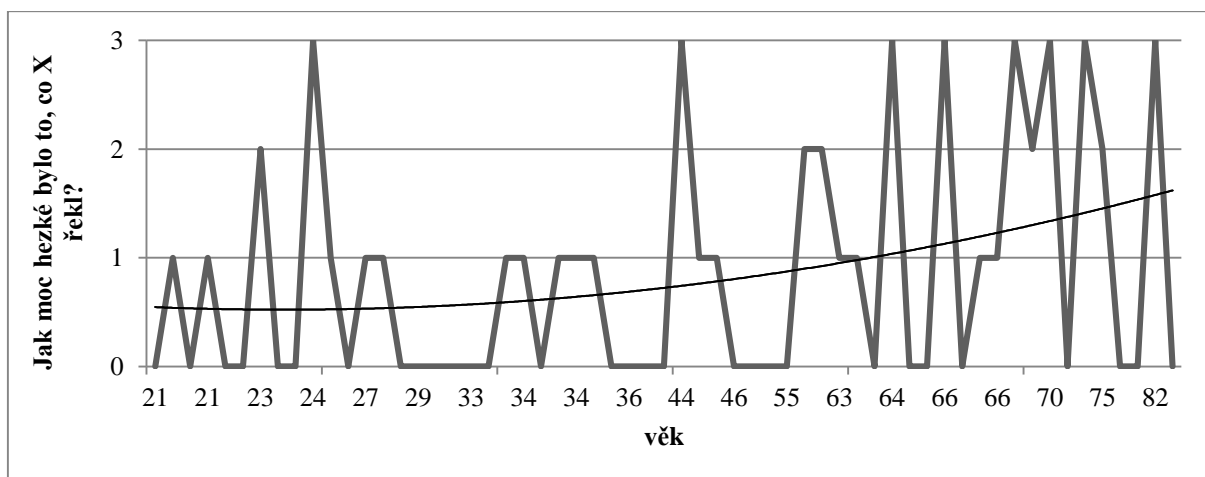
<sup>15</sup> Příkladem může být věta „*Je fakt... ehm ehm.*“ ve smyslu praštěný/á, hloupý/á, divný/á apod.

<sup>16</sup> „Among older generations, we may expect differences to involve individual items rather than coherent categories of linguistic features,” (Barbieri, 2008, s. 80).

na pracovní trh, ale i historickými událostmi (atentáty, války, revoluce, ...), změnou sociálního statusu (změna práce, nezaměstnanost, odchod do důchodu, tedy i změna ekonomické situace jedince) nebo např. v závislosti na změnách sociálních vazeb (ztráta blízkého člověka, ať už se jedná o úmrtí nebo třeba o rozvod). Velký vliv má tedy sociální prostředí (rodina, přátelé, školy, komunita, média a kultura) a naše postavení v něm, které může vyžadovat určitý typ chování. Věk se tak stává spíše pomocnou proměnnou, jež ukazuje na možné sociální prostředí typické pro osoby v daném věku (např. u čtyřicátníka lze předpokládat zkušenosti z pracovního trhu, stabilní rodinné zázemí, roli rodiče, manžela/manželky, dobrou ekonomickou situaci, množství závazků, což naopak není typické pro dvacetileté). Murphyová (Murphy, 2010) zdůrazňuje, že velké pozornosti se těší zejména okrajová stadia lidského vývoje (dětství, kdy se jazyku učíme, a stáří, kdy ho opět ztrácíme vlivem nemocí, apod.), zbylé etapy bývají mylně pokládány za téměř neměnné a unifikované pro všechny jedince dané věkové kategorie.

Co se týče vztahu věku a ironie, průzkumy ukázaly, že během života se stáváme zejména k negativním formám ironie tolerantnějšími (např. Creusere, 1999). Jak ukazuje Graf č. 1 – *Hodnocení míry přijemnosti sarkasmu* (nebo také kritiky opakem) převzatý z diplomové práce *Ironie v češtině a její vnímání* (Pospíšilová, 2009), dospělí mluvčí v převážné většině vnímali s rostoucím věkem sarkasmus jako příjemnější míru kritiky.

**Graf č. 1** Hodnocení míry přijemnosti sarkasmu



(zdroj: Pospíšilová, 2009)

Ačkoliv průzkum provedený v roce 2009 (Pospíšilová, 2009) nelze považovat za jednoznačně spolehlivý, lze ho použít k vyslovení hypotéz o závislosti věku a vnímání i používání ironie (viz kapitola 6.1.3 této práce). Závislost popsal také tým vědců kolem Müllerové při analýze

rozhovoru mladých přátel: „Četná humorná, vtipná, ironická vyjádření jsou v rozhovoru projevem jejich věku a ostatních charakteristik, ale jsou symptomatická i pro typ komunikace (žertování a vtipnost jsou neodlučitelnými atributy společenské konverzace),“ (Müllerová et al., 1992, s. 45). Dále se zmiňuje o přímém spojení ironických výpovědí s humorem: „Součástí této humorné, resp. ironizující dimenze rozhovoru je přirozeně na mnoha místech i smích – opět nezbytný atribut společenské konverzace a zvláště neformálního hovoru mladých lidí,“ (Müllerová et al., 1992, s. 46). K tomuto tématu se vrátíme v oddílu věnovaném adolescentům.

### **3.1 Osvojování jazykových kompetencí**

Osvojování jazykových kompetencí lze s trochou nadsázky popsat jako proces učení se od konkrétního a běžného k abstraktnímu a neobvyklému, od doslovného k obraznému. Děti se učí nejprve základní slova, zpravidla velmi konkrétní, s nástupem do školy roste jejich znalost abstraktních pojmů a proces pokračuje prakticky neomezeně po celý život. I když se množství „novinek“ s postupem času snižuje, Nippoldová upozorňuje, že neexistují žádná zjevná omezení rozvoje lexika v průběhu celého života (Nippold, 2006; viz také Kon, 1986). Na úrovni syntaxe se postupem času cizeluje schopnost souvislého vyjadřování – od jednoduchých vět se dostáváme ke složitějším a delším konstrukcím. Podle současných výzkumů (viz např. Wengelin, Strömqvist in Nippold, 2006) tento vývoj souvisí i s osvojením si grafické podoby slov a pravopisu. Jakmile dojde k automatizaci správného hláskování, mohou se děti soustředit na rozvoj plynulého vyjadřování svých myšlenek (srov. také kapitola 2.1 o historii mezilidské komunikace, oddíl věnovaný rozvoji jazyka po vynálezu písma).

Vliv na úroveň získané jazykové kompetence mají jednak kognitivní schopnosti individua, jednak jeho okolí. Lépe jazyk ovládají děti, které dostávají více podnětů – více čtou, píšou, jsou v kontaktu s učiteli a dalšími dospělými, mají komplexní vzdělání (např. znalosti z matematiky podporují porozumění některým abstraktním pojmům) a motivaci k rozvoji jazykové kompetence (viz např. také Elkind, 1981; Kon, 1986; Taxová, 1987, a mnozí další). Děti, které mají lepší jazykové kompetence, také snáze chápou emoce druhých (viz Reese, Jack, White, 2010). Je zde patrná závislost na procesu socializace – učení se jazyku probíhá současně s ní. Zapojení dětí do kolektivu rozvíjí jednak jejich vlastní jazykovou vybavenost (nová slova, nová gramatická pravidla, nové strategie), ale učí je zejména úspěšně komunikovat s ostatními.

Člověk od svého narození projde v oblasti myšlení fázemi, v nichž je zcela podroben myšlení dospělých jedinců, v určitých obdobích se od něj zcela distancuje a upne se ke svým

vlastním filozofiím a představám a postupně se oprostí od tohoto egocentrismu a naučí se vnímat potřeby druhých, respektovat jejich názory a své vlastní podrobovat kritickému zkoumání. Jean Piaget razil myšlenku, že tato stadia jsou nepřeskočitelná a snažit se je urychlit nebo potlačit jde zcela proti přírodě – přesně odrážejí vývoj jednotlivých systémů i priorit daného věku. Elkind (1981) to shrnuje slovy, že navzdory našim tužbám, většina informací a znalostí se do našeho povědomí dostává silou naší vlastní logiky. Musíme se k nim propracovat.

Oblast jazykových dovedností je s tímto procesem neoddělitelně spjatá. Například právě porozumění nedoslovným obratům vyžaduje pokročilou schopnost operovat s abstraktními myšlenkami. Piaget mluví o formálních operacích, které umožňují dětem obvykle mezi 12. a 15. rokem „myslet o myšlenkách“ (Elkind, 1981, s. 24) a chápat takové věci, jako jsou metafora nebo ironie (viz také Kon, 1986, s. 52).

Podle Tannenové (Tannen, 2005) směřuje vývoj jazykových schopností jedince k vytvoření individuálního konverzačního stylu. Uvádí také sérii studií, podle nichž jsou již čtyřleté děti schopné vybírat z výrazových prostředků a užívat v různých situacích správné stylové varianty. Jinými slovy, styl se stává sociálním rozměrem osvojování jazyka. Blum-Kulka (in Nippon, 2006) tento závěr potvrzuje studií věnovanou hrám izraelských dětí, při kterých používaly v závislosti na své roli výrazy, jež nejsou obvyklé pro jejich věkovou skupinu, ale jsou typické pro situace, na něž si hrály.

Proces osvojování si jazyka dobře ilustruje Tab. č. 2 – *Stadia osvojování si sociolingvistických vzorců podle W. Labova:*

**Tab. č. 2 – Stadia osvojování si sociolingvistických vzorců podle W. Labova**

Pořadí	Označení	Charakteristika
<b>1. stadium, 0–3/4 roky</b>	<i>stadium základní gramatiky</i>	dítě si osvojuje základní soubor gramatických pravidel a slovníkových jednotek konkrétního mluveného jazyka; hlavním faktorem je vliv rodičů
<b>2. stadium, cca 5–12 let</b>	<i>stadium vernakulární</i>	klíčový význam pro komunikační vývoj dítěte; dítě se dostává do sféry působení okolí; ve škole vedeno k prestižním formám a způsobům komunikace; pramenem k poznání místní mluvy jsou vrstevníci, kteří nahrazují někdejší vliv rodičů; skupina vrstevníků fixuje prostředky a postupy místní vernakulární mluvy, dítě přijímá odlišné vzorce mluvy chlapců a dívek
<b>3. stadium, cca 13–15 let</b>	<i>stadium sociální percepce</i>	dítě v širším kontaktu s dospělými a celkově s širším okruhem mluvčích z různých sociálních tříd a s různými vzorci komunikačního chování; začíná si uvědomovat význam vernakulárního způsobu řeči; pohyb směrem k vyššímu hodnocení prestižnějších vyjadřovacích forem; ve 14–15 letech se subjektivní reakce dětí na řečové jevy začínají podobat reakcím dospělých, i když jejich vlastní projev je stále ještě vernakulární
<b>4. stadium</b>	<i>stadium stylistické variace</i>	dítě se učí modifikovat řeč ve směru prestižního standardu ve formálních situacích (uvádění řeči do souvislosti s kontextem); dítě se dostává do styku se skupinou mluvčích mimo bezprostřední sousedství a známé prostředí

<b>5. stádium</b>	<i>stádium konzistentního standardu</i>	schopnost dodržovat v řeči standardní formy; typické pro střední třídu
<b>6. stádium</b>	<i>stádium plného rozsahu</i>	osvojení širokého spektra stylů; typické pro absolventy VŠ se zvláštním zájmem o jazyk

*Zdroj: Šebesta, 2005, s. 41*

Bermanová celý proces učení se jazyku shrnuje takto: „Zatímco stát se *rodilým* mluvčím zvládneme ještě před nástupem do školy, stát se *zkušeným* mluvčím je proces nesrovnatelně delší,“ (Berman, 2009, s. 347).<sup>17</sup> Představovat si fázi zkušeného mluvčího jako konečné stádium se z pohledu dnešních lingvistů zdá nemožné. Ani absolvent vysoké školy zaměřený na určitý jazyk nikdy neobsáhne kompletní lexikum, neosvojí si veškeré styly vyjadřování, ani nebude aktivně využívat všechny syntaktické možnosti své řeči, jak by se mohlo zdát z tabulky výše.

Proces učení není prakticky nikdy hotový a je definitivně ukončen až naším odchodem z tohoto světa (viz např. Kon, 1986). Přesto jak už zaznělo dříve, nejvíce prostoru bylo věnováno rozvoji řeči u dětí a s rostoucím věkem pozornost zaměřená na standardní jedince opadá. Přitom v oblasti obrazného vyjadřování je obdobím plným otázek ještě adolescence.

### 3.2 Adolescence

Doba adolescence je popisována jako tranzitní období mezi dětstvím a dospělostí. Jedinec mezi oběma světy „osciluje“ (Taxová, 1987, s. 179). Pro svět dětí je typická poslušnost a asexualita, ve světě dospělých je naopak ceněna samostatnost a sexualita hraje jednu z centrálních rolí. Zatímco *dítě* je bezpohlavní, *dospělec* je mužem nebo ženou. Tato rozdílnost dětem dospívání nijak neusnadňuje (viz např. Kon, 1986).

Její časové rozpětí určují různí autoři odlišně. Někteří do něj zahrnují jako jednu z fází dospívání i období puberty (typický je vývoj sekundárních pohlavních znaků, cca 12 let),<sup>18</sup> jiní mluví o dvou oddělených etapách (období adolescence začíná cca kolem 15 let, kdy dochází ke

<sup>17</sup> „... while becoming a *native* speaker is largely accomplished before school age, becoming a *proficient* speaker is a far more protracted process.“

<sup>18</sup> V období zhruba od 12 let dochází k hormonálním změnám, které zrychlují fyziologický vývoj jedince a stávají se stresovým faktorem působícím na jeho psychiku. Obvykle se projevuje zvýšenou citlivostí k podnětům z okolí (viz Westenberg, Sumter, Miers, Bokhorst, Kallen, Blöte, 2011). Přibližně v této době dochází také k rozvoji metakognitivní kompetence – v případě jazyka je to schopnost nahlédnout na systém z vnějšku a analyzovat ho jako objekt sám, dochází ke změnám ve slovní zásobě, roste schopnost abstraktního myšlení – tím se prohlubuje i schopnost porozumět figurativnímu jazyku (např. slangu, metaforám, sarkasmu apod.) a konečně obohacuje se vnímání pragmatické stránky jazyka a adolescenti si uvědomují možnosti víceznačných vyjádření a jejich humornost (Dale, Harlaar, Hayiou-Thomas, Plomin; 2010).

„značnému rozšíření životního prostoru, okruhu společenského styku“ – Kon, 1986, s. 22). Jedni ji zakončují dosažením 18 let, kdy je z větší části ukončen biologický vývoj, druzí její konec kladou až k 25. roku, kdy většina mladých lidí ukončuje své vzdělání, vstupuje na pracovní trh a vydává se na více či méně pevně danou cestu (např. vzdělání, dosud nabyté zkušenosti a osobní předpoklady nasměrují jedince k určitému oboru).

Tato práce se ztotožňuje s vymezením období adolescence ohraničeným ukončeným rozvojem sekundárních pohlavních znaků (přibližně 15 let věku, poté dochází spíše k vyrovnávání disproporcí vývoje jednotlivých systémů) na straně jedné a 25. rokem života na straně druhé (viz např. Elkind, 1981; Kon, 1986). Takové vymezení je čistě orientační a mezi jedinci jsou významné odchylky (viz Kon, 1986).<sup>19</sup> Pro bližší vysvětlení výběru tohoto období dodáváme, že jakmile je stabilizován fyziologický vývoj, vyrovnává se hladina zejména pohlavních hormonů a vyjasňuje se pozice jedince ve společnosti (i dle zákona mají „děti“ od 15 do 18 let privilegovanější postavení než mladší jedinci), dochází k rozvoji myšlení, jeho prohloubení a individualizaci. Konec tohoto životního úseku spojujeme s ukončením vzdělání a nástupem do práce, kdy jedinec už obvykle má ustálené sociální role i alespoň rámcovou představu o svém životě. Kon (1986) mluví o „pocitu dospělosti“, který podle jeho studia adolescentů přichází tím později, čím vyšší je vzdělání a sociální status individua. Jak je vidět, u některých jedinců může doba adolescence spadat mezi 12. a 18. rok, u jiných můžeme mluvit o období mezi 16 a 28 lety atd. Konkrétní věk tu slouží pouze jako orientační hranice. Projevuje se zde heterochronologičnost, a to jak intraindividuální (dozrívání různých biologických systémů v různém pořadí a čase), tak interindividuální (Kon, 1986).

Samotný pojem *adolescence* se objevil až poté, co společnost začala klást důraz na vzdělání, a pohlavní zralost jedince tak přestala být jediným předpokladem dospělosti. Adolescence (nebo také jen *puberta*, která ovšem v současnosti bývá častěji označována za kratší fázi předcházející adolescenci) byla pak dlouho považována za období vzdoru jedince, který se odmítnutím všeho starého snažil najít svou identitu. Opět ale společenský vývoj nabídl adolescentům více prostoru k seberealizaci, podpořil formování jejich vlastní kultury a její přijetí společností. Ačkoliv je adolescence a hlavně její úvodní období pro dítě náročné, závažné projevy revolty dnes souvisí spíše s všeobecnou problémovostí individua, která se v tomto období může projevit výrazněji (viz např. Taxová, 1987).

---

<sup>19</sup> Zejména části věnované akcelerovaným a retardovaným jedincům v období puberty popisují individualitu tohoto období.

V současné době by se tedy dala adolescence charakterizovat jako společenský konstrukt zastřešující dění připravující dítě na vstup do světa dospělých. Pojem získává na významu s dalším rozvojem společnosti – vedle růstu hospodářského dostatku, který výrazně zrychlil fyzický vývoj člověka tak, že rozdíl mezi jeho vnější a vnitřní podobou se stal velmi markantním (tzv. sekulární akcelerace, viz Langmeier, Langmeier, Krejčířová, 1998), měla na vyčlenění tohoto období jako významné periody života člověka vliv i proměna společenských hodnot a žebříčků. Přestože jedinec nyní dříve získá tělo dospělého člověka, a tedy i možnost množit se, důraz je společností kladen především na dospělost jedince – od mladého člověka se čeká, že než založí rodinu, vystuduje, pozná svět, najde si dobré zaměstnání, získá zkušenosti a „najde sebe sama“.

Právě v období dospívání jsou položeny základy pro další rozvoj jedince a jeho životní dráhu (Berman, 2009). Aries (in Stenström, 2003) vidí adolescenci jako období, kdy je identita jedince vystavena silnému tlaku na jeho socializaci. Roli zde samozřejmě hraje rodinné zázemí a škola, ale naprosto zásadní význam má skupina vrstevníků (viz také Kon, 1986; Taxová, 1987). Muus (in Stenström, 2003) uvádí, že v rámci skupiny si mladí lidé zkouší různé sociální role a to, jak je zvládají. Skrze skupinu, partu nebo i milostného partnera, kteří adolescentům nabízejí modelové situace i důležitou zpětnou vazbu, budují svou vlastní identitu, poznávají sebe sama. Jde o „nutné návyky vzájemného sociálního působení“ (Kon, 1986, s. 83). I proto jsou v tomto období vazby na skupinu velmi výrazné a manifestované (ve stylu oblékání, hudebním vkusu, ale i v jazyce, jaký používají). Leckdy jde o způsob, jak okolí šokovat, zaujmout nebo se vůči němu vymezit. Někdy se jedná pouze o chybný úsudek, co se ostatním vlastně líbí/nelíbí a co jim přijde atraktivní/šokující (Elkind, 1981; srov. také Kon, 1986).<sup>20</sup>

Adolescenti jsou emocionálněji vyrovnanější než pubescenti, jsou už obvykle smíření s tělesnými změnami, ovládají základní tlumicí procesy, své hypotézy o světě podrobují kritickému zkoumání, uvědomují si city lidí kolem a osvojují si určité morální principy (viz např. Kon, 1986). Jejich svědomí se přesouvá z vnějšku (představa o dobru není kompatibilní s činy jedince, svými pravidly se sám neřídí) dovnitř (adolescent se snaží jednat v souladu se svým svědomím) a objevuje se víra ve vyšší principy, kdy např. bůh není tím, ke komu se modlí za dárky, ale *duchovním dozorem* (Elkind, 1981). S tím přichází také fáze nerozhodnosti, protože si dospívající uvědomuje mnohost možností a pravd. Někdy dochází k uzavření do

---

<sup>20</sup> Zde výbornou ilustraci představuje hit Znamka punku skupiny Visací zámek. Jejím hlavním motivem jsou chlapec a dívka, kteří se stylizují do rolí 100% „pankáčů“, ale navzdory všemu se jim nedaří do role dostat, protože svou představu punku nevědomky dovádějí ad absurdum.

sebe, jedinec si dle Elkinda (1981) uvědomuje privátnost svých myšlenek a chápe i možnost říkat něco jiného, než si myslí.

Naproti tomu mívají adolescenti sklon vytvářet si ideály, ačkoliv často nemají jasnou představu, jak k nim dojít. Velmi často ještě jednájí i v rozporu s nimi (mohou např. „bojovat“ za práva dělníků v textilních závodech třetího světa, ale pak si kupovat jejich výrobky, protože je to skvělá koupě), jelikož si neuvědomují širší souvislosti. K prohřeškům druhých i ke svým vlastním jsou velmi kritičtí a odmítají je odpouštět (Elkind, 1981). Předpokládají, že „svět by se měl podřizovat systémům, a nikoli systémy skutečnosti,“ (Kon, 1986, s. 28). Jejich pohled na svět ještě stále vykazuje určitý typ vývojového egocentrismu, který je slepý zejména k aspektům života danému jedinci nepříjemným (smrt, těhotenství – přesvědčení, že *mně se to nestane*) nebo se naopak „vyžívá“ v pocitu, že je neustále sledován a hodnocen svým okolím (viz Elkind, 1981). Často staví své emocionální prožitky nad pocity jiných a mají problém se v nich sami vyznat – mívají formu prudkých, vyhraněných, intenzivních, ale krátkodobých afektů. Ty jsou projevem nevyzrálosti jedince a časem se je obvykle naučí tlumit. Oproti očekávání se totiž postupem času množství podnětů vyvolávajících emoce nesníží, ale naopak se jejich okruh ještě rozšíří. Rozvíjející se tlumicí procesy představují ochranu jedince před přílišným napětím (Taxová, 1987).

To vše se projevuje i v jazyce dospívajících.

### 3.2.1 Jazyk adolescentů

Jazyk adolescentů bývá popisován jako jazyk jedinců, kteří již dosáhli plných jazykových kompetencí, oproti jazyku dospělých se ovšem liší určitou vágností (adolescenti mají sklon ke klišé, používání módních slov – někdy označovaných jako slang, a do určité míry vyhýbání se vyjadřování vlastního názoru) a vysokou mírou expresivity (velmi výrazně vyjadřují svůj postoj, nebojí se šokovat) – viz např. Elkind, 1981; Kon, 1986; Taxová, 1987; Stenström, 2003, nebo Barbieri, 2008. Ve srovnání s vyjadřováním mladších pubescentů je řeč adolescentů už uvolněnější, dynamičtější a bohatší. Zapojují abstraktní pojmy, často používají neobvyklé výrazy k ozvláštnění svého projevu, ne vzácně také nadužívají cizí slova (dnes zejména z angličtiny). Podle Taxové (1987) bývá cílem upozornit na sebe, vyvolat obdiv nebo pobavit své okolí. V jejich jazyce se projevuje „značná pojmenovací invence“ (Taxová, 1987, s. 169), která je často výsledkem touhy po originalitě a sebeprosazení i projevem sklonu dospívajících k humoru a zlehčování situací i jazykové hravosti (viz také Hubáček, 1981).

Často zkoumaným jevem v jazyce teenagerů je také nadužívání pragmatických prostředků (viz např. Norrby, Wirdenäs, 2003). Tato slova obvykle nenesou žádný význam, mohou spíše strukturovat promluvu nebo zmírňovat významy jiných slov.<sup>21</sup> Taxová (1987, s. 178) jejich výskyt spojuje také s „emocionálně zdůrazňovaným přeháněním“.

Nesmíme ale pominout fakt, že dospívající jsou již schopní svůj jazyk vědomě modifikovat podle komunikační situace i komunikačního partnera (Stenströmová to ilustruje např. vymizením hrubých nebo vulgárních výrazů). Termín „jazyk adolescentů“ je proto nutné používat velmi obezřetně, protože v některých situacích nelze teenagera na základě jazyka, kterým mluví, spolehlivě identifikovat a prakticky se neliší od mluvy dospělých. Také Norrbyová a Wirdenäsová upozorňují, že např. nadužívání pragmatických prostředků nebývá v řeči dospělých zkoumáno, ale že některá slova se objevují s vysokou frekvencí napříč generacemi (Norrby, Wirdenäs, 2003). Je tedy na místě opatrnost při vyslovování závěrů ohledně jazyka mládeže, protože jak už bylo zmíněno výše, jazyk „dospělých“ je zkoumán z hlediska věkových specifik jen vzácně.

Milníkem úplného zvládnutí jazyka je obrazné vyjadřování a zejména pak ironie, která vyžaduje nejen chápání rozdílu mezi „říkat“ a „myslet“, ale i znalost sofistických metakognitivních strategií (Berman, 2009). Bermanová (tamtéž) zmiňuje pojmy *absolutistická* a *multiplicitní úroveň myšlení*, kterými ilustruje nutný přerod dětského černobílého vnímání světa na „dospělé“ pozorování světa z více úhlů pohledu. Do jaké míry ho jedinec dokáže využít v komunikaci, závisí zejména na zkušenosti s různými komunikačními situacemi i s postupem vývoje slovní zásoby, gramatiky, stylových prostředků apod.

Z hlediska konverzační spolupráce a řešení potenciálních konfliktů mezi adolescenty detekovaly Norrbyová a Wirdenäsová (Norrby, Wirdenäs, 2003, s. 256) v rámci několika komunikačních situací tyto typy rolí:

- **Expert** („ten chytrý“, formuluje znalosti)
  - **Odpůrce** (odporuje názorům druhých, aniž by vyjádřil svůj vlastní)
- (tyto dva typy zvyšují pravděpodobnost konfliktu, a tedy ohrožení „tváře“ některého z mluvčích)*

---

<sup>21</sup> V angličtině bývají nejčastěji zmiňována slova *like*, *yeah*, *innit*, ve švédštině podobně *liksom*, *typ*, *nog*, v češtině bychom je mohli nahradit slovy *jako*, *jakoby*, *jakože*, *vlastně*, *víš jak* apod.

- **Navrhovatel** (nabízí velké množství názorů, navrhuje nové úhly pohledu, sám je ochotný své názory rychle měnit, jeho vyjadřování není tak seběvedomé jako u předchozích dvou)
- **Sprostředkovatel** (sám nenabízí nové názory, ale upozorňuje na alternativy a limity tvrzení druhých, příp. navrhuje jejich modifikace, opět je ochotný svůj úsudek měnit dle nových argumentů)
- **Podporovatel** (souhlasí s ostatními, svůj postoj mění podle vývoje diskuse, aniž by vyslovil nějaký vlastní názor nebo návrh, snižuje míru nesouhlasu v konverzaci)  
(*přítomnost sprostředkovatele a podporovatele naopak zvyšuje pravděpodobnost dohody a shody*)

Je důležité upozornit, že k jednotlivým rolím patří odlišné vzorce používání pragmatických prostředků. Expert a odpůrce je užívají pouze výjimečně, protože jsou to ti, kdo se nebojí vystoupit z davu i za cenu možného konfliktu. Sprostředkovatel a podporovatel je užívají hojně s cílem zmírnit možný nesoulad. Navrhovatel využívá zejména jejich funkci modifikační, zmírnění konfliktu není jeho primárním zájmem. Jak je vidět, postavení jedince v konverzaci nápadně připomíná obvyklé vzorce chování. Role v rámci komunikační situace jsou tedy jakýmsi obrazem našich povahových rysů a rolí, do kterých se „oblékáme“ v každodenním životě. Na jejich základě lze i odvodit oblibu určitých komunikačních strategií, tedy např. i ironie. To samozřejmě platí i pro jazyk „dospělců“, ale u adolescentů jsou tyto role a jejich charakteristické znaky výraznější. Lépe tak ilustrují individualitu v užívání různých strategií, o které se zmiňují také Müllerová (1986) a Tannenová (Tannen, 2005) – více viz kapitola 4, oddíl věnovaný komunikačním strategiím.

V jazyce teenagerů lze také vystopovat rozdíly závislé na genderu mluvčích. Podle Barbieriové se ale s přibývajícím věkem do velké míry smývají (Barbieri, 2008, s. 80). V tomto období je totiž ještě patrný vliv výchovy – dívky bývají vedeny k větší komunikativnosti, což výrazně prospívá rozvoji jejich komunikačních dovedností (viz např. Medvedeva, 2010 – studie věnovaná překonávání problémů s osvojováním angličtiny u dětí imigrantů v USA), věnují svému vyjadřování více pozornosti (více dbají na prestiž)<sup>22</sup> a jsou více orientovány na řešení komunikačních konfliktů kompromisem, zatímco chlapci/muži dávají přednost pasivním metodám (např. Scott, 2008). Ederová a Enkeová (1991) upozornily také na fakt, že dospívající dívky se snaží více vyhybat konfliktům se svým okolím a svůj názor často vyjadřují tak, aby

---

<sup>22</sup> Ženy všeobecně také často utvářejí „normy“ prestižního jazyka – viz Milroyová, Gordon, 2012.

v případě konfrontace s názorem jiným mohl být snadno pozměněn. Právě tento přístup k vyvolávání, ale i řešení konfliktů může mít svůj vliv i na ironii. Stenströmová (Stenström, 2003) shrnuje rysy dívčích a chlapeckých konverzací tak, jak je představuje většina studií:

**Dívky používají jazyk, aby:**

- vytvořily a udržovaly blízký a rovnoprávný vztah
- kritizovaly druhé přijatelným způsobem
- spolehlivě interpretovaly to, co řekly ostatní dívky

**Chlapci používají jazyk, aby:**

- potvrdili svou pozici a dominanci
- přilákali a udrželi publikum
- prosadili sebe sama, když je pozornost obrácená k ostatním

Stenströmová (tamtéž) ale dodává, že tyto rysy jsou patrné zejména v konverzacích, kdy není přítomné druhé pohlaví. Ve smíšených skupinách se rozdílly smývají.

Rozhovory mladých dívek a chlapců se dále liší zejména ve výběru témat – zatímco dívky zařazené do výzkumu Stenströmové (Stenström, 2003) mluvily většinou o druhých lidech a svých pocitech, chlapci obsáhli v hovoru větší šíři témat a drželi se většinou faktických poznatků a svých zážitků. Obě skupiny se lišily také v míře vyjadřování svého vlastního názoru a v hodnocení druhých. Otevřenější byla děvčata, která také o jiných lidech mluvila i pozitivně, zatímco chlapci se intimitě vyhýbali, a pokud druhé přímo nekritizovali v rámci svých historek, nehodnotili je vůbec. Naproti tomu kluci častěji sahalí k „šokujícím“ sprostým slovům (v angl. např. *cunt, dick, fucking*).<sup>23</sup> Výzkum Stenströmové (Stenström, 2003) ukázal, že hanlivé výrazy všeobecně jsou mezi teenagery běžné bez ohledu na pohlaví mluvčích. Jejich pragmatické zabarvení se ale liší. Ovšem i v závislosti na vzdělání mluvčích, kde platí, že ti vzdělanější (což ve Spojeném království znamená také příslušnost k vyšší třídě) volí sofistikovanější výrazy. Důležité je ale brát v potaz i komunikační situaci, která se vždy odráží ve výběru témat.

---

<sup>23</sup> Zajímavostí je, že s výjimkou dvou hanlivých výrazů se jednalo vždy o velmi stará označení, novinky jsou v této oblasti vzácné. Stenströmová (Stenström, 2003) v této souvislosti zmiňuje teorii, že hanlivé výrazy měly funkci skrýt pravý význam člověku „zvenčí“.

Popsat jazyk adolescentů není cílem této práce. V oddílu věnovaném dospívajícím jsme nastínili, jaké jazykové a komunikační schopnosti tito jedinci mají, popsali rozdíly oproti mluvě mladších pubescentů a „dospělých“ a připomněli, že významný vliv na vyjadřování mladých mají emoce, touha po odlišení a záliba v humorných situacích. Na tyto poznatky navážeme v praktické části této práce.

## 4 Komunikace a komunikační strategie

V předcházejících kapitolách jsme se zabývali vývojem mezilidské komunikace a jejími neverbálními složkami, které jsou nedílnou součástí našeho každodenního dorozumívání, i definicí komunikační situace a významem sociálních rolí participantů komunikace. Cílem bylo popsání komplexní povahy komunikace i vysvětlení, proč nebyly všechny zahrnuty do experimentu v této práci i přes to, že si uvědomujeme jejich význam v reálném životě. Prostor dostal i vývoj jazykových kompetencí jedinců a jeho možný vliv na používání jazyka.

Na následujících stránkách se budeme věnovat pravidlům, kterými se naše komunikace obvykle řídí, zejména těm spojeným s nedoslovným vyjadřováním a konkrétně pak s ironií. V závislosti na nich si jednotliví mluvčí vytvářejí komunikační strategie, které jim usnadňují cestu k cíli na základě nasbíraných zkušeností s fungováním mezilidského dorozumívání, neboť „(...) znalost některých pravidel a zákonitostí výstavby textu a komunikace (resp. přímo určitého typu dialogu) může zvýšit racionalitu a úspěšnost komunikace podnikové, dorozumívání v obchodě a při managementu, jednání na úřadech, ale i účinnost (psychologickou, terapeutickou) rozhovoru lékaře s pacientem,“ (Müllerová et al., 1992, s. 10). Norrbyová a Wirdenäsová (Norrby, Wirdenäs, 2003) v této souvislosti doplňují, že osvojení si některých strategií je klíčové pro každodenní fungování jedince v rámci širšího kolektivu. Každý komunikační akt může potenciálně ohrozit tvář jedince, ale volbou vhodné strategie může konfliktu čelit buď demonstrací svého pozitivního přístupu ke skupině (názory vyjadřuje mírumilovně, tolerantně, neútočí apod.), nebo naopak vymezením sebe sama (získání respektu a uznání).

### 4.1 Konverzační styl

Komunikační strategie nejsou náhodným výběrem. Vážou se k určitému typu situací, podnětů, cílů, ale i k charakteru mluvčích a adresátů, momentální náladě, vztahům mezi účastníky komunikace. Tannenová (Tannen, 2005) to nazývá konvencionalizací základních lidských potřeb a ilustruje to pracemi Lakoffové o „logice slušnosti“. Základní myšlenkou je, že chce-li být libovolný mluvčí slušný, přizpůsobuje tomu své vyjadřování a zřídka říká přesně to, co chce. Řídí se třemi základními pravidly:

1. Nevnučuj – sebe ani svůj názor.
2. Dávej na výběr možnosti.

### 3. Buď přátelský/á.<sup>24</sup>

*(volně přeloženo podle Tannenové, 2005, s. 17)*

Mluvčí tato pravidla využívá v různé míře, tedy podle určité strategie, která tak vlastně tvoří jejich styl. Snaha být slušný pak ústí v užívání nepřímých vyjádření, eufemismů a důkazů vzájemného vztahu a tyto volby jsou pak posuzovány adresáty na základě jejich vlastních preferencí. Strategie potom jsou anebo nejsou účinné. Takové tendence lze odhalit ve všech komunikačních situacích.

Tannenová (Tannen, 2005) upozorňuje, že hledání strategie a stylu v běžné konverzaci komplikuje fakt, že není možné připojit k jedné jazykové formě jednu funkci. Stejná slova mohou mít odlišný význam v závislosti na tom, kdo je říká a kdy. Na toto tvrzení se můžeme podívat také z opačné strany: Jedinec má k dispozici množiny jazykových forem, které mohou plnit určité funkce. Styl je potom chápán jako vědomý výběr z těchto množin za účelem splnění některé z funkcí.<sup>25</sup> Ten je dán jednak osobností mluvčího, jednak je ale ovlivněn našimi zkušenostmi z interakcí s ostatními a sociálními rolemi (našimi i našich komunikačních partnerů). Je tedy jasné, že styl běžných konverzací, tzv. konverzační styl, je množinou nekonečného množství individuálních stylů, které mohou plnit žádoucí funkce v nekonečné řadě situací klasifikovaných jako „běžné“ nebo „každodenní“.

Významný je také fakt, že styl sám o sobě nese určitou „metainformaci“<sup>26</sup> – vedle prostého sdělení čerpá jeho příjemce další údaje o významu i analýzou zvoleného způsobu sdělení. Do toho patří i množina signálů, která upozorňuje, že mluvčí např. nemyslel to, co řekl, doslovně – žertoval, byl ironický, nechtěl o něčem mluvit přímo. Konverzační styl a různé signály jsou podmíněny i kulturně (viz Tannen, 2005, s. 37–39, kde rekapituluje výsledky svého srovnání stylů/strategií Řeků a Američanů při vyprávění o ději probíraného filmu), pro tuto práci ale mají větší význam rozdíly individuální.

Už Erving Goffman ve svých pracích zdůrazňoval, že při komunikaci s ostatními nepředáváme jenom nějakou věcnou informaci, ale i obraz sebe sama. Bylo by možná vhodnější mluvit o mozaice, kterou tvoří etnikum, gender, věk, sociální nebo i regionální původ, vzdělání, povaha apod. Deborah Tannenová upozorňuje také na to, že i sama konverzace je mozaikou

---

<sup>24</sup> Angl. 1. Don't impose (distance). 2. Give options (deference). 3. Be friendly (camaraderie).

<sup>25</sup> Viz také Hymesovo pojetí stylu a zahrnutí širšího komunikačního kontextu do hodnocení vyjadřování jednotlivce.

<sup>26</sup> Tannenová (Tannen, 2005) používá termín „metamessage of rapport“.

složenou z našich rozhodnutí: kdy promluvit, o čem, jak nahlas, jak rychle, jakým tónem atd. (více viz Tannen, 2005).

Tannenová (tamtéž) rozvádí myšlenku základního principu a zároveň problému lidské komunikace, totiž potřebu být s ostatními, fungovat v jejich společnosti. Člověk řeší v každodenní komunikaci rozpor mezi nutnou kooperací s dalšími jedinci téhož druhu (podíváme-li se na své prapředky, zůstat sám znamenalo jistou smrt, člověk je silný ve směčce, nikoliv sám) a mírou nezávislosti potřebnou pro fungování vlastního „já“. Právě tady se začíná celý proces dorozumívání a vzájemného kontaktu komplikovat: Říkáme vždy přesně to, co máme na mysli, nebo jsme si vytvořili systém úhybných manévřů, kterými si kryjeme záda proti případnému útoku?

## 4.2 Nedoslovné vyjadřování

Jak jsme nastínili v předchozím oddílu, lidská řeč v komunikaci se neřídí pevnými pravidly, zároveň ale určitá pravidla nebo prostředky a strategie musíme znát, abychom se vzájemně dorozuměli. Připomeneme-li si zde Griceovy maximy a fakt, že jen velmi omezené množství komunikačních situací se těmito pravidly skutečně řídí, dojdeme k závěru, že lidé často jednájí v rozporu s nimi a činí tak záměrně, ale jejich sdělování je přesto úspěšné, leckdy i úspornější a zároveň sdělnější. Zejména díky *nedoslovným* nebo také *obrazným* pojmenováním.

Tannenová (Tannen, 2005) výstižně parafrázuje Lakoffovou: Pokud si mluvčí zvolí nedoslovné vyjádření, ponechává si vlastně určitý manipulační prostor pro případ, že by to, co vyslovil, nebylo v souladu s předpoklady komunikačního partnera – mluvčí se nemusí cítit odmítnutý a adresát se nemusí cítit vinen, že mluvčího zranil; pokud ale dojde ke shodě, může nedoslovné vyjádření signalizovat sílu vzájemného vztahu, protože obě strany mluví přeci stejným jazykem (srov. s oddílem věnovaným motivaci ironického mluvčího, kapitola 5.2).

Prosté sdílení informací dostává v případě nedoslovných nebo také nepřímých vyjádření rozměr interakce. Kdykoliv konverzační partner odhalí nějaké takové vyjádření a klasifikuje jeho použití jako záměrné, získává daná komunikační situace další, pragmatický rozměr (Tannen 2005, s. 27). V souladu s dříve zmíněným Goffmanovým tvrzením o předávání obrazu sebe sama ukazuje ve své práci Tannenová, jak různé komunikační strategie mohou měnit obraz jedince v komunikaci a jak významnou roli hraje právě užití nedoslovných vyjádření (zejména

pak humoru a ironie). Jedinci, kteří při večeři na Den díkůvzdání používali více vtipných nebo ironických komentářů, byli ostatními vnímáni jako mnohem aktivnější než ti, kdo se vyjadřovali spíše věcně nebo vtip či ironii používali spíše v reakci na komentáře ostatních. V následující tabulce (Obr. č. 6 – *Promluvy účastníků večeře*) zaznamenala Tannenová ke jménům účastníků večeře počet jejich vstupů, počet ironických/humorných komentářů a jejich procentuální poměr z počtu vstupů daného jedince:

**Obr. č. 6 – Promluvy účastníků večeře**

*Table 6.1. Use of Irony and Humor*

Name	Number of ironic/humorous turns	Total number of turns	Percentage of turns ironic or humorous
Steve	65	594	11%
Deborah	58	811	7%
David	43	386	11%
Peter	19	417	5%
Chad	10	405	2%
Sally	7	169	4%

*(Převzato z Tannen, 2005, s. 164)*

Jména jednotlivých lidí jsou řazena podle množství ironických nebo humorných vstupů. Porovnáme-li je s druhým sloupcem, vidíme, že četnost užití těchto nástrojů není přímo úměrná celkovému počtu promluv. Poslední sloupec vyjadřující procentuální podíl humoru/ironie odpovídá ale dojmu, který si o konverzační aktivitě svých partnerů jednotliví hosté udělali. Velkým překvapením pro ně byly zejména výsledky Davida a Chada. Zatímco David působil na okolí jako velmi aktivní mluvčí a Chad se zdál být spíše pasivní, ve skutečnosti David mluvil ve srovnání se Stevem a Deborah velmi málo, a dokonce méně než Chad. Zdá se tedy, že využití nedoslovných „nástrojů“ přítomnost jedince zdůrazňují a činí ho viditelnějším. Tannenová shrnuje, že při této příležitosti hrál humor významnou roli ve vytváření dojmu, který ve skupině každý člen budil. Upozorňuje zde ale, že při jiných příležitostech by humor nebo ironie nemusely mít takto pozitivní vliv a že je potřeba vyslovovat jakékoliv závěry velmi opatrně.

K podobnému závěru ale dospěla i Müllerová (1986), která zmiňuje přímou souvislost mezi sebevědomím a sebejistotou mluvčího a častějším užíváním důrazu. Lze tedy předpokládat, že některé komunikační „nástroje“ (zde humor, ironie nebo důraz) vyžadují, aby mluvčí byl v odpovídající sociální pozici a mohl si je dovolit. Stejně tak bude mezi jeho povahové rysy patřit sebevědomí, sebejistota a např. smysl pro humor.

Vrátíme-li se k pojmu interakce, Tannenové rozbor rozhovoru při večeři ukázal, že lidé s podobnými komunikačními strategiemi, co se humoru a ironie týče, také vzájemně častěji spolupracují. V tomto případě to byli zejména Steve a David, kteří své průpovědky do velké míry přeháněli, využívali zvláštní výslovnost i formulace. Podobnost lze najít i mezi Peterem a Chadem, kteří oba spolehali spíše na obsahový nesoulad svých tvrzení s realitou, jejich absurditu nebo přehnanost, a pronášeli je s kamennou tváří. Toto zjištění jsme potvrdili i my při rozboru odpovědí respondentů na humorný typ scénáře, který se ukázal být otázkou osobního vkusu (viz sekce Výsledky).

Müllerová (1986) upozorňuje, že k nedoslovným vyjádřením se často uchylujeme v emocionálně napjatých situacích. Dokonce tvrdí, že v situacích vyžadujících zásadní výměnu názorů, převažují. To znamená, že pokud se mluvčí pohybují „na tenkém ledě“, ale jejich cílem zůstává smírná dohoda, nabízí jim nedoslovná vyjádření manipulační prostor. Cacciariová (Katz et al., 1998) vidí jako jeden z hlavních důvodů, proč saháme k nedoslovným vyjádřením a zejména k metaforám, snahu popsat nové, dosud nepojmenované nebo nepojmenovatelné kategorie. Cituje zde Reidera, který metaforu označil také za neekonomičtější způsob vyjádření mnoha úrovní zkušeností se světem a symbolických konotací. Rozšiřuje významně možnosti mezilidské komunikace. Metafora tak má čtyři hlavní funkce:

1. Zvýraznění určité části sdělení, odpoutání pozornosti od nepotřebných informací.
2. Projekce informací z jedné domény do druhé – vytváření analogií, na základě kterých lze pojmenovat těžko popsatelné věci z jiné oblasti.
3. Re-reprezentace – na základě určité podobnosti jsou např. vjemy spojené s nějakým běžným jevem přeneseny do jiné situace (tak třeba „jemný hlas“ = jemný /souvisí s hmatem, znamená příjemný na dotyk, bez výrazných výstupků atd./ + hlas /souvisí se sluchem/ => hlas, který nedráždí sluch, může činit receptorovi potěšení, ale může být také špatně slyšitelný apod.).
4. Restrukturace znalostí – pokud je metafora dobře popisná a získá na oblibě v širším okruhu lidí, dojde k systémové změně. Metafora v daném spojení pak nese typizovanou

sadu informací a může se uplatnit v širší škále pojmenovávaných skutečností. Často si pak mluvčí ani neuvědomují, že jde o určitý typ metafory, jako např. u „jemného hlasu“.

(podle Katz et al., 1998, s. 139)

V případě ironie je situace odlišná. Ironie také zdůrazňuje určitou část reality (a v některých případech může také záměrně odvádět pozornost od částí jiných – např. u zlehčování situací a stavů) a využívá informace z jedné komunikační situace v jiné (např. ze situace očekávané v situaci nastalé), ale z hlediska ustalování a konvencionalizace jde o případ jiný. Ustalují se spíše ironické postupy, ne konkrétní výpovědi. Ironie vychází vždy z kontextu a je značně proměnlivá. Platí, že ironií může být prakticky cokoli, kdykoliv si to ironický mluvčí usmyslí. (Více viz kapitola 5 o ironii jako takové.)

Pokud ale nenazýváme věci pravými jmény, můžeme se dostat do nebezpečné smyčky. Nedoslovné vyjádření se nám nemusí vyplatit v případě, že protistrana nesleduje stejný cíl nebo se jen na problém dívá z jiného úhlu pohledu. Řekneme-li, že nás něco *trochu rozhodilo*, ale myslíme-li v duchu Leechových maxim zdvořilosti *zuřil jsem*, může se docela klidně stát, že okolní svět přijme výrok *trochu rozhodilo* jako pravdivý a naše *zuřil jsem* nikdy nenabyde účinku. Nejde o situace nijak vzácné a dokážou komunikaci velmi zkomplikovat. „Rebel“ tu riskuje nejen neúspěšné sdělení své myšlenky, ale i narušení vztahu s okolím (přerušil konverzaci nevhodnou poznámkou, chová se nějak podivně, říkal, že mu to nevadí, ale chová se jinak, ...) a v konečné fázi i pověst „blbce“ nebo „ignoranta“ (neví, co chce, je to nevychovanec). Proč tedy používáme metafory, přirovnání, ironii, slovní hříčky nebo vtipy, víme-li, že se mohou snadno minout účinkem, či zaúčinkují zcela opačně? „To jest, že benefity použití obrazného vyjádření musí převážit potenciální důsledky toho být nepochopen,“ (Roberts, Kreuz, 1994, s. 159).<sup>27</sup>

Obrazné či nedoslovné vyjadřování vyžaduje dobrou znalost daného jazykového prostředí a klade značné nároky na recipienta promluvy. Svou roli hraje i jazyková zkušenost, všeobecný přehled nebo vzájemný vztah mluvčího a adresáta. Obrazné vyjadřování je jakousi nadstavbou jazyka, která není automaticky přístupná všem. Důvodem může být atypický vývoj mysli, ale i nedostatečná znalost kontextu. K nepochopení obrazného vyjádření může dojít omylem – mluvčí se domnívá, že adresát má na mysli to samé co mluvčí sám, ale nezřídka mluvčí záměrně volí nedoslovné vyjádření právě proto, že ví, že nebude adresátem nebo

---

<sup>27</sup> „That is, the benefits of using figuration must outweigh potential costs of being misunderstood, (Roberts, Kreuz, 1994, p. 159).“

alespoň částí adresátů pochopeno: „Figurativní jazyk může být využit k vybudování intimity mezi některými účastníky diskurzu, zatímco jiné z ní vyloučí,“ (Gibbs podle Roberts, Kreuz, 1994, s. 159).<sup>28</sup> Zde se opět vracíme k problematice sociálních rolí a vzájemných vazeb jedinců, které ovlivňují volbu komunikačních strategií.

Jak už zaznělo v kapitole věnované konverzačnímu stylu, odchylky od normálu (humor, ironie, neobvyklé metafory) mluvčího zviditelňují. Ten, kdo je produkuje, je svým okolím vnímán jako aktivnější účastník konverzace, než jakým ve skutečnosti je. Attardo (2000) to vysvětluje prizmatem teorie informace: To, co ve výpovědi nejlépe zapadá do kontextu, nese také nejméně informací, protože je to předvídatelné. Naopak to, co je v daném kontextu naprosto nemístné (což je např. ironie), přináší posluchači nejvíce informací, i protože recipienta donutí nad sdělením uvažovat, dívat se na něj z více úhlů. Cílem použití nedoslovného výrazu je tedy rozšíření sdělení o další rozměry. Obrazné vyjádření, a zde zejména metafora, umožňují v některých případech „pojmenovat nepojmenovatelné“ nebo jen „dosud nepojmenované“ (viz Vaňková et al., 2005; Bozděchová, 2009). Ilustrujeme-li toto rozšiřování významu na příkladu ironické kritiky, pak vedle vyjádření nesouhlasu se stavem věcí přinášíme do hovoru i zklamané očekávání. Kontrast mezi tím, co se stalo, a tím, co jsme očekávali, zvyšuje účinek kritiky, aniž by bylo nutné výpověď rozšiřovat o další slova. I proto označují lidé tento typ ironie za „mimořádně kousavý a nepříjemný“.

Použití obrazných vyjádření je důležitým prvkem jazykového humoru. Podle Tannenové (Tannen, 2005, s. 163) je jedním z rysů, které činí individuální styl charakteristickým – lingvistka zde uvádí škálu od sarkasmu jako humor postrádajícího prostředku, přes ironii, která podle ní může vzbudit úsměv nebo pobavit, až po čistokrevný vtíp. Těsný vztah ironie a humoru a velmi podobný princip fungování potvrzuje i *teorie verbálního humoru* (General Theory of Verbal Humor – GTVH) Salvatore Attarda a Victora Raskina z poloviny devadesátých let 20. století. Ta pracuje se *sémantickými skripty* (nebo také rámci, schémata), pomocí kterých modeluje porozumění humorným textům s ohledem na využití znalostí o reálném světě a jazyce. Skriptem se rozumí význam slova včetně jeho kognitivní struktury. Tu tvoří obecně známá fakta o věcech, procesech a postupech. Při porozumění recipient ignoruje skripty, které v daném kontextu nefungují, nevedou k pochopení situace, zároveň ale informace s nimi spojené zůstávají příjemci k dispozici a doplňují „správný“ význam o části významů nepotřebných skriptů (Norrick, 2003). Co se týče humoru, GTVH

---

<sup>28</sup> „Figurative language can be used to establish intimacy between some discourse participants while excluding others,“ (Gibbs podle Roberts, Kreuz 1994, s. 159).

definuje vtip jako text kompatibilní se dvěma skripty, které jsou ve zvláštním typu opozice: reálný x nereálný, aktuální x neaktuální, normální x abnormální, možný x nemožný, dobrý x špatný atd. Mezi těmito opozicemi dochází k *přepnutí* (angl. switch) na základě nějakého *spouštěče* (angl. trigger), který upozorňuje příjemce sdělení na další význam, příp. skrytý rozměr promluvy (Norrick, 2003). Podobně Curcó charakterizuje podstatu humorných reakcí jako účinek nepřímého echa: „Mluvčí nabízí posluchačům k pobavení mentální obraz jiné než své vlastní osoby, která v daném okamžiku mluví; zároveň ale vyjadřuje svůj odstup od takového obrazu,“ (Curcó podle Brône, 2008, s. 2029). Převědeme-li toto vysvětlení do řeči GTVH, mluvčí přímo odkazuje na jeden skript a zároveň podsouvá druhý, vzniklá opozice těchto dvou skriptů je zdrojem zábavy, pointou celého vstupu.

V závislosti na zkušenosti s fungováním jazyka si pak mluvčí některé skripty automatizuje jako typické pro humor (humor scripts). Umožňují mu pohotově vtipy tvořit i chápat. GTVH pojímá humor tedy jako text spíše než čin. Humor rozkládá do textových skriptů, ale jak upozorňuje Norrick (2003), opomíjí např. neverbální složky komunikace. Ty, jak už zaznělo dříve, hrají v běžné komunikaci zásadní roli a i bez důkladné znalosti jednotlivých skriptů nás může např. mimika mluvčího upozornit na další dimenzi slov. Na podobném principu funguje také produkce a recepce ironie – viz dále v kapitole 5 věnované přímo ironii.

#### 4.2.1 Porozumění nedoslovným promluvám

Využívání nedoslovných prostředků je kreativním procesem stejně jako porozumění jim. Na obou stranách je třeba značná aktivita (viz např. Cacciari in Katz et al., 1998). Jak probíhá proces porozumění jim v komunikaci, je otázkou, které věnují lingvisté hodně pozornosti. Základním problémem je, zda v případě nedoslovného významu posluchač nejprve aktivuje význam doslovný a teprve v případě, že mu nesedí v kontextu, hledá jiný, nebo zda rovnou aktivuje ten správný – např. na základě zkušeností s výše zmíněnými skripty. Dewsová a Winnerová (Dews, Winner, 1999) upozorňují, že proces porozumění doslovným výrazům bývá podceňován: „V případě doslovných i nedoslovných výroků mluvčí míní víc, než ve skutečnosti říkají. I ta nejobyčejnější sdělení (např. *Venku prší.*)<sup>29</sup> obvykle vyžadují, aby posluchač šel ‚za‘ doslovný význam, aby s využitím svých zkušeností s pragmatikou jazyka pochopil pravé sdělení mluvčího (např. *Nechod' ven.; Vezmi si deštník.; Já jsem ti to říkala.*).

---

<sup>29</sup> Podobně Katz uvádí příklad *ještě jsem nejedl* – doslovně mluvčí říká, že vlastně nikdy nejedl, ale je jasné, že mluví o jednom určitém případě, např. *ještě jsem dnes nevečeřel* apod. Stejně tak *neboj, neumřeš* neznamená, že je adresát nesmrtelný, ale například, že nejde o vážné zranění apod. (Katz et al., 1998).

(...) Vztah mezi tím, co je vysloveno a co je sdělováno, odpovídá vztahu mezi shodou v doslovné rovině a rozporem v rovině přenesené,“ (Dews, Winner, 1999, s. 1581).<sup>30</sup> Podle těchto dvou lingvistek tedy probíhá porozumění všem výpovědím stejně, bez ohledu na to, zda jsou míněny doslovně nebo je v nich záměrně použito nějaké obrazné vyjádření. Proto žádný experiment neprokázal, že by porozumění obraznému vyjadřování vyžadovalo vždy delší čas. To potvrdili i Roberts a Kreuz (1994).

Vliv na rychlost porozumění má spíše obvyklost/neobvyklost výrazu použitého v daném významu. Dewsová a Winnerová vycházejí z Gibbsova experimentu, který ukázal, že u vhodně zvolených a obvyklých metafor si posluchači snadno vyvolali význam doslovný i přenesený, kdežto u těch méně běžných obvykle jen ten doslovný. Při zkoumání idiomů se dokonce ukázalo, že porozumění ustálenému úsloví je rychlejší než doslovné porozumění jednotlivým jeho slovům – to probíhá pouze do okamžiku, než si posluchač uvědomí, že vnímá idiom (Dews, Winner, 1999, nebo také Katz et al., 1998).

Základní otázkou se stává, zda rovnou aktivujeme vhodný přenesený nebo nevyslovený význam v závislosti na kontextu (tzv. single-stage processing – SSP), či se postupně aktivují všechny významy, dokud není nalezen ten správný (tzv. multi-stage processing – MSP). Norrick (2003) dále vysvětluje: Zastánci SSP (např. Sperber a Wilsonová, Gibbs, Katz) tvrdí, že správný, přenesený význam obrazného pojmenování není v opozici k významu doslovnému, stoupenci MSP (Grice, Raskin, Giora) se domnívají, že každý adresát takové promluvy nejprve dle kooperativního principu a komunikačních maxim vyvolá význam doslovný, a teprve pokud je některé z pravidel porušeno, hledá význam nový, přičemž obsah doslovný zůstává aktivován a kontrastuje s novým použitím dané jednotky. Rozhodnout, která ze skupin má pravdu, není zatím možné. Na straně SSP stojí argument časové úspory (MSP je časově náročnější). Na straně MSP pak účinek zejména humoru nebo ironie, kde je rozpor mezi oběma významy zdrojem pobavení nebo kritiky. Jak jsme zmínili už výše, není možné testovat čas porozumění doslovným a nedoslovným výrazům a pouze je srovnat, protože leckdy i nejnevinnější doslovná výpověď může vyžadovat na straně recipienta aktivní dešifrování záměru mluvčího (viz *Prší. = Vezmi si deštník!*).

---

<sup>30</sup> „In both literal and nonliteral utterances, speakers mean more than what they say. Even the most mundane literal utterance (e.g. ‚It’s raining out‘) typically requires the hearer to go beyond the literal to implied (e.g. ‚Don’t go out; Take an umbrella; I told you so). (...) The relation between what is said and meant is one of consonance in literal language, and dissonance in nonliteral language (...).“

Kompromis mezi oběma tábory představuje teorie nejcharakterističtějšího významu (Graded Salience Hypothesis – GSH; Attardo, 2000), která říká, že člověk si na základě svých zkušeností s fungováním jazyka sám vytvoří prioritu jednotlivých významů (nebo lépe skriptů) u polysémantických slov nebo slov užívaných ve figurativním jazyce. Jeho mozek si pak automaticky vyvolává ten nejobvyklejší v daném kontextu. Ostatní významy jsou aktivovány pouze v případě, že prioritní skript selže. Jinými slovy lze říci, že porozumění funguje na principu SSP do chvíle, než selže GSH. Pak nastupují procesy MSP. K podobným závěrům dospěli také Turner a Katz (viz Katz et al., 1998, s. 166–168), kteří při svých experimentech zjistili, že v případech nedoslovných výpovědí vyslovených v situacích, kdy je možná i doslovná interpretace, trvalo porozumění déle bez ohledu na to, že testované osoby měly k dispozici podrobně rozpracovaný kontext tak, aby bylo jasné, že jde o nedoslovný význam.

Norrick (2003) v tomto duchu vytvořil dvoustupňovou variantu MSP (tzv. *two-stage processing*), kterou ilustruje na humoru – aby byl vtip pochopen, musí dojít ke konfrontaci doslovného a intendovaného významu. Proces porozumění popisuje ve dvou krocích:

1. Vyvolání doslovného a zároveň intendovaného významu
2. Na základě kontrastu z bodu 1 dojde k porozumění řečenému

Právě analýza doslovného významu vede posluchače k podstatě sdělení mluvčího. S tím souhlasí i Dewsová a Winnerová (Dews, Winner, 1999), ale jimi zvolené modely mají stupňů více. V této práci z roku 1999 popisují tři teorie o zpracovávání nedoslovných vyjádření:

- **Třístupňový model** (např. Clark a Lucy, Searle):

1. Vyvolání doslovného významu
2. Otestování doslovného významu v daném kontextu
3. Pokud tento význam nedává v daném kontextu smysl, hledání nového nedoslovného významu

Toto je klasický představitel MSP v podobě, v jaké mu jeho kritici vyčítají zdlouhavost – jak již víme, pokud by toto byla skutečná podoba porozumění, pak by pochopení nedoslovného výrazu trvalo déle než v případě doslovného. To ale prokázáno nebylo. Dewsová a Winnerová připomínají, že jediný rozdíl byl prokazatelně zjištěn u času nutného k porozumění pozitivních a negativních konstrukcí, kde negace všeobecně vyžadovala více času k pochopení.

- **Vícevýznamný model** (např. Glucksberg, Giora)

Stejně jako třístupňový model předpokládá, že jsou vyvolány oba významy, ale neurčuje, který dříve. Dewsová a Winnerová ho označují také pojmem *model paralelního závodu* (angl. parallel-race model). Získaný význam je případně obohacený o inkongruenci mezi očekávaným a tím, co se ukázalo jako správný význam.

- **Konvenčně-významový model** (např. Gibbs)

Odpovídá přímo teorii GSH – automaticky je v prvním kroku vyvolán význam obvyklý (bez ohledu na to, zda je to ten doslovný nebo přenesený), ten je v kontextu otestován a další významy jsou vyvolány pouze v případě jeho selhání nebo z jiných důvodů nedůležitých pro danou konverzaci (např. může slovo něco asociovat, ale v porozumění mluvčímu už tento význam nehraje žádnou roli).

Tento model jako jediný vysvětluje, že konvencionalizovaným obrazným pojmenováním porozumí adresát obvykle velmi snadno.

(Dews, Winner, 1999)

Přijmeme tedy konvenčně-významový model jako optimální, protože vyhovuje zákonitostem jazykové ekonomie a zároveň zohledňuje význam kontrastu mezi intendovaným a doslovným významem.

Impulsem pro hledání jiného významu, neboli spouštěčem, jenž vyloučí správnost prvního vyvolaného obsahu výpovědi a zahájí proces hledání nového, jsou *opěrná* slova, tedy části výpovědi, které chápe doslovně a o kterých se s ohledem na kooperační princip domnívá, že jsou ve výpovědi záměrně a směřují ho tedy ke správnému porozumění, zatímco zbytek výpovědi je *posunut*. Jednoduše tedy předpokládá, že to, co mluvčí řekl, musí mít v daném kontextu nějaký význam, že nejde jen o chybu nebo prázdné „tlachání“ (Olson podle Dews, Winner, 1999, s. 1596). Brône (2008) k tomuto mechanismu dodává, že v některých typech humoru (včetně ironie) je pointou nebo zdrojem zábavy deautomatizace procesu porozumění, kde je jednotlivým složkám významu (pragmatickým, sociokulturním apod.) přiřazena nová nebo méně obvyklá role.

Z vícestupňových teorií (MSP), které pracují s vyvoláním více významů u obrazných vyjádření, vychází i teorie mentálních prostorů (Mental Spaces Theory – MST). Umožňuje

lingvistům stejně zpracovávat širokou škálu problematických sémantických i pragmatických fenoménů, jakými jsou nepřímé komunikační strategie, používání kritiky/pochvaly opakem nebo např. verbálního humoru. „Mentální prostory představují malé samostatné konceptuální struktury, které se prolínají, když myslíme a mluvíme, a dovolují reorganizaci našich diskurzních a znalostních struktur,“<sup>31</sup> (Fauconnier podle Brône 2008, s. 2031). Tyto mentální prostory reprezentují různé *reality* – světy, ve kterých by jednotlivé významy měly smysl. Brône (2008) je označuje jako nepřímá echa, která dohromady skládají plný význam slov včetně všech pragmatických zabarvení (tzv. *layered meaning* = *vrstvený význam*). Vrstvený význam rozkládá celý obsah slova na složky, které tvoří pyramidu. Základna, tedy nejrozšířenější a nejobvyklejší význam, na sobě nese další a další méně obvyklé významy, které se při standardním procesu osvojování jazyka otevírají po osvojení významu na nižší úrovni.<sup>32</sup>

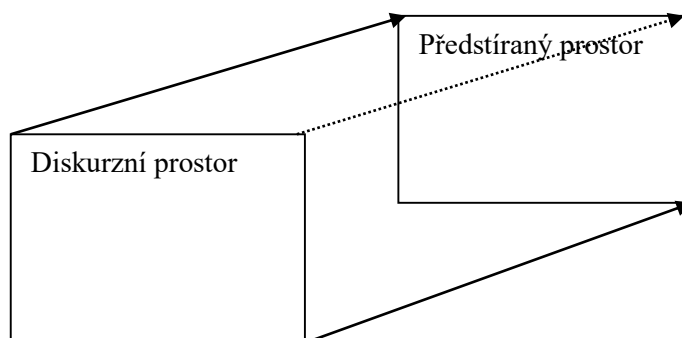
Samotný komunikační akt se také rozvrství: Vedle aktuálního, *diskurzního prostoru* (angl. *discourse base space*), ve kterém se promluva odehrává, vzniká *prostor předstíraný* (angl. *pretence space*) (viz Obr. č. 6 – *Prostory komunikačního aktu*):

---

<sup>31</sup> „Mental spaces are small conceptual structures that proliferate when we think and talk, allowing a fine-grained partitioning of our discourse and knowledge structures.“

<sup>32</sup> Tuto teorii zde uvádíme pouze pro ilustraci vztahů jednotlivých významů, uvědomujeme si, že na jedné základně může stát více významů na stejné úrovni. Stejně tak jsme si vědomi, že například při osvojování cizího jazyka si můžeme osvojit dříve přenesený význam než obecně rozšířený význam doslovný. Vrstvený význam ale předpokládá, že k úplnému pochopení, včetně veškerých konotací a pragmatických rozměrů, může dojít pouze v případě, kdy do detailu známe obsah původní, všeobecně rozšířený a obvyklý, neboť jsou vždy vzájemně svázané.

**Obr. č. 6 – Prostory komunikačního aktu**



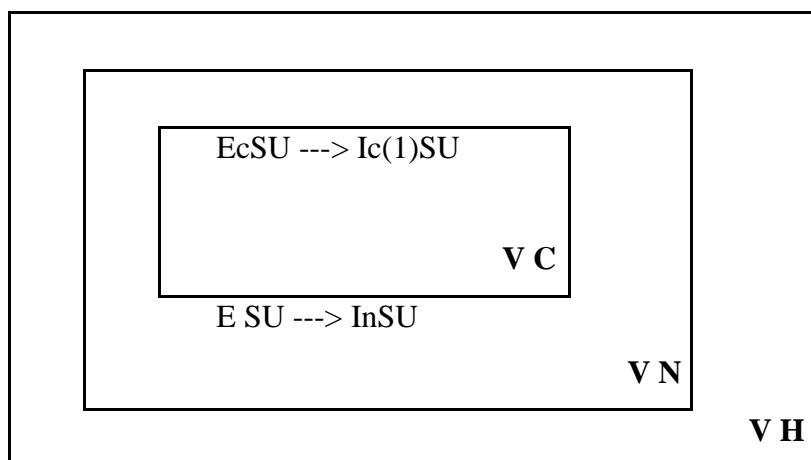
*Mluvčí v diskurzním prostoru vytvoří předstíraný prostor ve chvíli, kdy zavdá adresátovi záminku soustředit se na jiný než obvyklý význam. Adresát pokračuje ve své interpretaci výpovědi v rovině předstíraného prostoru a zároveň čerpá informace z prostoru diskurzního (podle Brône, 2008).*

Brône vysvětluje, že v případě humoru (a my dodáváme, že i v případě ironie a dalších nedoslovných vyjádření – zde viz např. Partington, 2007)<sup>33</sup> je to právě vědomí publika, že zobrazovaná postava (tj. ta, jejíž interpretaci mluvčí představuje v předstíraném prostoru, ale distancuje se od ní v prostoru diskurzním) přijala odlišnou interpretaci nějakého děje nebo události ve světě daného příběhu, než jakou si zvolilo publikum. Humorný efekt (nebo efekt ironie, metafory, ...) stojí právě na tomto rozdílu (Brône, 2008). Podrobněji celou podstatu účinku znázornil v následujícím schématu (Obr. č. 7 – *Vícevrstevný proces porozumění u nedoslovných vyjádření; a, b*):

<sup>33</sup> Partington se v této práci např. zabývá vztahem mluvčího k dictu a implicatu. Ztotožňuje se s myšlenkou Ervinga Goffmana, který označuje ironického spíkra ve vztahu k dictu za pouhého zprostředkovatele (angl. animator), zatímco ve vztahu k implicatu za řídicí subjekt (angl. principal) výpovědi. Jde zde tedy o dvě role, kterých si musí být adresát promluvy vědom, aby ironii pochopil.

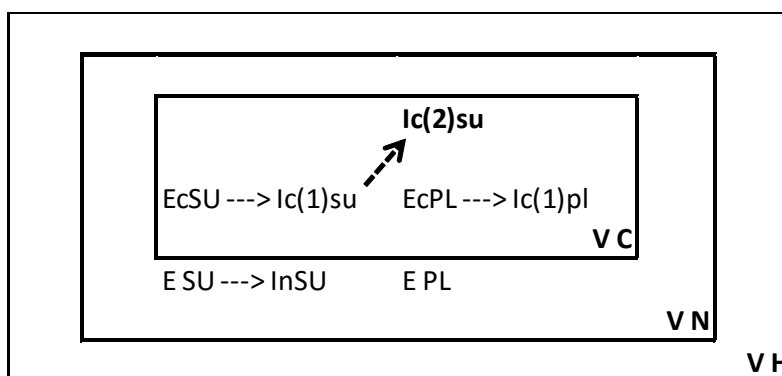
**Obr. č. 7 Vícevrstevný proces porozumění u nedoslovných vyjádření**

a. Situace v okamžiku vyprávění



*Mluvčí vypráví „příběh“ v prostoru VN (view of the narrative story, úroveň příběhu), který je tvořen aktuální komunikační situací. VN je součástí prostoru VH (view of the hearer, úroveň posluchače). VH je prostorem nadřazeným, tvoří ho vedle komunikační situace i znalosti posluchače, jeho vjemy apod. Pozornost publika je upřena k prostoru VC (viewpoint of a character, úroveň postavy – ve smyslu postavy, za kterou se mluvčí vydává a od které se zároveň distancuje). VC se odehrává ve VN, je vlastním předmětem vyprávění. Mluvčí vypráví vtip nebo jiný typ nedoslovného vyjádření (E SU) a nastíní jeho interpretaci (InSU). V tuto chvíli jsou E SU a InSU prakticky totožné s pohledem postavy příběhu VC (tedy E SU = EcSU a InSU = Ic(1)SU).*

b. Situace ve chvíli představení zápletky

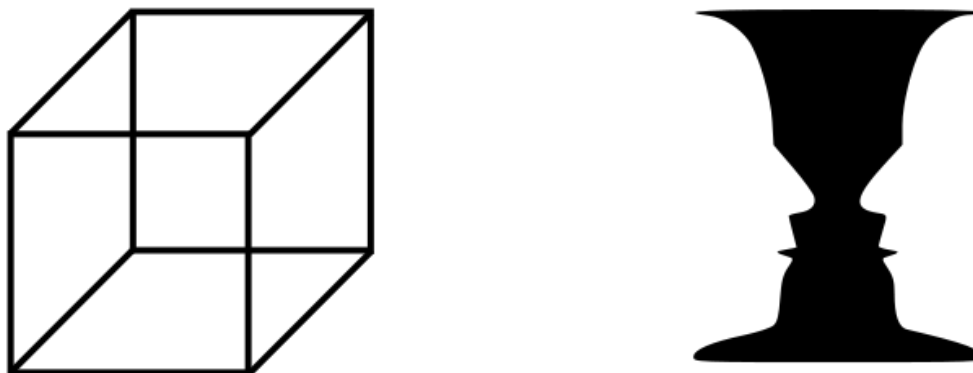


*Jakmile posluchač slyší/pochopí zápletku (E PL), nesoulad jednotlivých perspektiv začne být zřejmý. Předpokládaná (obvyklá, doslovná apod.) interpretace příběhu postavou ve*

*VC, tedy  $Ic(1)SU$ , je nahrazena interpretací  $Ic(2)SU$ , která je v daném kontextu méně obvyklá. Tím získá komunikace ve světě VC novou zápletku  $EcPL$ , která je nově interpretována jako  $Ic(1)pl$  a liší se od toho, jak by  $E PL$  chápal vypravěč, což je pro posluchače zdrojem humoru nebo rozšířením významu dané nedoslovné výpovědi. „Jinými slovy mluvčí upozorňuje na nepřiměřenost této nové interpretace tím, že vytvoří další prostor ve svém vyprávění. V něm předstírá, že sám přijal tuto interpretaci, ale zároveň ji v reálném prostoru svého vyprávění odmítá,“ (Brône 2008, s. 2040).*

Z výše uvedených skutečností vyplývá, že aby posluchač odhalil humorný potenciál tohoto nesouladu, musí být vlastně schopen *superporozumění* (z angl. hyper-understanding), které mu umožňuje jeho postavení vně VN. Jen pokud si je vědom existence více vrstev, a tedy i více možných interpretací a jejich přiměřenosti, může plně pochopit dané nedoslovné vyjádření (Brône, 2008). Brône (tamtéž) tuto schopnost ilustruje na typu optických vjemů, kdy je možné jeden obrázek vidět dvěma způsoby, jestliže jsme schopní oddělit jednu část jako pozadí a druhou považovat za motiv a naopak (FGR, figure-ground reversal) – viz Obr. č. 8 – *Typické FGR příklady*:

**Obr. č. 8 – Typické FGR příklady**



*Zdroj: Wikipedia commons, <http://en.wikipedia.org/wiki/File:Multistability.svg>*

Podle teorie GTVH představuje FGR jeden z logických mechanismů naší mysli. Obr. č. 8 bývá mylně spojován s optickými klamy, jde přitom o důmyslnou schopnost naší mysli vnímat jednu realitu z více úhlů pohledu. Tato dovednost se zlepšuje s přibývajícím zkušenostmi s podobnými jevy, ale nesmíme zapomínat, že ani u velmi zkušené mysli nemusí být všechny

významy dostupné. Vrátime-li se zpět k nedoslovným vyjádřením, je nutné upozornit, že při každém použití libovolného nedoslovného vyjádření riskuje mluvčí nepochopení. A to dokonce i v případě, že další, skrytý význam různými prostředky signalizuje (viz také kapitola 2.4 věnovaná neverbální komunikaci). Důvodem nepochopení, a tedy neúspěchu dané komunikace může být jednak nezřetelnost signálů, jednak jejich odlišnost od konvence komunikačního partnera jak na úrovni individuální, tak mezikulturní (pro příklad viz Tannen, 2005, s. 29–33). Svou roli sehrávají i vnější okolnosti komunikace, jakými jsou prostředí, ve kterém se konverzace odehrává, zdravotní stav komunikačních partnerů, jejich aktuální nálada a celá řada dalších faktorů, jež mohou ovlivnit vnímání signálů i významu samotné promluvy.

Dalším důvodem nepochopení může být i opačný případ, kdy si posluchač vyloží doslovné vyjádření jako nedoslovné, ačkoliv to nebyl záměr mluvčího – jde opět o výpovědi, které v dané situaci mohou mít význam doslovný i obrazný, tedy typ, který testovaným trval déle v případě přenesených reakcí navzdory jednoznačnému kontextu (viz Katz et al., 1998). Katz (tamtéž) připomíná Gibbsův pokus s ironickými výpověďmi, který ukázal, že lidé rychleji porozumí nezáměrné ironii, než sami vyprodukují ironii záměrnou. Mluvčí tedy může zmýlit své publikum tím, že použije v situaci, která je pro nedoslovný význam typická, signály nebo jen slova obvyklá při nedoslovném užití. V rámci svých vlastních zkušeností a osvojených vzorců chování adresát výpověď vyhodnotí chybně.

## 5 Ironie

Jedním z nejčastěji používaných prostředků z řad nedoslovného vyjadřování je ironie. Dewsová a Winnerová vypočítávají, jak často je jejímu působení vystaven běžný Američan: „V soudobých populárních televizních pořadech zazní průměrně čtyři ironické výpovědi během pouhé půl hodiny; většina z nich má podobu ironické kritiky spíše než pochvaly (...), člověk, který se denně dívá dvě hodiny, slyší přibližně 5 800 exemplářů ironie za rok. Čtenáři soudobé americké literatury se navíc s ironií setkají na každé čtvrté stránce,“ (Dews, Winner, 1999, s. 1580).<sup>34</sup> K tomu je nutné připočíst ironii v běžných konverzacích – bez ní jsou čísla výše značně podhodnocená. Ironie je tedy jevem hojným, který se stal součástí lidské komunikace natolik, že ho leckdy přijímáme automaticky a bez povšimnutí. Jde přitom o figuru velmi komplikovanou z hlediska definice, produkce i percepce.

V této kapitole představíme problematiku lingvistických definic ironie, zrekapitulujeme poznatky ze stěžejních prací k problematice a představíme některé zajímavé postřehy zahraničních lingvistů. Následně zmapujeme práce věnované ironii v češtině a zformulujeme úkoly této práce, které budou podrobně rozebrány v praktické části dizertace.

### 5.1 Definice pojmu ironie a jejich limity

Na nejobecnější rovině můžeme říci, že jde o jazykový jev vyjadřující postoje a nálady mluvčího, které ale samotná jazyková materie nevyjadřuje. V průběhu let charakterizovali lingvisté ironii různými způsoby, např. z hlediska sémantiky (Cutlerová, 1974), z pragmatického úhlu pohledu (Grice, 1989), jejím vztahem ke kooperačnímu principu (např. Leech, 1983; Nekula, 1990) nebo pomocí echoické interpretační teorie (Sperber, Wilson, 1986). Všechny tyto a mnohé další teorie (pro podrobný přehled viz Kalbermatten, 2006) se shodují, že ironie je specifická tím, že její forma se obvykle neliší od „běžného“ vyjadřování, ale přesto do konverzace vnáší další význam (viz např. Gibbs, 2000; Kumon-Nakamura, Glucksberg, Brown, 1995; Leggitt, Gibbs, 2000). Podmínkou jejího odhalení (a tím i existence, neboť ironie, která nebyla nikým pochopena, přestává být v konečném důsledku ironií) je přítomnost nějakého ironického signálu, který mluvčí do své promluvy umisťuje, aby naznačil adresátovi, že význam slov je *ironicky posunut* (Trost, 1997, s. 81). Kalbermattenová (Kalbermatten, 2006)

---

<sup>34</sup> „In contemporary popular television shows, an average of four instances of verbal irony occur every half hour; most of these are in form of ironic criticism rather than praise (...), a person who watches two hours of popular television per day would be exposed to approximately 5800 instances of irony a year. In addition, readers of contemporary American literature are exposed to approximately one instance of irony every four pages.“

ve své práci upozorňuje, že ačkoliv se lingvisté z různých směrů vždy pokoušeli přijít s přesnou definicí, jejich snaha ztroskotala – ironii nelze vymezit nějakým atributem, je vždy charakterizována skupinou atributů, z nichž mohou, ale nemusí být vždy přítomny všechny a nejčastěji také nejsou. Stejný názor zastává i Lagerwerf (2007) – ironie je natolik komplexní jev, že ji nelze zastřešit jednoduchou charakteristikou. Kalbermattenová (Kalbermatten, 2006) navíc upozorňuje, že většina teorií nevysvětluje, proč mluvčí vlastně ironii používají, což je podle ní pro komunikaci mnohem zásadnější otázkou než definice pojmu.

Vážným nedostatkem velké části definic je také skutečnost, že převážná část dosud provedených výzkumů pracovala s ironickými výpověďmi uměle izolovanými. Pokud se tedy podařilo pro tyto případy vytvořit jasnou definici, obvykle neobstála ve všech případech ironie, která se objevila v běžných konverzích. Kalbermattenová (Kalbermatten, 2006) v souladu s Cliftovou (Clift, 1999) k tomu podotýká, že právě běžná konverzace je primárním prostředím, ve kterém ironie vzniká a funguje. Cennými zdroji informací jsou proto zejména práce založené na analýze reálných konverzačních situací (např. Tannenová, Cutlerová nebo Gibbs).

Spíše než pátrat po slovníkové definici je důležité si uvědomit, že užívání ironie se řídí svými pravidly *společenskými* (např. Nekula, 1990, dokládá, že nejčastěji jsme ironičtí ve společnosti lidí nám známých a nějakým způsobem blízkých; tento názor zastávají i mnozí další lingvisté – srov. např. práce Tannenové, Kalbermattenové, Gibbse nebo Lakoffové), *kognitivními* (Filippová a Astingtonová /Filippova, Astington, 2008/ dokumentují, že ne každý člověk toto nedoslovné vyjadřování chápe a používá – nejde tedy o základní funkci jazykového vyjadřování ani o společenskou konvenci, kterou se lze bez problému naučit), ale i *vývojovými* (Filippová a Astingtonová se dlouhodobě věnují schopnosti dětí detekovat a používat ironii v závislosti na rostoucím věku, a tedy i zkušenosti s jazykem).

Možnost mechanicky se ironii a její pravidla naučit komplikuje ale fakt, že existuje mnoho typů ironie (srov. Creusere, 2000; Gibbs, 2000; Kumon-Nakamura et al., 1995; Leggitt, Gibbs, 2000), a jak se shoduje většina jazykovědců, jednoznačné rozpoznání ironie umožňuje zejména rozpor mezi sdělovaným a skutečným stavem věcí. Pomoci nám mohou zkušenosti s fungováním daného jazyka v komunikaci – zautomatizujeme si některé signály, které v kombinaci se sdělením a kontextem nebo jen naší znalostí ironického mluvčího nás na ironii upozorní. Jde ale o dlouholetý proces, který navíc nikdy nedospěje k dokonalosti. Každý z nás se po celý život bude ocitat v situacích, kdy jeho ironie nebude pochopena, nebo naopak sám nějakou ironii nepochopí či si ji „vyfabuluje“.

V naší komunikaci je možné popsat určité ironické vzory, dalo by se mluvit o několika prototypch (Utsumi, 2000), po kterých lidé nejčastěji sáhnou, chtějí-li být ironičtí (viz např. Gibbs, 2000; Leggitt, Gibbs, 2000; Pospíšilová, Filippová, 2011). Tyto vzory zahrnují jak ironii negativní (kritika, zesměšnění), tak pozitivní (škádlení, zlehčení situace), ale i neutrální (varování, poučení – mluvčí není emocionálně angažován, pouze konstatuje, jak se věci mají a jaký byl očekávaný stav – viz Rýparová, Filippová, připravuje se).

Na základě všech výše uvedených faktů si dovoluujeme problematiku definice ironie omezit pouze na stanovení definice používané v této práci a několik dalších pohledů, které mohou usnadnit popis ironických výpovědí. Zájemce o podrobný přehled studií v této oblasti opět odkazujeme na vynikající soupis doktorky Kalbermattenové (Kalbermatten, 2006).

### **5.1.1 Vymezení ironie použité v této práci**

S ohledem na různorodost množiny zastřešené pojmem ironie se definice ironie použitá v této práci omezuje na Attardovu klasifikaci ironické výpovědi. Attardo (2000, s. 817) stanovuje pět podmínek, které musí výpověď splňovat, aby bylo možné ji hodnotit jako ironickou (*V* = výpověď hodnocená jako ironická):

1. *V* je v kontextu nemístná
2. *V* je zároveň relevantní
3. *V* je interpretována na základě faktu, že byla vyslovena záměrně a s vědomím její nemístnosti
4. Mluvčí počítá s tím, že posluchač bere na vědomí body 1–3
5. V některých případech neplatí body 3 a 4, a to pokud posluchač sám vytváří *V* – mluvíme zde o nezáměrné ironii<sup>35</sup>

Ze stejného hlediska kontextu a relevance klasifikuje ironii i Lagerwerf (2007).<sup>36</sup>

První čtyři Attardovy podmínky se objevují také v teorii skrytého projevu (Utsumi, 2000), i když v pozměněné podobě. Za základní atribut ironie označuje existenci ironického

---

<sup>35</sup> Attardem označené ironické výpovědi popsané v podmínce č. 5 nejsou primárně předmětem bádání v této práci.

<sup>36</sup> Ironii popisuje jako: „(...) an utterance that is inappropriate, but relevant in the given context,“ (Lagerwerf, 2007, s. 1706)

prostředí a jeho implicitní odraz ve výpovědi (tzn., že výpověď není vytržená z kontextu a je v něm relevantní – ve smyslu odůvodnitelná, pochopitelná – Attardovy podmínky 1 a 2). Samotnou ironičnost hodnotí Utsumi z hlediska pěti faktorů, kterými jsou:

1. Stupeň odrazu původního očekávání
2. Stupeň pragmatické neupřímnosti
3. Stupeň nepřímého vyjádření negativního postoje
4. Stupeň na kontextu nezávislé vhodnosti (zda jde o ironii pozitivní nebo negativní)
5. Stupeň manifestace původního očekávání

(= Attardovy podmínky 3 a 4).

S odrazem původního očekávání pracuje i echoická teorie<sup>37</sup> Sperbera a Wilsonové (Sperber, Wilson, 1986), kteří se zaměřili na případy ironických výpovědí, které nejsou opakem reálného sdělení, ale situaci např. jen zlehčují („je trochu našťvaný“ řečeno o někom, kdo zjevně zuří). Sperber a Wilsonová také upozorňují, že častěji jsme svědky toho, že se v ironii proměňují výpovědi pozitivní (*Ty jsi ale chytrák!*) než negativní (*Tobě to opravdu vůbec nemyslí!*), protože jsou v mnoha kulturách a společenstvích přijatelnější, a tedy i častěji vyslovované (viz i sekce Výsledky této práce, kde čistě humorný scénář působil respondentům více problémů než příběhy s vyšší mírou kritiky). Lagerwerf (2007) upřesňuje, že důležitou roli s ohledem na účinnost ironie hrají společná očekávání producenta i příjemce. Například pokud osoba A slíbí osobě B, že jí s něčím pomůže, očekává se od A, že slib dodrží a skutečně pomůže. Pokud to A nedodrží a B přesto použije větu: „Díky za pomoc!“ odkazuje tím B k původnímu slibu A a očekávání, které ze slibu vyplynulo. Pokud by původní slib A chápala jako slib pouze osoba B, účinek ironie by mohl přerůst v hádku o významu původní výpovědi nebo by se A mohl nad poděkováním B pozastavit, ale narážku nepochopit a pominout.

Podrobněji problematiku rozporu mezi slibem A, očekáváním B a vysloveným poděkováním rozkrývá teorie negace a kontrastu (Partington, 2007). Ta ironii pojímá jako výraz „nenaplněných očekávání“,<sup>38</sup> kdy vyslovené je ideálním stavem věcí, který umocňuje kontrast mezi tím, co nastalo, a tím, co se mělo stát. Partington sem doplňuje také pojem „pravdě podobná ironie“,<sup>39</sup> který popisuje výskyty ironie, kdy se mluvčí od svého výroku nijak

---

<sup>37</sup> V angl. echoic mention theory.

<sup>38</sup> Angl. defeated expectation.

<sup>39</sup> Partington (2007) volí angl. pojmy „true-seeming irony“ nebo „verisimilar irony“.

nedistancuje, dokonce může být výrok i stoprocentně pravdivý (např. matka řekne v neuklizeném pokoji svého syna: „*Já mám tak ráda pořádné děti!*“).

### 5.1.2 Další způsoby popisu ironie

Označíme-li skupinu promluv štítkem ironie, zjistíme, že vzniklá množina je značně nesourodá a lze ji dále třídit. Za jedno z nejzákladnějších můžeme považovat Attardovo (2000) dělení ironie na **negativní** (někdy označována jako klasická ironie, obvykle vyjadřuje kritiku) a **pozitivní** (tedy škádlení, cílem je pozlobit adresáta, mluvčí proto říká něco negativního, ale jeho sdělení je pozitivní). Podle Cliftové (Clift, 1999) je pozitivní ironie často opomíjena a vědci se soustředí pouze na ironii negativní. Například Utsumi (2000) pozitivní ironii za ironii nepovažuje vůbec, s „pravou“ ironií ji podle něho pojí pouze kontrast mezi doslovným a intendovaným významem. Cliftová (Clift, 1999) takový názor odmítá a podotýká, že ironie je mnohem flexibilnější, než by se mohlo zdát, a může dosáhnout mnoha účinků, nejen kritiky nebo zlehčení.

V některých pracích můžeme negativní ironii najít pod označením **sarkasmus**. Tento pojem ale rozděluje lingvisty na tři tábory. Zatímco pro jednu skupinu výzkumníků označují pojmy *ironie* a *sarkasmus* jeden a ten samý jev, a zastávají tedy názor obvyklý mezi laiky (např. Toplak, Katz; Attardo; Sperber, Wilson), druhá skupina tvrdí, že jde o jevy rozdílné a rozlišitelné (např. Brown, Haiman). Zbylí se přiklánějí k pojetí sarkasmu jako podmnožiny ironie (např. Gibbs; Filippová, Astingtonová) – s tímto pojetím pracuje i tato práce a dále bude pojem ironie vždy zahrnovat i typ „sarkasmus“.

Cutlerová (1974) rozlišuje ironii **spontánní** a **vyprovokovanou**. První typ vzniká okamžitě, mluvčí jí dává najevo svůj aktuální emocionální stav – klasický případ *To se ti teda povedlo!* Druhý typ se vrací k nějakému bodu konverzace, který byl vysloven dříve a který nyní situaci vůbec neodpovídá – *Samozřejmě, že jsi ty dveře zamkl.* naráží na dřívější tvrzení člověka, který měl dveře zamknout a neudělal to.

Myers Royová (dle Kalbermatten, 2006) se dívá na ironii z pohledu sociálních vazeb a dělí ji na **inkluzivní** (jejím cílem je posílení sounáležitosti skupiny, je projevem důvěry) a **exkluzivní** (mluvčí posiluje vlastní pozici na úkor „publika“, jedinec se vyděluje). Ve své práci Myers Royová dospěla k závěru, že ironie se všeobecně nejčastěji objevuje v komunikaci

soudržných skupin, kde posiluje určitou vnitřní solidaritu, nebo naopak vymezuje danou skupinu vůči okolí.

Opomenout bychom neměli ani dělení na ironii *explicitní* (výpovědi, ve kterých mluvčí přímo označují něco za „ironické“) a *implicitní* (slovo „ironie“ nebo „ironický“ apod. není zmíněno). Explicitní ironii věnovali vědci (Barbe, 1993; Partington, 2007; srov. též Nekula, 1990)<sup>40</sup> hodně pozornosti. Shodují se na tom, že účinek této „ironie“ se do značné míry liší, popisuje spíše situaci jako takovou než mluvní akt. Partington (2007) upozorňuje na složku „překvapení“ a „paradoxu“, které dávají mluvčímu punc zajímavosti a dramatičnosti: *Člověk by čekal, že se stane X, ale něco vám teď řeknu: Stal se úplný opak!*<sup>41</sup> Promluva pak působí napínavěji, leckdy až afektovaně (překvapení z vývoje situace je přehráváno), ale adresát je zaujat. Proto je také verbální zmínka o ironii oblíbeným řečnickým nástrojem. V případě implicitní ironie, která se o pojmu *ironie* vůbec nezmiňuje, hraje roli kontrast mezi vysloveným a kontextem. Je zde důležitá kooperace mluvčího s publikem. Ironie je mluvčím „vytvořena“ a adresátem „rekonstruována“ – příjemce si znovu skládá pravý úmysl mluvčího, který producent zakódoval. Jestliže není ironie pochopena posluchačem, přestává být ironií.

S ohledem na další dělení ironických výpovědí popsaná v tomto oddílu upřesňujeme, že předmětem této práce je ironie negativní i pozitivní, spontánní i vyprovokovaná, ale pouze ironie implicitní. Její inkuzivita nebo exkluzivita jsou jedním z hodnocených faktorů u vybraných ironických výpovědí, které byly součástí dotazníkového šetření.

## 5.2 Motivace ironického mluvčího a jeho záměr

Ironie bývá zařazována do kapitol o obrazném vyjadřování. Stejně jako metaforu ji stále současná lingvistika považuje spíše za otázku stylu, ozvláštění promluvy, zakrytí skutečného významu.<sup>42</sup> Cacciariová (Katz et al., 1998) toto odmítá – metafora (a stejně tak ironie), může být sice nahrazena doslovným výrazem, ale její plnou pragmatickou funkci přímé pojmenování věci (situace) nezachová. Obrazné pojmenování má *překlenovací* funkci (z angl. bridging, Cacciariová in Katz et al., 1998) – propojuje zdánlivě nesrovnatelné nebo nesouvisející

---

<sup>40</sup> Nekula (1990) zmiňuje absenci performativní formule typu „ironizuji tě tímto“ a dále se věnuje a upozorňuje na neexistenci explicitních signálů ironie.

<sup>41</sup> „Someone (you – me – a third party – the world) thought things were in such way. Let me tell you this: they were really in quite a different way altogether.“ Důležité je tu právě zdůraznění role mluvčího jako zprostředkovatele „šokující“ pravdy.

<sup>42</sup> Jedná se většinou o práce zabývající se ironií pouze okrajově, např. Hirschová (2013).

subjekty a význam pojmenování rozšiřuje o další informace.<sup>43</sup> Sweetser (dle Cacciariové) to vysvětluje tím, že kategorie v jazyce jsou uměle vytvořené pro širší účely, ale naše vlastní kategorizace závisí více na našem vnímání světa než na schopnosti svět pojmenovávat, své okolí vnímáme prostřednictvím věcí, jejich vlastností (barva, druh pohybu, tvar) a pocitů, které se mohou zpravidla pojit k více skutečnostem (Cacciariová, tamtéž). To nám dává možnost vyjádřit slovy to, co nelze vyjádřit snadno doslovně. Obrazná vyjádření jsou tak působivější a živější, vykreslují lépe skutečnost a ukazují i na emoce spojené se sdělovaným. Ironie tak pomáhá zdůraznit určité aspekty reality, které zároveň konstituuje.<sup>44</sup> Mluvit tedy o ironii jako o způsobu, kterým chce mluvčí ozvláštnit svůj projev, je velmi zkreslené, dá se říci, že jde o motivaci okrajovou až výjimečnou.

Ironie se svou povahou od ostatních ozvlášťňovacích prostředků (ve stylistickém slova smyslu) výrazně liší. Obvykle vychází z aktuální komunikační situace a její podoba, četnost i účinek závisí do velké míry na osobnostních rysech mluvčího i adresáta. Jen v ojedinělých případech dochází k její konvencionalizaci. Hirschová (2013, s. 263) sice uvádí některé formální rysy ironických výpovědí (zejména kombinace hodnotících výrazů s intenzifikátory a modální částice primárně zdůrazňující upřímnost výpovědi, v kontextu ale zvyšující nesoulad), nejde ovšem o jednoznačný klíč k určení ironie, pouze o možné rysy ironické výpovědi. Slovy Partingtona (2007, s. 1557): „Ironie se jen tak sama o sobě v nějaké situaci neobjeví, ale musí být zkonstruována ironickým mluvčím.“<sup>45</sup>

Centrální otázkou v oblasti zkoumání ironie je, proč mluvčí ironii používají i navzdory velkému riziku, že nebudou protistranou pochopení. Logicky jim ironie musí přinášet benefity, které případný neúspěch vyváží. V kapitole věnované obraznému vyjadřování všeobecně jsme už zmínili, že důvodem pro volbu nedoslovné figury může být ponechání si určitého manipulačního prostoru. Leech (1983) tuto funkci ironie v komunikaci popisuje termínem *ironický princip*, který je exploatací principu zdvořilostního – ironie nám dovoluje říct svůj nezdvořilý názor, aniž bychom museli náš objekt explicitně kritizovat. Jde tedy o „otevřeně neupřímnou zdvořilost substituující nezdvořilost,“ (Leech in Hirschová, 2013). Druhým zjevným důvodem je výše zmíněný kontrast, který zesiluje sdělení mluvčího. V obou případech

---

<sup>43</sup> Cacciariová uvádí příklad metafory „cesta – had“, kde si čtenář okamžitě představí klikatou cestu, hladkou, tichou, ležící klidně v trávě, vyhřívající se na slunci atd. Jediné slovo použité v jiném než obvyklém kontextu na základě určité podobnosti obsáhne všechny možné přívlastky a složitý doslovný popis.

<sup>44</sup> Tuto myšlenku cituje Cacciariová v souvislosti s metaforou (Black in Katz et al., 1998, s. 135). V případě ironie jde ale prakticky o paralelní situaci.

<sup>45</sup> „Irony does not somehow exist in a situation but has to be construed by the ironist.“

hraje roli postavení mluvčího v dané komunikační situaci. Vrátime-li se k rozboru večere na Den díkuvzdání, Tannenová (Tannen, 2005) zjistila, že četnost ironických promluv je ovlivněna nejen osobností řečníků (zda jsou extroverti, introverti, tiší, upovídání, sebevědomí, nesmělí, nervózní, ...), ale i jejich postavením a sociálními vazbami – Chad, který byl na večeři přiveden a nepatřil do skupiny kamarádů, ironii užíval vzhledem ke své mluvní aktivitě výrazně méně než ostatní hosté. Ke stejným závěrům dospěla i Müllerová (1986). Průzkum Rýparové a Filippové (připravuje se) potvrdil, že použití ironie je přijatelné mezi lidmi blízkými, respondenti ji ale nepovažovali za vhodnou ani v hovoru s cizími lidmi, nadřízenými, dětmi nebo v oficiálním kontaktu, např. na úřadech. Jinými slovy se pokusné osoby vždy ohlížely na to, zda si mohou v daném okamžiku ironii dovolit nebo ne (srov. též Hirschová, 2013, s. 262–264).

Z tohoto důvodu také považujeme motivaci manipulačním prostorem za méně významnou (nikoliv však nevýznamnou), protože ji lze potvrdit v menším množství situací a částečně popírá podstatu ironie (tj. že narozdíl od lži mluvčí signalizuje, že svou promluvu ironicky posunul). Pokud si nechává manipulační prostor, aby mohl „změnit“ svůj názor nebo se vyhnul konfliktu, znamená to, že záměrně nesignalizuje adresátovi, že mluví ironicky, nebo jsou jeho signály záměrně neprůkazné. Uvedme si klasický případ z Jirotkova *Saturnina*. Teta Kateřina si po příjezdu do dědečkova sídla stěžuje u Saturninova pána, že je na ni sluha drzý. Saturnin jí oponuje, že ji pouze pozdravil *Má úcta.*, teta ale trvá na svém. Saturnin se na ni prý podíval a řekl *No, maúcta!*. Teta spor prohrála, protože neměla důkaz, že sluha řekl něco nezdvořilého. Její příbuzní ovšem věděli, že Saturnin skutečně byl ironický, protože stejně jako oni z tetina příjezdu nemohl mít radost. Tento příklad ilustruje dvě skutečnosti. Jednak to, že k ironii saháme ve chvíli, kdy víme, že si ji můžeme dovolit (např. víme, že nás podrží okolí, že ironii příliš neriskujeme,<sup>46</sup> že nás adresát pravděpodobně nepochopí nebo že nebude mít pro ironický význam dostatek důkazů /viz také např. Katz et al., 1998, s. 140–142/ atd.), jednak že ironie může posílit vzájemné vazby ve skupině (Saturnin, jeho pán, dědeček a pozvaní přátelé) nebo naopak někoho z ní vyloučit (teta Kateřina). Hirschová (2013, s. 262) v této souvislosti také připomíná moc sebeironie *bořit ledy* a snižováním nebo znevažováním sebe sama posilovat pouto mezi mluvčím a jeho okolím.

---

<sup>46</sup> Hirschová (2013) zde uvádí příklad, kdy jsou si mluvčí a jeho oběť natolik blízké, že mluvčí může být předstíraně nezdvořilý (např. *No tys nám tu teda chyběl!*). Výpověď je pak zdrojem humoru, může být i lehce kritická, ale obvykle nevede ke konfliktu.

Ironická průpovídka může být mířena proti konkrétní přítomné oběti (teta Kateřina, mluvčí sám) nebo míněna neadresně, případně směřována k někomu, kdo není osobně v místě promluvy. Kreuz ve svém výzkumu prokázal, že přítomnost oběti významně mění pohled respondentů na vhodnost ironické poznámky (Kreuz et al., 1999). Pokud je objekt ironické výpovědi přítomen, hodnotí respondenti pozitivněji, pokud mluvčí svou ironií naopak situaci spíše zlehčuje a obrací ve vtip. Podle Gibbse (2000) a Creuserové (Creusere, 1999) tak mluvčí demonstruje svou schopnost sebeovládání, a tedy sílu osobnosti. Ochrání si svou tvář a zároveň může v některých případech pomoci i adresátovi (zlehčí situaci, ztlumí negativní důsledky).

Všeobecně lépe přijímají lidé ironii ve skupině osob, které sdílejí velkou míru společných znalostí – mají tedy *společný základ*<sup>47</sup> (Kreuz et al., 1999). Termín označuje nejen informace vyplývající z toho, že se hovořící nacházejí na stejném místě ve stejném čase (např. prší, je zima, fouká, ...), ale také znalosti o mluvčím, o „oběti“, jejich vlastnostech, minulosti, sociálním zázemí apod. Kreuz považuje tyto sdílené vlastnosti za součást členství v nějaké komunitě, důkaz provázanosti jednotlivých členů. Čím silnější tyto vazby jsou, tím je použití ironie pravděpodobnější. Ironické výpovědi totiž vyžadují vyšší míru spolupráce než ty doslovné – adresát musí aktivně zvažovat záměr mluvčího a jeho přesvědčení a vše hodnotit s ohledem na vztahy mluvčího s adresátem, obětí, ostatními posluchači. Díky celému komplexu těchto informací může mluvčí jasněji vyjádřit svůj postoj k objektu svého komentáře.

Postoj (a tím pádem celá evaluativní složka ironické výpovědi) je jedním z nejdůležitějších znaků ironie (viz např. Partington, 2007; Nekula, 1990; Winner, 1997), který ji odlišuje od ostatních typů nedoslovného vyjádření. Winnerová ukazuje tuto rozdílnost porovnáním s metaforou: „Rozdíl ve funkci spočívá v tom, že metafora se používá hlavně k objasnění, osvětlení nebo vysvětlení něčeho, kdežto ironie se k něčemu vyslovuje, obvykle kriticky,“ (Winner, 1997, s. 7). Na této složce je založena i *evaluativní teorie*<sup>48</sup> (viz např. Partington, 2007), která pracuje s pojmy modalita, postoj, posouzení, přístup apod. Podle této teorie má signalizace vlastního hodnocení dvě sociální funkce:

- 1) Vyjadřuje příslušnost ke skupině (z hlediska žebříčku hodnot, posouzení, co je dobré a co zlé atd.)

---

<sup>47</sup> Angl. common ground.

<sup>48</sup> Z angl. evaluation theory (Partington, 2007, s. 1553).

2) umožňuje řídit, ovládat nebo přímo i manipulovat lidmi ve svém okolí (jasný názor má schopnost přesvědčit)<sup>49</sup>

S tím souvisí druhý důvod oblíbenosti ironie, který považujeme za významnější než ponechání si manipulačního prostoru. Mluvčí svou ironickou výpovědí vytváří *kontrast* mezi tím, jak by to mohlo být, a tím, jaké to skutečně je. To lze nejlépe ilustrovat na příkladu negativní ironie: Řekne-li mluvčí *Skvělé počasí na výlet.*, ačkoliv myslí *Horší počasí už nemohlo být.*, říká nejen to, že se mu počasí nelíbí, ale obohacuje svou výpověď o kontrast mezi tím, jaké počasí očekával a co hodnotí jako „dobré počasí“, a tím, které je. Ironie tento kontrast umocňuje, ironická výpověď má pak větší účinek než význam doslovný. „Mluvčí si nepřejí jen vyjádřit, že následující událost se liší od toho, co očekávali, ale také jak moc se oba stavy liší (Colston, O'Brien, 2000, s. 1566).<sup>50</sup> Partington (2007) zde upozorňuje, že využití kontrastu není vyhrazeno jen případům ironie, která vyjadřuje opak skutečného mínění mluvčího – v případě *pravdě podobné ironie* může spíše mluvit o svých skutečných postojích, ale používá je záměrně v nevhodném kontextu.<sup>51</sup> Kontrast tedy může vznikat jak na straně názorů mluvčího, tak na straně dané situace/kontextu.

Rozdíl mezi očekávaným a nastalým je podle Colstona a O'Briena (2000) zdrojem humoru i vyšší míry kritiky nebo vyjádřením neočekávanosti nastalé situace. Čím je tedy kontrast silnější, tím výraznější jsou i účinky výpovědi. Verbální ironie (negativní i pozitivní) je obecně chápána jako vtipnější,<sup>52</sup> kritičtější, demonstruje očekávání mluvčího i jeho následné zklamání/překvapení z toho, co se skutečně stalo. Zároveň je vnímána jako udržení si vlastní tváře (např. *je sice špatné počasí, ale s tím se musím vyrovnat, to se stává*), narozdíl od doslovných reakcí, které tyto rozměry nemají a mohou signalizovat, že se mluvčí nechal vyvést z míry (např. *je hnusné počasí, nikam se nejede, nic nemá cenu*). V některých případech může kontrast naopak některé pragmatické funkce oslabit – to je případ zlehčování situace nebo její vyhrocení ad absurdum tak, že se důsledek nezdá tak závažný (např. *trošku zmokneme* uprostřed

---

<sup>49</sup> Ironii chápe Partington jako velmi odvážnou strategii posílení vlastního postavení, která je už od dob Aristotela často popisována také jako účinný řečnický nástroj a je stále bohatě využívána i v mediální komunikaci.

<sup>50</sup> „Speakers often wish to not only express that an ensuing event is discrepant from the expected event, but they also wish to express how big that discrepancy is.“

<sup>51</sup> Například již zmíněné – řekne-li matka v neuklizeném pokoji svého dítěte *Jak já mám ráda pořádné děti!* – pravděpodobně je skutečně ráda má, uprostřed nepořádku nese její výrok ale kritiku vůči jejímu dítěti, že pořádné není.

<sup>52</sup> Vtipnost může vyplývat i z použitého lexika. Hirschová (2013, s. 264) dokládá používání výrazů z jiných stylových vrstev, které jednoznačně neodpovídají kontextu. Například označují vznešeně obyčejné věci, jsou přehnaně zdvořilé, uctivé nebo honosné.

bouřky ukazuje na klid a nadhled mluvčího, *pomoc, konec světa!* říká, že může být i hůř a mluvčí si drží dobrou náladu; viz např. Colston, O'Brien, 2000).

### 5.3 Porozumění ironii a její účinky

Pochopení ironie vychází ze stejných principů jako chápání ostatních obrazných pojmenování. Za základní model můžeme považovat schéma úplného porozumění ironii Filippové a Astingtonové (Filippova, Astington, 2008):

1. Příjemce zaznamená doslovný význam
2. Podle dostupných informací (kontextu) určí skutečné přesvědčení mluvčího
3. Ze známých faktů vyvodí, proč mluvčí řekl to, co řekl (= záměr)
4. Odhalí postoj mluvčího

Stejně jako u nedoslovného vyjadřování všeobecně i u ironie jsou vědci rozdělení na dva tábory: na ty, kteří tvrdí, že si jedinec na základě kontextu rovnou volí správný ironický význam (jednostupňový model – SSP), a na ty, kteří různými experimenty prokazují, že si aktivuje nejprve doslovný význam a teprve na základě nesouladu s kontextem mu vytane na mysl význam ironický, tedy nedoslovný (dvou- a vícešupňový model – MSP). Jedním ze zastánců jednotupňového modelu je např. Raymond Gibbs, který porozumění ironii chápe jako proces analogický k její produkci: Mluvčí také vytváří ironii přímo, bez toho, aby si nejprve uvědomoval doslovný význam toho, co chce sdělit, a teprve následně tvořil ironický protějšek své přímé reakce. Podrobněji problematiku rozpracovává Partington (2007), který zavádí termín *ironický rámec*.<sup>53</sup> Ten si jednotliví mluvčí osvojí stejně jako jiné jazykové dovednosti a na jeho základě ironii produkují a analogicky předpokládají, že tak činí i lidé z jejich okolí – tedy pokud někdo říká opak toho, co zjevně vyplývá z kontextu, pak je nejspíš ironický, protože i já sám tak činím, chci-li být ironický. Ironický rámec tak slouží zároveň jako generátor ironie i klíč k jejímu rozuzlení, jakmile subjekt dostane podnět. Kreuz a Glucksberg dokonce říkají, že nemusí jít o jasný podnět. I pouhé podezření, že výpověď může znamenat „něco jiného“, je dostatečným spouštěčem ironické interpretace.

Problém porozumění ironii komplikuje i fakt, že u mnoha výpovědí mluvíme o ironii pouze proto, že mluvčí nebo její adresát ji jako ironickou intuitivně chápe. Případy explicitně vyjádřené ironie vlastně přestávají být ironií v pravém slova smyslu. Má spíše textový význam

---

<sup>53</sup> Z angl. „irony frame“ (Partington, 2007, s. 1549)

– upozorňuje příjemce na dvě informace, které si určitým způsobem odporují (již dříve zmíněný příklad *Není to ironie, že...*). Partington (2007) ale zvažoval, zda by na ironii nemohly poukazovat jiné formy a jejich kombinace. Narážel tu na častý výskyt intenzifikátorů a hyperbol v ironických výpovědích (viz také Hirschová, 2013), což byl také aspekt, který podrobily analýze Pospíšilová a Filippová (2011). Tehdy konzultace s Českým národním korpusem (konkrétně korpuse SYN2005 a ORAL2008) neukázala žádný vzorec.<sup>54</sup> I Partington došel k závěru, že nejde ani tak o spojení intenzifikátoru s ironií, ale o zdůraznění kontrastu. Zesíleny jsou určité složky kontextu, ne ironie sama. Nesoulad mezi kontextem a výpovědí je základní složkou porozumění ironickým projevům (Colston, O'Brien, 2000).

Před přeceňováním role kontextu v porozumění ironii ovšem varují Giora a Fein (2007), kteří sérií experimentů testovali vliv komunikační situace, v případě kontextu slabého a silného, který byl dokonce ještě posílen jinou ironickou poznámkou, což zvyšuje očekávání další ironické výpovědi v následné výměně replik (Partington, 2007; viz též jeden z předtestů k experimentu č. 1 v práci Giory a Feina, 2007), postavili proti sobě hypotézu očekávání<sup>55</sup> a hypotézu nejcharakterističtějšího významu (GSH) a zjistili, že úkoly týkající se ironických promluv zabraly respondentům vždy více času než úkoly s výpověďmi doslovnými bez ohledu na to, zda kontext jasně naznačoval, že promluva je s největší pravděpodobností ironická, nebo zda takové indicie postrádal.<sup>56</sup> Giora a Fein tyto experimenty použili jako důkaz komplexnosti procesu dešifrování ironie, jehož jedním stadiem je vždy doslovný význam (jedinou výjimkou je tzv. mrtvá ironie, jejíž význam ironický je užíván natolik často, že význam doslovný je potlačen a stává se tím méně výrazným, a tedy později aktivovaným). Některé charakteristické významy jednotek výpovědi odolávaly všem vlivům kontextu a vedly pozornost posluchače jedním směrem, bez ohledu na kontext (Giora, Fein 2007).

Větší část jazykovědců zabývajících se ironií se kloní k MSP. Giora (in Norrick, 2003) rozděluje proces úspěšného porozumění ironii do dvou fází:

1. Iniciální fáze – v souladu s GSH nejprve vyvolán nejcharakterističtější význam, následně ty další

---

<sup>54</sup> Důvodem mohlo být kvantitativní i kvalitativní omezení korpusů (počet zahrnutých textů je omezený, navíc je ironie spojována spíše s hovorem ve společnosti osob blízkých, které nejsou autorům korpusu snadno dostupné).

<sup>55</sup> Z angl. expectation hypothesis (Giora, Fein, 2007)

<sup>56</sup> Giora a Fein testovali rychlost čtení i reakční čas respondentů; před každým experimentem provedli několik předtestů, aby zkontrolovali, zda samotný testovací materiál není pro ironii a doslovné výpovědi odlišný – mnoho experimentů, které prokázaly delší čas nutný pro splnění úkolů s ironickou výpovědí, čelilo kritice, že ironický materiál byl jiný než doslovný, proto vyžadoval více času. Giora a Fein i tak potvrdili, že ironické úkoly trvají respondentům déle (viz Giora, Fein, 2007).

2. Kontextuálně-integrační fáze – aktivované významy buď zůstávají v mysli adresáta, nebo jsou potlačeny či zůstává jejich nádech

Je nutné upozornit, že většina výzkumníků se kloní k názoru, že plné potlačení nerelevantních významů není pravděpodobné (viz např. Norrick 2003; Dews, Winner 1999; Colston, O'Brien 2000).

Podobně funguje i relevantní teorie<sup>57</sup> (Lagerwerf, 2007): Nejprve si vybavíme ten z významů, který je v dané situaci nejrelevantnější (podle GSH to byl ten nejobvyklejší), pokud první význam zklame, hledání pokračuje. Podle Giory (citováno v Lagerwerf, 2007) si v tomto okamžiku adresát nebo posluchač uvědomí, že cílem výpovědi není v daném případě pouze předání informace, ale že je zde angažována metafora, humor, ironie apod. Colston a O'Brien (2000) zdůrazňují, že příjemce promluvy musí tuto přenesenou dimenzi významu mít v mysli.<sup>58</sup> Pokud si relevantní význam nevybaví, nepochopí plně záměr mluvčího – autoři to zdůvodňují absencí kontrastu mezi „nesprávným“ doslovným a aktuálním významem. Potřebu aktivovaného doslovného významu potvrzuje i tónová hypotéza<sup>59</sup> Dewsové a Winnerové, která říká, že stopy doslovného významu ironické výpovědi zůstávají aktivované a zabarvují příjemcovu interpretaci slov (Dews, Winner, 1999, s. 1580). „V mnoha případech je přítomnost doslovného pochopení ironické výpovědi v procesu porozumění přinejmenším věrohodná, jako ve větě *John říká, že svoji novou práci miluje*. To ironii odlišuje od jiných forem nedoslovného jazyka, jako třeba metafory. Jen málo lidí by se pokusilo interpretovat *cesta se kroutila jako had* jako doslovnou výpověď“,<sup>60</sup> shrnuje tuto problematiku Kreuz (Kreuz et al., 1999, s. 1686).

Vhodnost ironie závisí na dříve zmíněném *společném základu* znalostí mluvčího a posluchače. Čím více se shodují, tím je ironie vnímána jako přiměřenější situaci (viz např. Toplak, Katz, 2000). Společný základ zahrnuje jednak znalosti dlouhodobého charakteru, jednak to, co označuje termín *fyzická spolu-přítomnost*,<sup>61</sup> tedy znalosti vyplývající z percepce bezprostředního okolí (např. špatné počasí), kde je možné rychle odhalit ironický obsah výpovědi). Schoder a Clark ukázali, že i osoby stojící mimo danou konverzaci při hodnocení přiměřenosti ironie a záměru mluvčího zohledňují, jak široký může podle jejich odhadu

---

<sup>57</sup> Z angl. Relevance Theory.

<sup>58</sup> Stejným směrem odkazují i experimenty s pacienty s poraněním mozku, kteří nemají problém s doslovnými významy, ale přenesené významy nebo ironické užití jim dělají značné problémy (více viz Partington, 2007).

<sup>59</sup> Z angl. Tinge Hypothesis.

<sup>60</sup> „In many circumstances, a literal interpretation of an ironic statement is at least plausible, as in ‚John tells me he loves his new job‘. This makes ironic statements quite different from other forms of nonliteral language, such as metaphor: Few speakers would attempt to interpret ‚The road was a snake‘ as a literal statement.“

<sup>61</sup> Z angl. physical co-presence

společný základ být (in Toplak, Katz, 2000, s. 1482). Přímí účastníci monitorují tyto znalosti neustále během celé konverzace. Navíc lidé v jakékoliv konverzační roli využívají i své vlastní znalosti o chování mluvčího, adresáta nebo posluchače (tamtéž).

Kreuz varuje, že v případě verbální ironie jsou časté případy nedorozumění, protože mluvčí přecení společný základ znalostí (Kreuz et al., 1999). Ironie může být pochopena doslovně, receptor ji vyhodnotí jako irelevantní a chybnou (např. si může myslet, že špatně rozuměl nebo že mluvčí komentoval něco jiného). Pokud ale k výpovědi příjemce přistupuje s tím, že daná výpověď musí být relevantní a je vyřčena za určitým účelem, aktivují se různé významy, z nichž je na základě kontextu vybrán ten, který je skutečně relevantní, nebo je objeven význam nový. Lagerwerf (2007) ve svém experimentu s reklamními texty prokázal, že publikum má větší problém porozumět ironii než slovní hříčce, výrazný negativní vliv na jasnost sdělení měl zejména sarkasmus.

Dalším důvodem neúspěchu ironie nebo naopak falešně detekované ironie může být i samotná osobnost mluvčího. Katz (Katz et al., 1998, s. 31) uvádí příklad *Děti jsou vzácné klenoty* – bude-li autorem promluvy kněz, přikloní se publikum k interpretaci věty jako metafory; naopak pokud ji vysloví komik, budou v ní ostatní hledat ironii. Přitom může přeci kněz být ironický a komik skutečně milovat děti. V procesu porozumění tedy čerpáme informace i ze sociálních rolí účastníků komunikace, které mohou převážit nad tím, co se obecně označuje termínem kontext. Mluvíme tedy o kontextu v širším slova smyslu.

Co se týče účinku ironie na straně recipienta, bývá velmi často zohledňováno utlumení doslovného významu. Tónová hypotéza, o které jsme se zmínili výše, říká, že ironie tlumí vyjadřovaný význam v porovnání s výpovědí doslovnou – je méně kritická i méně pochvalná (Dews, Winner, 1999). Toplak a Katz (2000) naproti tomu namítají, že minimálně v některých případech je tomu naopak: Sarkasmus kritiku zesiluje, spíše než že by ji zeslaboval. I my se přikláníme k tomuto názoru. Ironie je komunikační strategií, která adresátovi představí dva odlišné světy – reálný a „ironický“, který představuje lepší nebo naopak horší stav věcí. V závislosti na tom dojde buď k posílení emocionálního zabarvení, nebo k jeho útlumu (ať už v pozitivním nebo negativním smyslu slova).

Významným účinkem ironie může být i pobavení. Komická stránka promluvy může být podpořena i prvky stylistickými – záměrně volíme slova zastaralá, slangová, hyperkorektní, směšná apod. (viz např. Partington, 2007). Vtipnost ironie jako takové vychází bezpochyby z lidské škodolibosti a sklonu bavit se na účet jiných, jak ji popsal Erving Goffman (1999), a

její humorná stránka je značně závislá na osobnostních rysech mluvčího (jeho okolí např. ví, že často nemluví vážně) i recipienta (je např. ochotný dělat si legraci sám ze sebe). Pozitivní hodnocení takových vtipů je závislé i na komunikační situaci, tj. příležitosti, při které byly vysloveny, a vztahy mezi mluvčími. Nemusí být tedy za všech okolností vnímána jako zábavná. Norrick (2003) upozorňuje, že rané práce věnované ironii se její humornou stránkou vůbec nezabývaly, zatímco dnes se zkoumá i její vliv na rozvoj konverzace v případech, kdy mluvčí odvede od hlavní linie hovoru a vede k dalšímu žertování. Toplak a Katz (2000) od svých respondentů zjistili, že jim sarkastické poznámky připadají jako humornější a hravější než ty doslovné. Často zmiňovali také menší míru vážnosti (mluvčí to nemyslí přesně takto) a zároveň méně jasný obsah, „message“, který vyžadoval aktivní zapojení adresáta (informaci pouze nepřijímá, ale sám ji hledá „za“ slovy).

Zajímavé je také to, že adresáti bývají k ironii tolerantnější, než mluvčí vůbec doufají – výše jsme uvedli, že vnější pozorovatelé považovali ironii (zejména tu negativní, tedy sarkasmus) za méně vhodnou, pokud byla její „oběť“ přítomná. Samotné oběti ale účinek ironické kritiky nevnímaly zdaleka tak silně, jak se mluvčí, ale i nezainteresovaní pozorovatelé, domnívali. Považovali také své jednání za ofenzivnější a verbálně agresivnější, oběti měly podle nich větší právo rozzlobit se a brát ironickou poznámku jako výsměch (Toplak, Katz, 2000). Toplak a Katz (tamtéž) navíc zjistili, že lidé vně konverzace mají pohled na ironii poněkud zkreslený – hodnotili také vztah ironického mluvčího a jeho oběti jako mnohem bližší, než jaký skutečně byl. „Terče“ sarkasmů ale upozorňovaly na rozdíl mezi agresí vyjádřenou přímo (např. doslovnou kritikou) a nepřímo (např. sarkasmem). Zatímco přímá kritika měla negativní dopad na vztah mezi obětí a mluvčím, u sarkasmu se tento jev nepotvrdil. Oběti ale uváděly, že sarkasmus vedle kritiky vyjadřuje zejména to, jak se mluvčí cítí (Toplak, Katz, 2000, s. 1476).

I přesto toto poměrně pozitivní hodnocení ironie hraje důležitou roli i komunikační situace. Tab. č. 3 – *Nevhodné situace pro užití ironie* ukazuje základní typy komunikačních situací, ve kterých není podle respondentů vhodné být ironický:

**Tab. č. 3 – Nevhodné situace pro užití ironie**

<i>Není vhodné užívat ironii...</i>	<b>Počet respondentů, kteří zvolili tuto odpověď</b>	<b>Procentuální podíl z celkového počtu respondentů</b>
<i>... v obchodech, v zákaznických a informačních centrech</i>	38	65,52 %
<i>... na úřadech, ve školách</i>	37	63,79 %
<i>... mluvíme-li s dětmi</i>	36	62,07 %
<i>... mluvíme-li s cizím člověkem</i>	26	44,83 %

(zdroj: Rýparová, Filippová, připravuje se)

Další situace byly zastoupeny jen nevýznamně. Společným jmenovatelem všech výše vybraných je disproportionálnost vztahu mluvčích – u obchodů a úřadu jde o oficiální komunikaci, kde jsou jasně stanovené role (úředník–klient, prodavačka–zákazník, ...) a zaběhnutá pravidla, u dětí a cizích lidí vycházeli respondenti z ohledů na předpokládané omezené znalosti alespoň jednoho z mluvčích, což opět směřuje v komunikaci k užívání osvědčených vzorců. Pokusné osoby tedy věnovaly pozornost společenským konvencím, které zaručují úspěšnou a pro obě strany příjemnou komunikaci.

Stejnou tendenci potvrdil také Lagerwerfův výzkum reklamních textů: Sarkasmus se objevuje zřídka v reklamách určených široké veřejnosti, protože významně zvyšuje pravděpodobnost nepochopení reklamy (Lagerwerf, 2007). „Obecně platí, že se sarkasmus v reklamě nemůže využívat. Záměr sarkasmu je negativní, zatímco reklama se snaží pozitivně ovlivnit lidi, aby si produkt koupili. Naproti tomu veřejné osvětové kampaně velmi často používají negativní sdělení, pokud nás mají varovat před kouřením, škodlivinami nebo nechráněným sexem,“ (Lagerwerf, 2007, s. 1709).<sup>62</sup> Nebezpečí se v takovém případě stává hmatatelnějším, zjevnějším. Je ale nutné mít na paměti, že riziko nepochopení je vyšší než u doslovných hesel.

Co se týče účinku ironie na další průběh konverzace, mohou adresáti/posluchači ironické promluvy reagovat několika způsoby. Pro nás jsou nejzajímavější reakce dvojího typu:

<sup>62</sup> „In general, however, sarcasm cannot be used in commercial advertising; the purpose of sarcasm is negative, whereas commercial advertising has the positive informational intention of having people buy a product. In contrast, public information campaigns frequently use negative announcements, as when they warn us against smoking, polluting, or having unprotected sex.“

Adresát pokračuje v rozvoji doslovného významu (tj. dictum) a pokračuje v ironii, nebo se rovnou věnuje významu implikovanému (tj. implicatum). Partington (2007) uvádí, že pokud posluchač zareaguje na ironii další ironickou výpovědí, jde téměř ve všech případech o další stupňování první ironické výpovědi, které ji dožene do extrému. Norrick (2003) upozorňuje, že ani vtipná ironie ale obvykle nevyvolá dlouhou řadu dalších vtipných průpovědek a mluvčí se rychle vrací k implicatu.

#### **5.4 Ironie v češtině**

Diskurzni ironii v českém jazykovém prostředí nebylo dosud věnováno příliš prostoru. Nekula (1990) se zabývá spíše systémovým začleněním ironie, popisuje ji ve vztahu ke kooperačnímu principu. Snaží se tedy o vymezení teoretického základu ironie, o postižení její podstaty. V článku vydaném o rok později (Nekula, 1991) se věnuje ironickým signálům, které dělí na nosiče a antipody, a ve výsledku dospívá k závěru, že ironickým signálem se může stát prakticky cokoliv. Trost (1997) se pak věnuje vnitřní diferenciaci ironie – upozorňuje na množství jejích podob.

Na mezeru ve výzkumu ironie upozornila Eva Filippová, která v Česku prováděla srovnávací studii porozumění ironii u dětí. Její výzkum přinesl překvapivé zjištění, že české děti jsou schopné odhalit ironii dříve než děti mluvící kanadskou angličtinou (viz Filippová, Pospíšilová, 2009). K vysvětlení tohoto faktu chyběla vědecky podložená data. V návaznosti na to byl proveden výzkum zabývající se pojetím ironie v češtině a jejími formami – důležitým poznáním bylo, že i přes počáteční nesouhlas lingvistů i samotných mluvčích bylo zjištěno, že ironie v češtině má nepřeberné množství podob – nejen „ironie je, když kritizujeme tím, že říkáme opak toho, co si myslíme“, včetně podoby kladné, kdy cílem není adresáta ranit, ale spíše poškládlit, či dokonce adresátovi ulevit a situaci poněkud odlehčit (více viz Pospíšilová, Filippová, 2011). V doprovodném výzkumu byla také zaměřena pozornost na vnímání ironie v závislosti na věku (zaměřená hlavně na rozdíl mezi vnímáním dospělých a adolescentů), a byla vyslovena hypotéza, že právě věk je ve studiu ironie významnou proměnnou (Pospíšilová, 2011).

Náš aktuální výzkum, který probíhá ve spolupráci s doktorkou Filippovou, se zabývá formami ironie – především si všímá forem klasifikovaných jako kladná ironie (škádlení, pochvala opakem za účelem škádlení, zlehčení situace apod.), která zůstala mimo primární zájem Nekuly či Trosta. Poslední dotazníkové šetření existenci tzv. pozitivní ironie potvrdilo.

Mluvčí uváděli s významným statistickým zastoupením, že ironii používají ke škádlení, pobavení „publika“ či ke zlehčení situace. Mluvčí ironii často klasifikovali jako „druh humoru“, či dokonce „specificky český druh humoru“. Překvapivým výsledkem bylo to, když respondenti uvedli, že si s ironií spojují hlavně kladné pocity – tento fakt lze přičíst nejspíš metodologickému nedostatku dotazníku, který mezi kladné pocity zařadil i pobavení. Aby bylo možné obhájit výsledek šetření, byla vytvořena nová verze dotazníku a pocity spjaté s humorem uvedeny jako samostatná kategorie – pilotní testování prokázalo pravdivost domněnky, respondenti volili kladné pocity právě kvůli humornosti (více viz Rýparová, Filippová, připravuje se).

Na základě již provedených experimentů zabývajících se ironií v češtině lze vyvodit několik závěrů:

1. Ironie je významnou složkou každodenní komunikace mezi českými mluvčími.<sup>63</sup>
2. Jako taková vykazuje určitá česká specifika (např. schopnost dětí detekovat ironii v raném věku; využívání slovní zásoby z jiných vrstev i oblastí jazyka, než v jakých se odehrává daná komunikace; chápání ironie jako humorného nástroje), která je vhodné prozkoumat.
3. Byla potvrzena i existence tzv. pozitivní ironie.
4. Vnímání ironie se s věkem mění.

Z tohoto shrnutí vychází také tato dizertační práce, která k ironii přistupuje jako k jedné z komunikačních strategií, pomocí níž lze dosáhnout několika výsledků:

- a. Zdůraznění kritiky (mluvčí se cítí být situací dotčen, usiluje o větší účinek)
- b. Upozornění na nesoulad (mluvčí nemusí pociťovat žádnou míru angažovanosti, pouze jako by se snažil nastavit zrcadlo, zdůraznit nesoulad faktů; cílem může být i varovat nebo poučit)
- c. Zlehčení situace (mluvčí se snaží spíše odvést pozornost od negativní stránky věci)
- d. Pobavení „publika“ (mluvčí své posluchače škádlí, často používá sebeironii, obrací situaci ve zjevně nereálný vtíp)
- e. Zesměšnění (znevážení mluvčího / celé situace s cílem okolí zasáhnout)

---

<sup>63</sup> Stejnou oblibu ironie potvrdily i experimenty izraelské vědkyně Rachel Giory, která např. v Giora, Fein (2007) popisuje předtest, kdy nechala respondenty vybrat konce příběhů z nabídky obsahující jak výpovědi ironické, tak neironické. Respondenti v 19 případech z 24 volili ironický konec. Předpokládaná míra byla pouhých 12!

Každý z těchto typů ironických promluv má odlišnou motivaci i odlišný účinek, je užíván v odlišné situaci a jeho volbu ovlivňuje i aktuální individuální pozice mluvčích v rámci dané konverzace. Ale právě tomu nebyl v českém jazykovém prostředí věnován téměř žádný prostor. Tato dizertační práce se tímto bílým místem lingvistické mapy zabývá.

## **6 Praktická část**

S ohledem na prostudované prameny byl vytvořen dotazník, který na příkladu čtyř příběhů zakončených ironickou reakcí zjišťoval přijatelnost různých typů ironie i vliv věku a sociální i komunikační role na vnímání ironie. Všechny čtyři příklady byly převzaty ze skutečného života, mluvčí i adresát byli osoby vzájemně blízké a rozhovoru přihlíželo vždy množství dalších přátel. Výpovědi se lišily mírou kritiky (od zamýšleného čistého vtipu až po jednoznačnou kritiku). Na základě našich teoretických znalostí i hrubé analýzy nasbíraných dat jsme vyslovili čtyři hypotézy, jejichž potvrzení nebo vyvrácení nám pomůže s pochopením fungování ironie v českém jazykovém diskurzu.

### **6.1 Výzkumné otázky**

Cílem výzkumu bylo ověření následujících pracovních hypotéz.

#### **6.1.1 Výzkumná otázka č. 1 – jednoduchost a jednoznačnost různých forem ironie**

Podle prostudované literatury předpokládáme, že respondenti budou mít méně problémů s hodnocením a interpretací negativní ironie. S rostoucí mírou kritiky budou snáze odhadovat motivaci ironického mluvčího i účinky výpovědi.

#### **6.1.2 Výzkumná otázka č. 2 – vliv věku na vnímání i užívání ironie**

Na základě výše uvedených faktů lze předpokládat, že respondenti budou s rostoucím věkem vnímat především kladné či neutrální stránky ironie namísto těch negativních. Ironii budou dávat přednost především v řeči s partnery podobného věku, naopak se jí budou vyhýbat v řeči s lidmi výrazně mladšími (především s dětmi) a výrazně staršími. Na základě zvýšené citlivosti k podnětům z okolí lze očekávat, že reakce adolescentů budou výraznější než reakce dospělých respondentů.

#### **6.1.3 Výzkumná otázka č. 3 – vliv role v konverzaci na hodnocení ironie**

S přihlédnutím k teoriím o ohrožení a zachování tváře účastníků konverzace předpokládáme, že emoce spojené s ironickou výpovědí se mění v závislosti na tom, do jaké pozice je respondent postaven (jako posluchač bude ironii považovat za humornější než jako

její adresát). Domníváme se, že lidé v roli mluvčích a publika budou účinek ironie na adresáta hodnotit jako nepříjemnější než osoby v roli „obětí“ promluv.

#### 6.1.4 Výzkumná otázka č. 4 – míra angažovaných emocí

Přestože ve výzkumu Pospíšilové a Filippové (2011) uváděli probanti, že ironický mluvčí nemusí být motivován emocemi, ale může pouze upozorňovat na stav věcí, domníváme se v souladu s Nakonečným (2012), že aktuální studie prokáže, že se s ironií vždy pojí emocionální stav mluvčího i adresáta. Tedy že ani jedna ze stran nezůstane nezaopatřena.

## 6.2 Testovací materiál

### 6.2.1 Příběhy

Za účelem zjištění reakcí respondentů na vybrané formy ironie byly použity čtyři příběhy, které pokrývaly čtyři formy ironické výpovědi, jak byla charakterizována dříve. Šlo o vtip (HH), vtip s mírnou kritikou (HK), mírnou kritiku s dávkou vtipu (KH) a kritiku (KK) (pro příběhy viz Příloha č. 3). Toto dělení odpovídá předpokládaným reakcím respondentů na dané ironické průpovídky.

Ironickou průpovídkou zde rozumíme verbální reakci, kterou mluvčí sleduje něco jiného, než doslovně říká, s cílem upozornit adresáta na nesoulad předpokládaného a skutečného stavu věcí a svůj názor zveličit nebo dovést do extrému. V předchozích kapitolách bylo věnováno hodně prostoru množství podob, kterých může ironie nabývat. Jak ukázala studie ve spolupráci s Evou Filippovou (Rýparová, Filippová, připravuje se), respondenti považují za jedny z hlavních funkcí ironie pobavení, ale i kritiku. Proto byly pro testování zvoleny příběhy se zakončeními, které v různém poměru kombinují humor i nějakou výčitku.

Příběh *Jirka a Karel* byl volným přepisem rozhovoru Jana Krause s Jiřím Macháčkem v pořadu *Uvolněte se, prosím*.<sup>64</sup> Šlo spíše o přátelské škádlení, oba muži v rozhovoru demonstrovali svou řečnickou obratnost a snažili se dostat toho druhého do úzkých, aby pobavili publikum. Autorem použité ironické výpovědi je Jan Kraus, pro kterého je typický ostrý svérázný humor. Druhý scénář, *Petr a Monika*, je opět inspirován talkshow Jana Krause,

---

<sup>64</sup> Pořad vysílaný na ČT1 10. 10. 2008, dostupný na odkazu <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/1176221164-uvolnete-se-prosim/208522161800032/obsah/82178-jiri-machacek>.

tentokrát rozhovorem s Agátou Hanychovou.<sup>65</sup> V relaci měl silnou převahu moderátor, modelka kvůli svému spontánnímu projevu sklouzávala k dvojsmyslům a Jan Kraus ji chytal za slovo, její vyprávění překrucoval a nutil ji přehodnocovat myšlenky. Vzhledem k povaze show lze předpokládat, že myšlenkové pochody kontroverzní celebrity Janu Krausovi na srdci neležely, snažil se spíše pobavit publikum a nastavit Agátě Hanychové zrcadlo. Ve třetím příběhu už převládal kritický rozměr, žena použila vůči svému partnerovi výpověď, kterou běžně slyšíme v každodenní komunikaci (žádáme si ještě větší míru nežádoucí vlastnosti/jevu – např. *Menší už tam nebyl?* chceme-li objekt větší). Poslední scéna končila výpovědí jednoznačně kritickou, jejímž cílem bylo upozornění adresáta, že právě překročil únosnou míru svého chování a měl by lépe vážit slova (např. *Tak hlavně, že tobě se to nikdy nestalo.*).

Každý z příběhů byl respondentům nabídnut ve třech verzích: Měli se na výpověď podívat z úhlu mluvčího (1), adresáta (2) a nezaujatého posluchače (3). Vznikly tak varianty příběhů HH1-3, HK1-3, KH1-3 a KK1-3, které byly nakombinovány do čtyř dotazníků tak, aby každý respondent odpovídal na otázky spojené se třemi příběhy.

Ke každému příběhu byla přidána série otázek zaměřených na emocionální stavy, záměry a reakce jednotlivých účastníků konverzace, které se lišily perspektivou účastníka dané konverzace (mluvčí–adresát–posluchač). Nechybělo ani hodnocení ironické poznámky z pohledu respondenta samého a prostor pro jeho poznámky.

### 6.2.2 Předvýzkum

Kombinací tří příběhů a tří různých úhlů pohledu na konverzaci byla vytvořena jedna testovací varianta (viz Příloha č. 1 – Předvýzkum). Ta byla umístěna na webové rozhraní Vyplňto.cz a její adresa rozeslána lidem z autorčina okolí, aby otestovali funkčnost dotazníku, odhalili případné nelogičnosti a upozornili na chyby.

Testování se zúčastnilo 25 respondentů při návratnosti dotazníku pouhých 51 %. Průměrná doba vyplňování byla 19 minut 49 sekund. Tato fakta byla hlavním důvodem k výraznému zkrácení dotazníku, přeformulování a zestručnění otázek a doplnění některých informací do scénářů či zpřehlednění příběhů. Na základě poznámek respondentů byly

---

<sup>65</sup> Pořad Uvolněte se, prosím vysílala ČT1 18. 2. 2011, video je dostupné také zde [https://www.youtube.com/watch?v=\\_6ww7xJnHmc](https://www.youtube.com/watch?v=_6ww7xJnHmc).

změněny otázky „Jak se X cítil“ na „Jak X reagoval“, protože podle komentujících šlo o představitelnější úkol.

Předvýzkum potvrdil, že zvolené ironické reakce převážná část respondentů používá pouze v hovoru s lidmi známými a blízkými (to už Rýparová, Filippová, připravuje se), proto byla vynechána také otázka, zda by respondent sám danou výpověď použil, pokud by adresát byl příbuzným, kamarádem, známým, kolegou, podřízeným nebo nadřízeným. Navíc byly všechny příběhy formulovány tak, aby bylo jasné, že se hovor odehrává mezi blízkými jedinci v okruhu přátel nebo alespoň známých či příbuzných.

Předtest upozornil také na možné problémy příběhu *Jirka a Karel* (HH), který byl sice upravenou verzí skutečného rozhovoru Jana Krause a Jiřího Macháčka, kde měl jednoznačně funkci pobavit publikum, ale respondentům se v novém kontextu zdála poznámka nevhodná, neslušná až zlá. Po dlouhém zvažování byl nakonec příběh ponechán i v ostrém testovacím protokolu s tím, že v textu bylo výslovně napsáno, že se vše odehrává v okruhu blízkých přátel (v případě originální talkshow šlo o rozhovor před širokou veřejností). Tento příběh bude dále sledován se zvláštní pozorností, přesto považujeme za přínosné se mu věnovat. Dokazuje totiž, že některý typ humoru je nějakým jedincům povolen, zatímco jiní už jsou považováni za neslušné nebo hrubé. Mohli bychom zde uvažovat o problematice kontextu ve smyslu prostředí i osobnosti mluvčího a adresáta (u Jana Krause jsou lidé zvyklí na poměrně svérázný až agresivní humor, navíc Jiří Macháček jako komediální herec je spojován spíše s humorem a určitou otrlostí, proto se publikum baví; v případě scénáře už tento širší kontext chybí, pro respondenta je těžké si ho doplnit, proto poznámku považuje za nevhodnou).

Po všech provedených úpravách získal dotazník finální podobu použitou v ostrém testování.

### **6.2.3 Finální testovací otázky**

Pořadí otázek bylo komplementární ve všech verzích, cílem bylo zachování co nejpodobnějšího sledu, aby se vyloučil vliv pořadí otázek na výsledná data. Pro statistické účely byly testované osoby požádány o uvedení svého pohlaví a věku. Poté už následovaly otázky k příběhům. Struktura je zobrazena ve schématu č. 1 – Struktura otázek:

## Schéma č. 1 – Struktura otázek

- Q1 – Věk respondenta
- Q2 – Pohlaví respondenta
- Q3 – Myslí si mluvčí skutečně, že...?
- Q4 – Byla jeho poznámka vhodná?
- Q5 – 1Q5 Mluvčí – jak jste se cítil/a?  
2Q5 Adresát – jak jste se cítil/a?  
3Q5 Posluchač – jak jste se cítil/a?
- Q6 – 1Q6 Mluvčí – jak jste chtěl, aby adresát reagoval?  
2Q6 Adresát – jak chtěl mluvčí, abyste reagoval/a?  
3Q6 Posluchač – jak chtěl mluvčí, abyste reagoval/a?
- Q7 – 1Q7 Mluvčí – jak adresát opravdu reagoval?  
2Q7 Adresát – jak se cítil mluvčí?  
3Q7 Posluchač – jak chtěl mluvčí, aby adresát reagoval?
- Q8 – 1Q8 Mluvčí – jak jste chtěl, aby reagovalo publikum?  
2Q8 Adresát – jak mluvčí chtěl, aby reagovalo publikum?  
3Q8 Posluchač – jak adresát skutečně reagoval?
- Q9 – 1Q9 Mluvčí – jak nejspíš publikum opravdu reagovalo?  
2Q9 Adresát – jak nejspíš publikum opravdu reagovalo?  
3Q9 Posluchač – jak se podle vás cítil mluvčí?
- Q10 – Míra příjemnosti – škála 0–5 od vůbec po velmi
- Q11 – Míra nepříjemnosti – škála 0–5 od vůbec po velmi
- Q12 – Míra vtipnosti – škála 0–5 od vůbec po velmi

Q13 – Použil/a byste ve stejné situaci stejnou poznámku?

Q14 – Použil/a byste ji, pokud by byl adresát...? – pětistupňová škála od výrazně mladší do výrazně starší

Otázky Q1–Q2 zjišťovaly statistické údaje o mluvčích. Q3 kontrolovala, zda respondent chápe, že se jedná o nedoslovnou reakci (mluvčí si nemyslí přesně to, co říká). Respondent volil odpověď z možností *ano – nevím – ne*, kdy do statistického vyhodnocení výsledků postoupili pouze ti, kteří zvolili možnost „ne“ a tím potvrdili, že chápou nedoslovnost reakce. Q4 zkoumala názor respondenta na vhodnost poznámky a jejím cílem bylo zejména potvrzení obvyklosti reakce.

Následující otázky (Q5–Q9) se zaměřovaly na pocity respondenta jako účastníka konverzace (role mluvčího, adresáta, posluchače) a záměr mluvčího působit nějak na adresáta a posluchače. Testovaná osoba zde volila, jak kdo reagoval, z možností *a) Naštvaně, rozzlobeně, pohoršeně, dotčeně; b) Smutně, hloupě; c) Neutrálně, mluvčí chtěl pouze upozornit na stav věci; d) Vesele, uvolněně, vtipně*. Bylo možné zaškrtnout více odpovědí.

V otázkách Q10–Q12 hodnotili respondenti míru příjemnosti, nepříjemnosti a vtipnosti na škále 0–5, kde 0 znamená vůbec a 5 velmi.

Otázky Q13 a Q14 se opět soustředily na samotného respondenta a jeho osobní preference (zda by poznámku také použil: možnosti *ano – nevím – ne*) a zda by na tom něco změnil věk adresáta promluvy (*použil/a byste ji, pokud by X [adresát] byl/a výrazně mladší – mladší – stejně starý/á – starší – výrazně starší*).

Pro podrobnosti viz Příloha č. 4 – Příklad dotazníku (Varianta A).

#### **6.2.4 Dotazník pro ostré testování a jeho varianty**

Každý dotazník obsahoval úvodní dopis respondentům, který jim rámcově vysvětloval směr výzkumu (mezilidská komunikace, nedoslovnost; ironie nebyla záměrně nikde zmíněna) a základní instrukce k výzkumu (viz Příloha č. 2 – Úvodní dopis). Po něm následovaly tři různé příběhy (HH, HK, KH nebo KK), jeden z pohledu mluvčího (1), jeden z pohledu adresáta (2) a

jeden z pohledu posluchače (3). Jednotlivé dotazníky byly nakombinovány následujícím způsobem (viz Tab. č. 4 – *Skladba příběhů v dotaznících*):

**Tab. č. 4 - Skladba příběhů v dotaznících**

<i>Varianta A</i>	HH1	HK2	KH3
<i>Varianta B</i>	HH2	KK3	KH1
<i>Varianta C</i>	HK3	KK1	KH2
<i>Varianta D</i>	HH3	HK1	KK2

Vznikly tak čtyři varianty (A, B, C, D) o třech příbězích se třemi sériemi zjišťovacích otázek a prostorem pro poznámky k celému dotazníku či výzkumu v závěru testovacího dokumentu.

#### **6.2.5 Testování**

Tyto čtyři dotazníky byly umístěny do webové aplikace Vyplňto.cz ([www.vyplnto.cz](http://www.vyplnto.cz); viz také Příloha č. 5 – Aplikace Vyplňto.cz). Testování probíhalo od 5. do 16. května 2013. Každý dotazník se zobrazoval najednou, a bylo tedy možné své odpovědi průběžně měnit. U otázek Q2 a Q9 byly pro případ odpovědi „ne“ vloženy i otázky Q2' a Q9', které dávaly prostor respondentovu vysvětlení, proč mu poznámka nepřijde vhodná nebo proč by ji sám nepoužil.

Kromě otázek Q2' a Q9' byly všechny otázky povinné a dotazník se neuložil do databáze, pokud nebyl kompletní. Tato funkce šetří výzkumníkům práci (není třeba filtrovat dotazníky manuálně, aby vyloučili ty, které nejsou pro testování použitelné z důvodu chybějících dat), zároveň ale respondenta neperzekuuje, pokud se rozhodne dotazník ukončit nebo odeslat dříve v dobré víře, že vyplnil „aspoň něco“.

Průměrná doba vyplňování byla 16 minut 22 sekund, průměrná návratnost dotazníku byla 59,05 % (podrobnosti viz Tab. č. 5 – *Podrobné údaje o dotaznících* v oddílu Respondenti).

### **6.3 Respondenti**

Testování probíhalo mezi rodilými mluvčími češtiny od dvanácti let výše. Odkazy na varianty dotazníku byly rozeslány na 50 657 e-mailových adres placené databáze serveru

Vyplňto.cz. Každá z variant šla na čtvrtinu těchto objektů, aby se rovnoměrně pokryly všechny verze dotazníku a zároveň aby jeden respondent nevyplňoval více variant v domnění, že čím více toho vyplní, tím lépe.

Po domluvě s majitelem databáze byly vyloučeny adresy cizinců (koncovky .sk, .pl apod.) a adresy, u nichž nebylo možné národnost určit (koncovka .com, .org apod.). Pro jistotu byly testované osoby ještě v doprovodném e-mailu upozorněny, že dotazník je určen rodilým mluvčím češtiny starším dvanácti let.

Celkem se šetření zúčastnilo 3 167 respondentů, z toho 692 mužů a 2 475 žen ve věku od 12 do 81 let. Průměrný věk byl 32 let. (Podrobnosti viz Tab. č. 5 – *Podrobné údaje o dotaznících*):

**Tab. č. 5 – Podrobné údaje o dotaznících**

	<b>Varianta A</b>	<b>Varianta B</b>	<b>Varianta C</b>	<b>Varianta D</b>	<b>Celkem</b>
<b>Počet respondentů</b>	895	753	766	753	3167
<b>Muži</b>	205	159	169	159	692
<b>Ženy</b>	690	594	597	594	2475
<b>Průměrná doba vyplňování (min:s)</b>	14:40	16:38	16:38	17:32	16:22
<b>Průměrný věk</b>	32	32	32	32	32
<b>Věkové rozpětí</b>	12 - 81	13 - 73	12 - 73	13 - 73	12 - 81
<b>Modus</b>	24	23	23	23	
<b>Medián</b>	28	28	29	28	

Vzhledem k nerovnoměrnému zastoupení mužů a žen byly provedeny kontrolní testy zjišťující součinnosti pohlaví a nasbíraných výsledků. Rozdíly mezi muži a ženami nebyly významné, proto jsme poměr pohlaví neupravovali.

Po vyhodnocení kontrolní otázky Q3 (pro zahrnutí do analýzy byla nutná jasná odpověď ne – tedy „mluvčí to nemyslel doslovně“) a převedení respondentů k jednotlivým příběhům vypadal poměr takto:

**Tab. č. 6 – Respondenti zahrnutí do statistik jednotlivých příběhů**

	<b>HH</b>	<b>HK</b>	<b>KH</b>	<b>KK</b>
<b>Respondentů celkem</b>	<b>2227</b>	<b>2414</b>	<b>2414</b>	<b>2272</b>
<i>Žen</i>	1746	1881	1881	1785
<i>Mužů</i>	481	533	533	487
<b>Respondentů po vyřazení</b>	<b>1756</b>	<b>2218</b>	<b>2349</b>	<b>2070</b>
<i>Odpovídá % z respondentů celkem</i>	78,85%	91,88%	97,31%	91,11%
<i>Z toho ženy</i>	1394	1752	1839	1650
<i>Odpovídá % z žen celkem</i>	79,84%	93,14%	97,77%	92,44%
<i>Z toho muži</i>	362	466	510	420
<i>Odpovídá % z mužů celkem</i>	75,26%	87,43%	95,68%	86,24%
<i>Průměrný věk</i>	31,6	32,2	32,1	31,8
<i>Modus</i>	23	23	23	23
<i>Medián</i>	28	28	28	28

Jak je vidět z tabulky, většina respondentů zodpověděla kontrolní otázku správně a jejich odpovědi byly zahrnuty do statistického vyhodnocování.

#### **6.4 Kódování**

Dotazníky byly sbírány elektronicky, proto se odpovědi respondentů rovnou převáděly do excelového souboru jednotlivých variant. Pro účely statistického zpracování byla data přerozdělena podle příběhů. Každý ze čtyř souborů obsahoval všechny odpovědi týkající se jednoho scénáře ze všech tří perspektiv. Pořadí otázek týkajících se emocí jednotlivých účastníků konverzace bylo pozměněno tak, aby bylo možné porovnat odpovědi na stejný dotaz z pozice mluvčího, adresáta i posluchače, protože původní řazení toto neumožňovalo z důvodu lepší simulace pozice respondenta v dané komunikaci. Otázky z pozice mluvčího, adresáta i posluchače si odpovídaly v tomto sledu:

1Q5 – 2Q7 – 3Q9

1Q6 – 2Q6 – 3Q7

1Q7 – 2Q5 – 3Q8

1Q8 – 2Q8 – 3Q6

1Q9 – 2Q9 – 3Q5

Do souboru byla přidána poslední „otázka“ Q15, která rozlišovala variantu příběhu, se kterou respondent pracoval.

Odpovědi na jednotlivé položky byly s výjimkou proměnných numerických (věk, míra jedné ze tří sledovaných vlastností) a otázek, kde respondent mohl zvolit pouze jedinou možnost, převedeny na proměnné ano/ne, kde *ano* značilo, že respondent danou odpověď zvolil, a *ne* signalizovalo prázdné políčko. Statistika byla poté zpracována pomocí statistického programu R s ohledem na výzkumné otázky této práce.

Vzhledem k větší přehlednosti jsme zvolili zobrazení výsledků ve spojitéch grafech, ačkoliv respondenti mohli volit odpovědi pouze jednotlivé a např. Volín (2007) upozorňuje, že čtenář by mohl dospět k nesprávnému závěru, protože škála možných odpovědí byla mnohem širší, než tomu ve skutečnosti bylo.<sup>66</sup> Spojité křivky ovšem lépe demonstrují rozdíl mezi jednotlivými příběhy nebo zkoumanými skupinami. S ohledem na množství zkoumaných proměnných závislých i nezávislých i povahu dat jsme se nakonec rozhodli nepouštět do složitých statistických výpočtů. V souladu s Řezankovou (2007), Volínem (2007) i Chromým (2014) se také domníváme, že použití více statistických testů by zvyšovalo pravděpodobnost chyb prvního i druhého řádu, protože jako signifikantní by se ze statistického hlediska mohly jevit rozdíly příliš malého významu pro lingvistické bádání a naopak vzhledem k povaze proměnných by se rozdíly mohly zdát statisticky nevýznamné, ačkoliv z jazykovědného úhlu pohledu důležité. Absence statistických testů je zde vyvážena také objemem nasbíraného materiálu.

## 6.5 Výsledky

Vyhodnocování odpovědí respondentů znovu upozornilo na problematičnost prvního příběhu o Jirkovi a Karlovi (HH), kterou naznačily už výsledky předvýzkumu. Ostatní příběhy přijali respondenti dle našich očekávání a většina jich také potvrdila, že by vybrané ironické reakce sama použila. To neplatí v případě HH. Zde bylo nutné vyhodnocovat odděleně výsledky respondentů, kteří by konečnou Karlovu poznámku sami použili, od těch, kteří by ji nepoužili. Zde se potvrdilo tvrzení Tannenové (Tannen, 2005) o komunikační blízkosti lidí s podobnými strategiemi vyjadřování – sympatizanti hodnotili poznámku jako méně nepříjemnou a více vtipnou než odpůrci poznámky. Přestože v doprovodném příběhu zaznělo,

---

<sup>66</sup> Například mohl-li respondent zvolit míru vlastnosti na škále 0–5, kde měl pouze šest možností (0, 1, 2 atd.), zobrazení ve spojitěm grafu může uvádět v omyl, že někteří respondenti volili např. míru 0,5 apod.

že hlavní protagonisté jsou dobří přátelé a že sedí obklopeni dalšími blízkými přáteli, respondenti považovali Karlův vtíp za nemístný. I ti, kdo by sami poznámku použili, uváděli v prostoru pro poznámky, že by se muselo jednat o přítele opravdu blízkého, o kterém by věděli, že takový vtíp snese. Domníváme se, že problém může být způsoben vytržením z kontextu – autorka nedostatečně popsala celou situaci, Karlova vtipná poznámka je do příběhu vsunuta bez většího úvodu, který v původním rozhovoru Jana Krause a Jiřího Macháčka byl.

Přesto trváme na tom, že i tento příběh nám přinesl zajímavé informace o ironii a že do velké míry splnil svou úlohu čistě humorné ironické poznámky. Z výsledků totiž plyne, že respondenti správně odhalili humorné rozpoložení i záměr mluvčího a že jejich překvapivě negativní hodnocení se vztahuje spíše na skutečný účinek Karlova vtipu. Z poznámek k celému příběhu vyplynulo, že odpovídající dostal do rozpaků fakt, že Jirkovi skutečně mohly být silně cítit nohy a Karlův vtíp se tak mohl stát velmi zákeřnou kritikou útočící na tvář oběti v rámci dané komunikační situace. Karlův cíl pobavit své okolí mohl Jirku ztrapnit a ostatní dostat do nepříjemné situace, kdy je příliš tvrdě vyslovena nějaká skutečnost, se kterou souhlasí, ale volili by jiný způsob jejího sdělení.

Podíváme-li se na problém tohoto příběhu HH z druhé strany, zjistíme, že i přes na první pohled jasnou nevhodnost příběhu se nám skutečně podařilo do velké míry nasimulovat ironický vtíp, jehož humorný efekt je věcí osobních preferencí a je značně závislý na poměrně širokém kontextu.

Zajímavé je také porovnání příběhu HH s příběhem HK (*Petr a Monika*), kdy mluvčí svou ironickou otázkou nejen žertuje, ale také naznačuje adresátovi, že jeho očekávání jsou na hony vzdálená realitě. K čistě humornému sdělení zde přibyla i dávka kritiky. Tento příběh byl respondenty přijat zcela bez problémů. Podle poznámek respondentů u tohoto příběhu a u scénáře předešlého lze k příběhu HH a HK přistupovat jako k pokusu o vtíp nepodařený (v případě HH) a podařený (případ HK). Více už společně s konkrétními výsledky.

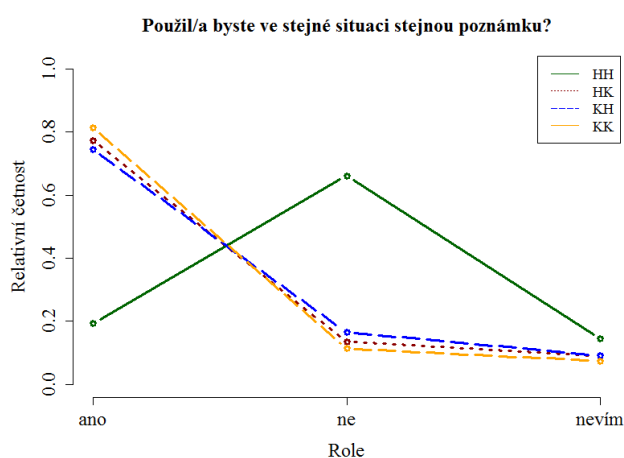
### **6.5.1 Výzkumná otázka č. 1 – jednoduchost a jednoznačnost různých forem ironie**

Analýza potvrdila původní předpoklad, že s rostoucí mírou kritiky respondenti snáze odhadují nejen motivaci ironického mluvčího, ale i účinky výpovědi. Hodnotili jsme jednak to, zda se pokusné osoby dokázaly ztotožnit s ironickou poznámkou, jednak soulad mezi záměrem mluvčího a reakcí adresáta a posluchačů, jak je odhadovali sami respondenti. Další zkoumanou

proměnnou byla vnímaná míra příjemnosti, nepříjemnosti a humornosti replik a její soulad s odpověďmi na ostatní otázky.

Ztotožnění se s ironickou poznámkou mluvčího jsme vyhodnocovali podle odpovědí respondentů na otázku Q13 – Použil/a byste ve stejné situaci stejnou poznámku? Rozdíly odpovědí všech příběhů bez ohledu na variantu role respondenta jsou zachyceny v Grafu č. 2 – *Ztotožnění s ironickou poznámkou*.

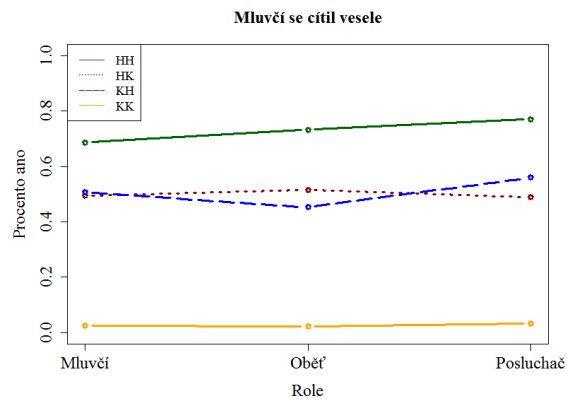
**Graf č. 2 - Ztotožnění s ironickou poznámkou**



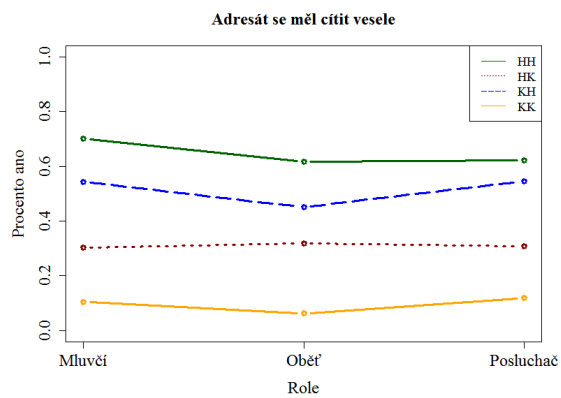
Z grafu je patrné, že zatímco s čistě humorným příběhem se testovaní nedokázali sžít, výsledky všech dalších, které obsahují různou míru zjevné kritiky, potvrzují, že jde o reakce obvyklé a užívané. (K problematičnosti tohoto tvrzení více viz oddíl 6.6 Limity výzkumu.)

Jak jsme upozornili dříve (s. 88 této práce), první příběh (HH) se zdál velmi problematický z důvodu nedostatečného kontextu. Analýza dat ukázala, že respondenti humorné rozpoložení mluvčího i jeho žertovný záměr chápali, rozpaky způsoboval spíš skutečný účinek na adresáta a okolí. Grafy č. 3, č. 4 a č. 5 ukazují výsledky všech čtyř příběhů bez rozdílu role respondenta, které potvrzují, že příběh HH představoval skutečně nejhumornější záměr mluvčího ze všech čtyř scénářů:

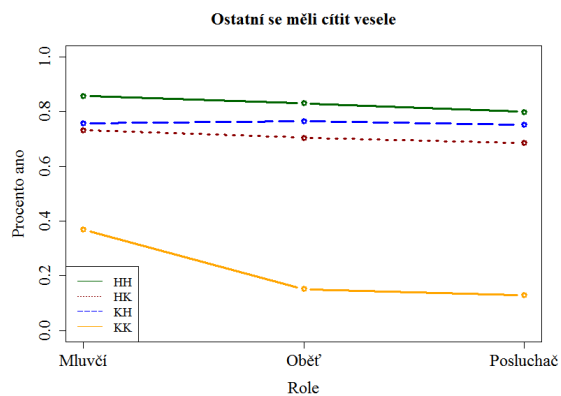
**Graf č. 3 – Mluvčí se cítil vesele**



**Graf č. 4 – Adresát se měl cítit vesele**



**Graf č. 5 – Ostatní se měli cítit vesele**



Z grafů je patrné, že i ostatní scénáře dosáhly předpokládaných účinků – příběh KK se trvale drží na nejnižších polohách míry humornosti, příběhy HK a KH dosahují výsledků podobných v prostoru mezi liniemi HH a KK. Pro ilustraci výsledků viz Tab. č. 7 – *Průměrné výsledky sledovaných proměnných v závislosti na typu scénáře*:

**Tab. č. 7 – Průměrné výsledky sledovaných proměnných v závislosti na typu scénáře**

		HH	HK	KH	KK
	<i>n</i>	1756	2218	2349	2070
Jak nepříjemná byla poznámka	Mluvčí	3,67	1,43	2,27	2,88
	Adresát	3,68	1,64	2,48	2,55
	Posluchač	3,56	2,11	2,34	2,77
	<i>Celkové skóre</i>	3,64	1,72	2,36**	2,74
	Modus	5,00	0,00	3,00**	3,00
	Medián	4,00	2,00	2,00**	3,00
Jak příjemná byla poznámka	Mluvčí	0,96	2,62	1,86	1,47
	Adresát	0,93	2,45	1,78	1,61
	Posluchač	1,09	2,23	1,95	1,44
	<i>Celkové skóre</i>	0,99	2,43	1,87**	1,51***
	Modus	0,00	3,00	2,00**	0,00***
	Medián	0,00	3,00	2,00**	1,00***
Jak vtipná byla poznámka	Mluvčí	2,14	3,47	2,70	1,58
	Adresát	2,03	3,39	2,63	1,27
	Posluchač	2,16	3,27	2,80	1,33
	<i>Celkové skóre</i>	2,11*	3,38	2,71	1,39
	Modus	0,00*	5,00	3,00	0,00
	Medián	2,00*	4,00	3,00	1,00

*Testovaní volili míru sledované vlastnosti na škále 0–5, kde 0 znamená vůbec a 5 velmi.*

*\* Celkový výsledek zobrazený v grafu má dva vrcholy (0 a 3), proto není údaj o modusu a mediánu 100% vypovídající. Celkově z grafu vyplývá, že hodnoty 0–3 zvolilo podobné množství testovaných.*

*\*\* Celkové výsledky zobrazené v grafu mají dva vrcholy (nepříjemnost 1 a 3, příjemnost 0 a 2), proto tyto údaje nemají jednoznačnou vypovídací hodnotu. Celkově z grafů vyplývá, že respondenti volili přibližně stejně často v případě nepříjemnosti míry 1–3, v případě příjemnosti 0–3.*

\*\*\* Celkový výsledek zobrazený v grafu má dva vrcholy (0 a 2), proto označené údaje nemají jednoznačnou vypovídací hodnotu. Respondenti přibližně stejně často volili možnosti 0–2.

Tabulka tedy potvrzuje, že výsledky zbylých tří příběhů se shodují s výsledky předpokládanými, pouze v označených případech mohou být výsledky zkreslené tím, že testovaní volili v podobném počtu dvě rozdílné nesousední hodnoty. Po převedení odpovědí do grafů jsme ale dospěli k závěru, že respondenti volili rovnoměrně vždy skupinu sousedních hodnot (např. 0, 1, 2), ve které se oba extrémy nacházely, proto není nutné výsledky rozdělovat do dalších podskupin. Naopak lze z grafů vyčíst, že respondenti hodnotili daný výrok jako např. spíše nepříjemný – hodnoty 3, 4, 5, a ostatní odpovědi se objevovaly jen v minimálním počtu.

Jak jsme upozornili dříve, v případě prvního příběhu bylo nutné hodnotit odděleně odpovědi testovaných, kteří by poznámku sami použili, a těch, kteří ne. Zde skupina těch, kteří se s replikou ztotožnili, hodnotila reakci jako méně nepříjemnou (modus = 3, u druhé skupiny modus = 5), logicky i příjemnější (modus = 3 versus 0 u druhé kohorty) a výrazně vtipnější (modus = 4, u druhé skupiny jednoznačně 0) – poslední výsledek je doplněním první označené proměnné v Tab. č. 7 a potvrzuje, že v celkovém výsledku není možné pracovat s průměry, protože výsledky odpovídajících se shlukují kolem dvou vzájemně poměrně vzdálených extrémů 0 = vůbec a 4 = míra *velmi* minus jeden minimální stupeň škály.

Podobný, ale ne tak výrazný rozdíl mezi skupinou, která by sama poznámku použila, a tou, která volila odpověď *ne*, jsme zaznamenali také u příběhu HK a otázky na humornost poznámky. Zatímco nejčastěji volenou možností pro sympatizanty byla 5 = velmi, pro druhou skupinu to byla 0 = vůbec. U ostatních otázek byly rozdíly pro naše bádání nevýznamné. Diskrepance mezi oběma skupinami byly patrné i u třetího typu ironické reakce (KH) zejména v míře nepříjemnosti (ti, kdo by použili, volili v podobné míře stupně 1, 2 a 3 /= spíše málo nepříjemná/, skupina odpůrců sáhla nejčastěji po stupni 4 a 5 /= spíše velmi nepříjemná/) a v míře vtipnosti (modus = 3 versus modus = 0 u nesympatizantů). Poslední scénář KK už vykazoval výsledky víceméně srovnatelné v obou skupinách, tedy bez rozdílů pro nás významných.

Vrátíme-li se k původní otázce snazšího hodnocení záměru ironického mluvčího a skutečného účinku výpovědi, ilustruje nesoulad v odpovědích výše uvedených dvou skupin a zejména výrazné rozdíly v hodnocení vtipnosti ironických poznámek, že je to právě humorná složka, která znesnadňuje především odhad účinku jednotlivých replik – ironická výpověď z HH mohla být vtipem i doslovnou kritikou, ovšem jde o jediný případ komunikační situace,

kdy si adresát kritiku nezasluhuje nějakou svou vědomou chybou nebo hloupým sdělením; pochopení humorné složky je pak závislé na mnohem širším kontextu než u příběhů ostatních. Více viz *Limity výzkumu*.

### 6.5.2 Výzkumná otázka č. 2 – vliv věku na vnímání i užívání ironie

Předpokládali jsme, že respondenti budou s rostoucím věkem vnímat především kladné či neutrální stránky ironie namísto těch negativních a že budou ironii dávat přednost především v řeči s partnery podobného věku. Kvůli všeobecně zvýšené citlivosti k podnětům z okolí lze očekávat, že reakce adolescentů (do 25 let dle předchozího vymezení) budou výraznější než reakce dospělých respondentů.

K porovnání výsledků kohort do 25 let a od 25 let výše byly použity odpovědi na otázky Q10–Q12 (míra vnímané nepříjemnosti, příjemnosti, vtipnosti od 0 = vůbec po 5 = velmi). K určení věku potenciálních adresátů daných výpovědí jsme vyhodnocovali odpovědi respondentů na otázku Q12, kde označovali všechny věkové skupiny, které by takovou poznámkou s klidem častovali (škála o pěti stupních od *výrazně mladší* po *výrazně starší*).

Prokázat výrazně rostoucí toleranci k vybraným ironickým reakcím v závislosti na rostoucím věku se nepodařilo. Také rozdíly mezi hodnocením ironie lidmi do 25 let a od 25 let výše nebyly zásadní. Drobné diskrepance se opět objevily u příběhů s převážně humorným záměrem (HH a HK). Lidé do 25 let hodnotili ironický vtip HH jako méně nepříjemný (modus 4 oproti stupni 5 u skupiny starší) a komplementárně také více příjemný (modus 3 vs. 0, ale zde je nutné upozornit, že obě křivky leží blízko u sebe a mají velmi podobný tvar a vždy dva vrcholy, a to hodnoty 0 a 3, pouze mody jsou rozděleny opačně). Výraznější byl rozdíl v otázce vtipnosti (modus 3 versus 0 u starších, ovšem u ostatních hodnot jsou výsledky obou skupin téměř totožné). Podobný statisticky významný, ale pro naše bádání nevýrazný rozdíl jsme zaznamenali i u typu scénáře HK u míry nepříjemnosti (modus 0 u mladších, 1 u starších, ale opět se počet respondentů v obou skupinách u obou hodnot příliš neliší) a vtipnosti (modus 5 versus 4 u respondentů nad 25 let). Rozdíly u KH a KK už byly zanedbatelné. Viz také Tab. č. 8, č. 9 a č. 10:

**Tab. č. 8 – Míra vnímané nepříjemnosti napříč věkovými skupinami**

	HH		HK		KH		KK	
	n=722	n=1034	n=887	n=1331	n=944	n=1405	n=839	n=1231
<i>hodnota</i>	<i>do 25</i>	<i>nad 25</i>	<i>do 25</i>	<i>nad 25</i>	<i>do 25</i>	<i>nad 25</i>	<i>do 25</i>	<i>nad 25</i>
0	2,77%	3,58%	22,21%	28,17%	14,51%	14,66%	9,42%	9,26%
1	5,82%	6,29%	22,66%	22,46%	21,82%	17,37%	10,97%	12,10%
2	11,22%	8,51%	22,32%	18,86%	19,60%	17,44%	16,33%	17,79%
3	21,88%	17,41%	20,52%	19,01%	24,05%	21,35%	28,13%	30,95%
4	30,47%	26,69%	9,13%	8,11%	11,97%	15,87%	24,55%	20,31%
5	27,84%	37,52%	3,16%	3,38%	8,05%	13,31%	10,61%	9,59%
<i>Průměrná míra vtipnosti</i>	3,55	3,70	1,81	1,67	2,21	2,46	2,79	2,70

**Tab. č. 9 – Míra vnímané příjemnosti napříč věkovými skupinami**

	HH		HK		KH		KK	
	n=722	n=1034	n=887	n=1331	n=944	n=1405	n=839	n=1231
<i>Hodnota</i>	<i>do 25</i>	<i>nad 25</i>	<i>do 25</i>	<i>nad 25</i>	<i>do 25</i>	<i>nad 25</i>	<i>do 25</i>	<i>nad 25</i>
0	47,51%	53,58%	11,27%	9,92%	20,02%	24,77%	29,80%	26,97%
1	23,68%	18,09%	15,45%	12,10%	19,07%	19,07%	26,58%	22,34%
2	13,57%	12,19%	25,93%	23,97%	24,47%	23,63%	24,43%	25,26%
3	10,66%	11,22%	31,45%	30,58%	24,15%	18,65%	14,30%	18,60%
4	3,46%	3,29%	12,40%	15,78%	8,16%	9,40%	2,86%	4,87%
5	1,11%	1,64%	3,49%	7,66%	4,13%	4,48%	2,03%	1,95%
<i>Průměrná míra vtipnosti</i>	1,02	0,97	2,29	2,53	1,94	1,82	1,40	1,58

**Tab. č. 10 – Míra vnímané vtipnosti napříč věkovými skupinami**

	HH		HK		KH		KK	
	n=722	n=1034	n=887	n=1331	n=944	n=1405	n=839	n=1231
<i>Hodnota</i>	<i>do 25</i>	<i>nad 25</i>	<i>do 25</i>	<i>nad 25</i>	<i>do 25</i>	<i>nad 25</i>	<i>do 25</i>	<i>nad 25</i>
0	15,65%	26,60%	9,36%	7,14%	8,37%	13,88%	43,03%	37,37%
1	20,36%	16,15%	6,65%	5,86%	12,08%	13,24%	20,14%	19,82%
2	18,14%	17,21%	11,72%	10,67%	16,42%	17,58%	16,09%	15,19%
3	22,71%	18,28%	21,87%	17,88%	25,53%	23,70%	12,28%	17,06%
4	14,54%	13,73%	26,38%	24,57%	22,25%	16,94%	5,36%	5,93%
5	8,59%	8,03%	24,01%	33,88%	15,36%	14,66%	3,10%	4,63%
<i>Průměrná míra vtipnosti</i>	2,26	2,00	3,21	3,49	2,87	2,61	1,26	1,48

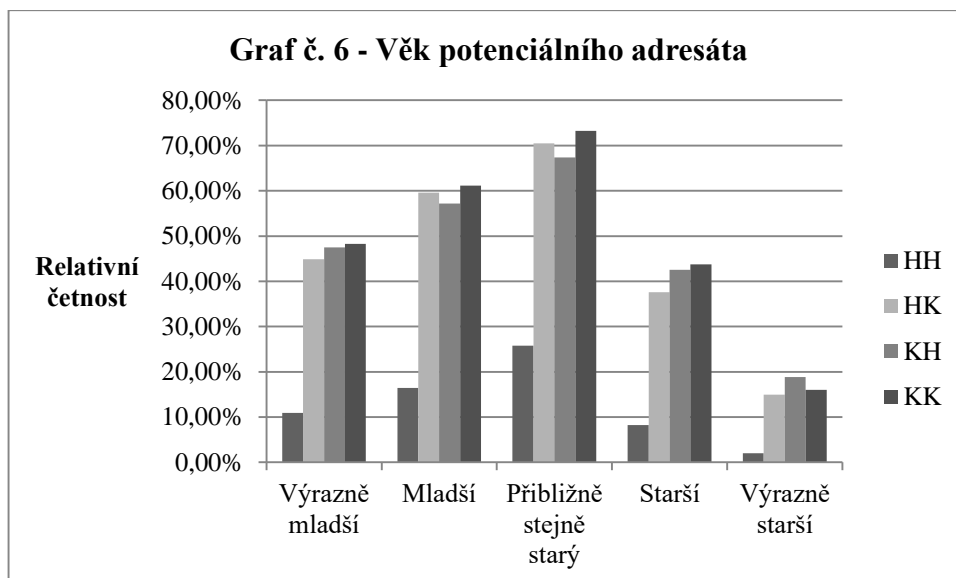
Co můžeme vyčíst z těchto tří tabulek? V případě HH hodnotili mladší testovaní častěji promluvu jako méně nepříjemnou (3,55 vs. 3,70) a komplementárně také jako více příjemnou (1,02 vs. 0,97) a více humornou (2,26 vs. 2,00) než respondenti starší. U HK se jim naopak zdála více nepříjemná (1,81 vs. 1,67) a komplementárně také méně příjemná (2,29 vs. 2,53) a méně vtipná (3,21 vs. 3,49). U KH byla situace stejná jako u HH (tedy nepříjemnost 2,21 vs. 2,46, příjemnost naopak 1,94 vs. 1,82, vtipnost 2,87 vs. 2,61) a v případě KK zavládla zase shoda s HK (tedy nepříjemnost 2,79 vs. 2,70, oproti tomu příjemnost 1,40 vs. 1,58 a vtipnost 1,26 vs. 1,48).

Lze tedy vyslovit opatrný závěr, že u dvou typů ironie s významnějším podílem humorného záměru (HH a KH)<sup>67</sup> byli respondenti do 25 let poněkud citlivější k humorné stránce záměru mluvčího a reakci hodnotili jako méně nepříjemnou. U typů HK a KK naopak vnímali především kritickou část sdělení mluvčího a průpovídka se jim zdála méně příjemná a méně vtipná. Znovu opakujeme, že naměřené rozdíly byly výrazně menší, než jsme očekávali, a při vyslovování jakýchkoliv závěrů je na místě opatrnost. Ovšem jako signál toho, že výsledky nejsou náhodné a neměly by být opomenuty, vnímáme komplementárnost odpovědí a vytvoření dvou vzorců pro příběhy s podobnými charakteristikami.

Druhá část výzkumné otázky, tedy vliv věku adresáta na potenciální použití ironické poznámky, naopak jasně potvrdila předpoklad, že pokud by respondenti danou premisu použili, adresát by byl nejčastěji podobného věku jako mluvčí. Mírná asymetrie ve všech čtyřech případech směřovala k pólu adresát by byl „výrazně mladší“, nejméně respondentů zvolilo bez ohledu na typ scénáře možnost „výrazně starší“. V poznámkách ale respondenti opakovaně zdůrazňovali, že věk není hlavním kritériem a že významnější roli hraje vztah k adresátovi. Nutnost vzájemné blízkosti ironického mluvčího a jeho oběti je obecně známá a znovu potvrzená i ve výzkumu Rýparové a Filippové (připravuje se). Výsledky pro jednotlivé příběhy shrnuje Graf č. 6 – *Věk potenciálního adresáta*.

---

<sup>67</sup> Že jde o příběhy s vyšším nebo lépe řečeno výraznějším podílem humoru, se ukázalo až během analýzy odpovědí. Autorka předpokládala, že příběh HK obsahuje méně kritiky než příběh KH. Z poznámek respondentů vyplynulo, že adresátka ironické výpovědi v HK „nepatří k nejchytřejším“, kdežto situace popsaná v KH je obvyklá, „to se tak říká“. Testovaní tedy vnímali podíl kritiky v HK jako vyšší, ačkoliv míru vtipnosti hodnotili podle očekávání autorky. Jelikož označení příběhů nemělo větší význam a bylo počítáno s tím, že míry sledovaných vlastností u HK a KH budou velmi podobné, není třeba se tomuto více věnovat.



*( $n_{HH} = 1756$ ,  $n_{HK} = 2218$ ,  $n_{KH} = 2349$ ,  $n_{KK} = 2070$ , kde  $n$  je počet všech respondentů, kteří správně odpověděli na kontrolní otázku Q3 stejně jako u ostatních otázek)*

Z grafu je patrné, že respondenti, kteří by danou průpovídku použili, by se s ní obrátili nejčastěji na adresáty stejně staré, příp. mladší, s nejmenší pravděpodobností by ji použili u adresátů výrazně starších. Jak jsme již uvedli výše, respondenti upozornili, že věk není hlavním parametrem, a pokud by výrazně starší osoba byla i dobrým přítelem, klidně by ironickou glosu pronesli.

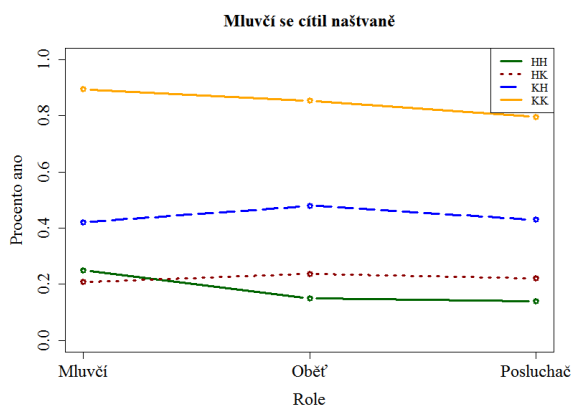
### 6.5.3 Výzkumná otázka č. 3 – vliv role v konverzaci na hodnocení ironie

Předpokládali jsme, že emoce spojené s ironickou výpovědí se budou měnit v závislosti na tom, do jaké pozice je respondent postaven (jako posluchač bude ironii považovat za humornější než jako její adresát). Domnívali jsme se také, že lidé v roli mluvčích a publika budou účinek ironie hodnotit jako nepříjemnější než osoby v roli adresátů promluv, jak vyplynulo z prostudované literatury.

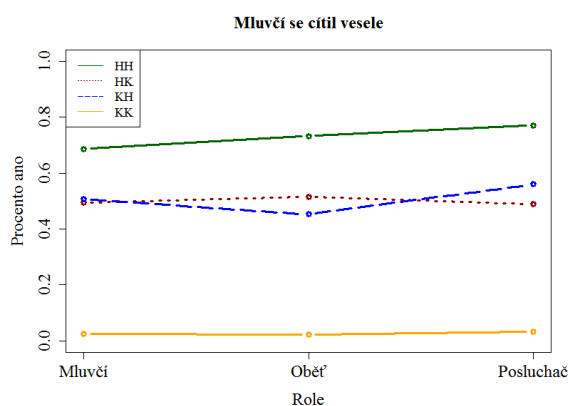
Pro zjištění odpovědi na výzkumnou otázku týkající se angažovaných emocí i emocí, které chtěl mluvčí vzbudit, jsme srovnávali odpovědi respondentů na otázky Q5 až Q9 v závislosti na variantě (1–3, mluvčí – adresát – posluchač), kterou jednotliví odpovídající vyplňovali. Respondent vždy volil ze čtyř možností, jak se daná osoba měla cítit a jak se skutečně cítila – našťvaně, smutně, nijak, vesele. Odpovídající mohli zvolit více položek. Výsledky neodpověděly na výzkumnou otázku tak jednoznačně, jak jsme se původně domnívali.

- Pocity mluvčího* – u HH hodnotí adresáti i posluchači mluvčího častěji jako veselého, než uváděli mluvčí sami, a naopak sami u sebe mluvčí označují častěji možnost naštvání (24,96 % respondentů vs. 15,09 % obětí a 14,08 % posluchačů) a smutku (11,32 % respondentů vs. 5,64 % obětí a 3,92 % posluchačů). U HK byly zvolené emoce napříč rolemi 1–3 vyrovnané, mírnou odchylku ukázal častější výběr možnosti mluvčí se „necítil nijak“ u samotných adresátů (42,35 % obětí vs. 33,91 % mluvčích a 35,80 % posluchačů), což bude probráno v rámci poslední výzkumné otázky. Teprve odpovědi u KH ukázaly, že respondentům v roli posluchačů a mluvčích se zdálo pravděpodobnější, že mluvčí byl veselý, i když naštvaný, kdežto adresáti, tedy oběti ironické reakce, hodnotili mluvčího jako více naštvaného (47,98 % respondentů oproti 42,08 % „mluvčích“ a 42,97 % posluchačů) než veselého (45,28 % obětí, oproti 50,68 % mluvčích a 56,00 % posluchačů). V posledním scénáři KK byla nejčastější a velmi početnou volbou všech tří rolí možnost, že mluvčí byl naštvaný. Poněkud překvapivě se mluvčí sami hodnotili jako naštvání mírně častěji než adresáti i posluchači (89,44 % vs. 85,40 % adresátů a 79,53 % posluchačů). Celkově vzácnou volbou u všech příběhů byla možnost „smutně“ (hodnoty 20,26 %, 23,80 % a 24,42 % – pořadí hodnot odpovídá pořadí rolí 1–3), poslední „nijak“ bude probráno dále. Přehledně výsledky pro veselost a naštvání ukazují Grafy č. 7 a 8.

**Graf č. 7 – Mluvčí se cítil naštvaně**



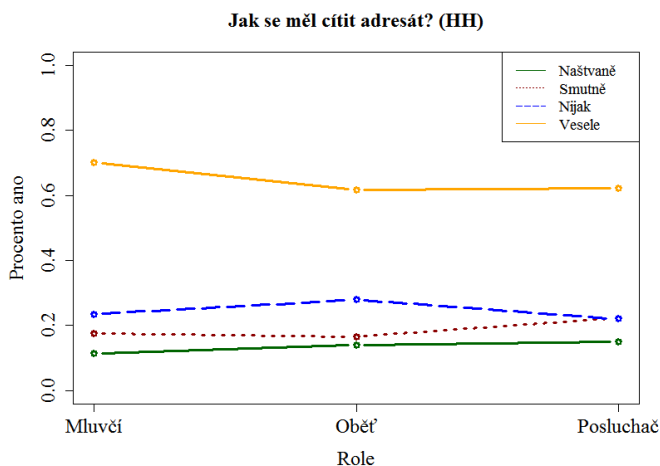
**Graf č. 8 – Mluvčí se cítil vesele**



Oba grafy zachycují, jak často, v jakém příběhu a v jaké roli volili respondenti možnost „naštvaně“ a „vesele“. Jde o psychická rozpoložení, která mluvčím přisuzovali respondenti nejčastěji.

- *Pocity adresáta* – k pocitům adresáta se testovaní vyjadřovali z pozice záměru mluvčího a z pozice skutečného účinku. U příběhu HH znovu potvrdili, že pochopili humorný záměr mluvčího, přičemž samotní mluvčí volili možnost „chtěl, aby se cítil vesele“ mírně častěji než ostatní respondenti (70,23 % vs. 61,64 % obětí a 62,21 % posluchačů). Viz Graf č. 9:

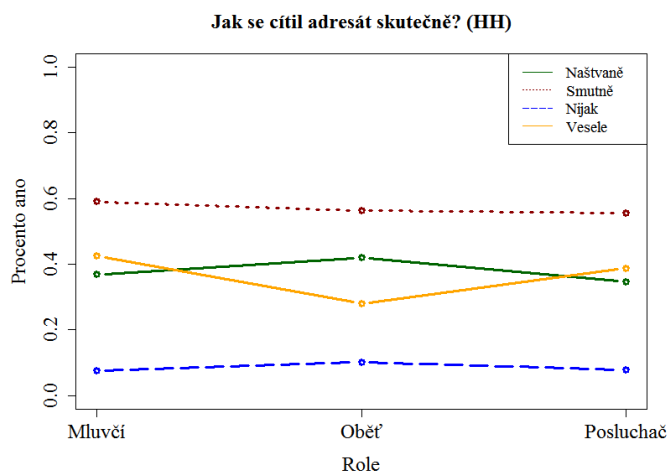
**Graf č. 9 – Jak se měl cítit adresát? (HH)**



Předpokládaný skutečný účinek byl ovšem „cítil se smutně“, což odpovídá účinku špatného vtipu, jak jsme o něm mluvili dříve. Oproti předpokladu se ukázalo, že respondenti v roli oběti ironické průpovědky vybírali častěji možnost, že se cítili naštvaně (42,00 % oproti 36,90 % mluvčích a 34,76 %

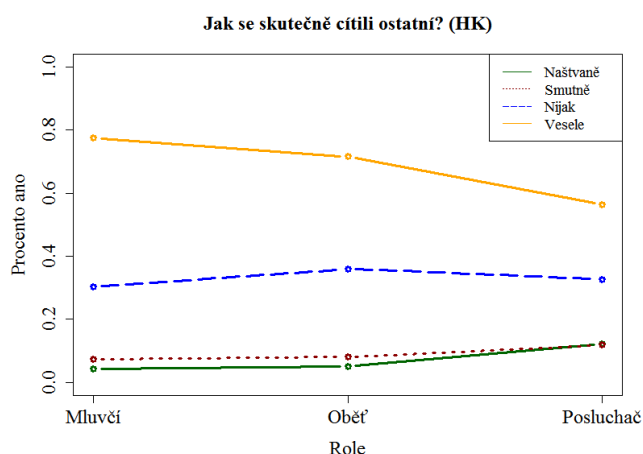
posluchačů) a méně vesele, než tomu bylo u mluvčích a posluchačů (28,00 % v porovnání se 42,48 % mluvčích a 38,86 % posluchačů) – viz Graf č. 10:

**Graf č. 10 – Jak se cítil adresát skutečně? (HH)**



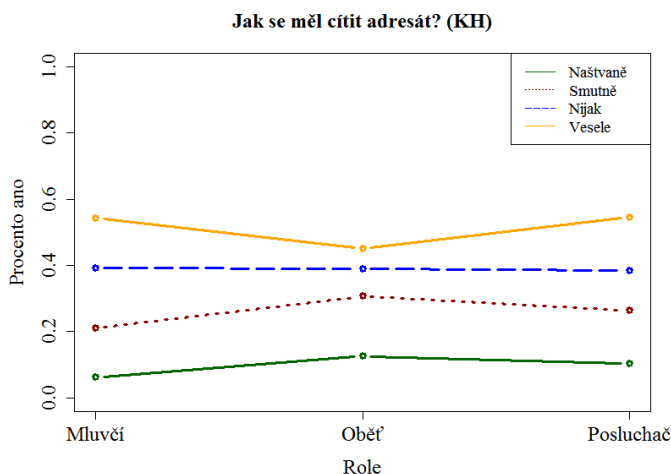
U varianty scénáře HK poměrně překvapivě převládla u odhadovaného záměru mluvčího možnost, že se adresát neměl cítit nijak, že šlo pouze o vtip. Druhou očekávanou reakcí pak byla veselost, následně smutek a naštvaní (v poznámkách respondenti uváděli, že cílem mluvčího bylo, aby se jeho oběť nad sebou zamyslela, apod.). Skutečný účinek odhadovali respondenti jako naštvaní, „žádnou reakci“ i veselost u těch v pozici mluvčích, zejména „žádnou reakci“ u těch v pozici adresátů a hlavně naštvaní u těch v pozici posluchačů. Zde se opět ukazuje náznak původní domněnky, že samotná oběť nehodnotí důsledky ironie tak kriticky jako mluvčí nebo posluchači – viz Graf č. 11:

**Graf č. 11 – Jak se cítil adresát skutečně (HK)**



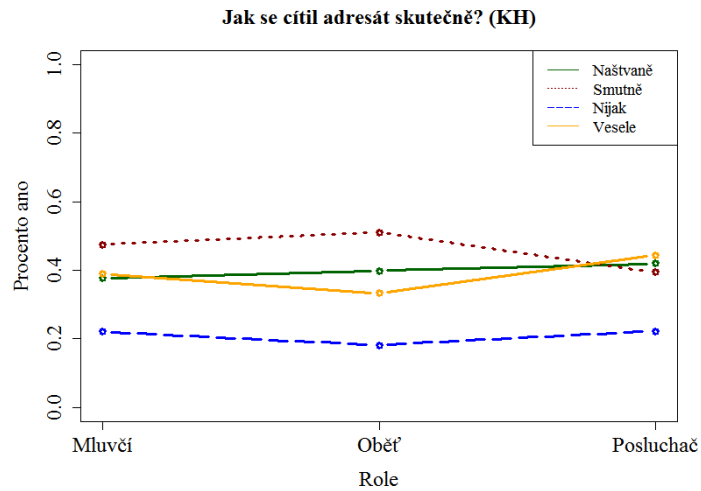
Výsledky příběhu KH v odhadování záměru mluvčího opět vykazují diskrepanci mezi odpověďmi mluvčích a ostatních – mluvčí méně často uváděli, že chtěli, aby se adresát cítil naštvaně nebo smutně (u naštvaně je to 6,28 % oproti 12,67 % adresátů a 10,40 % posluchačů). Výjimkou byla možnost „vesele“, kterou naopak mluvčí a společně s nimi i posluchači častěji volili jako záměr mluvčího, zatímco samotní adresáti ji volili výrazně méně (45,01 % oproti 54,37 % mluvčích a 54,63 % posluchačů). Viz Graf č. 12:

**Graf č. 12 – Jak se měl cítit adresát? (KH)**



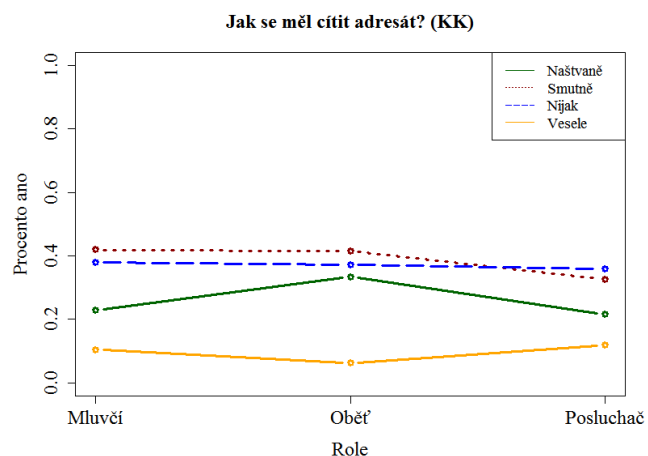
Skutečný účinek výpovědi byl s výjimkou posluchačů charakterizován možností „smutně“, pouze posluchači předpokládali, že se oběť cítila veseleji (44,46 % vs. 38,93 % mluvčích a 33,29 % obětí – tedy stejně jako u záměru adresáti volili možnost „vesele“ ve srovnání s ostatními výrazně méně často – viz Graf č. 13:

**Graf č. 13 – Jak se skutečně cítil adresát? (KH)**



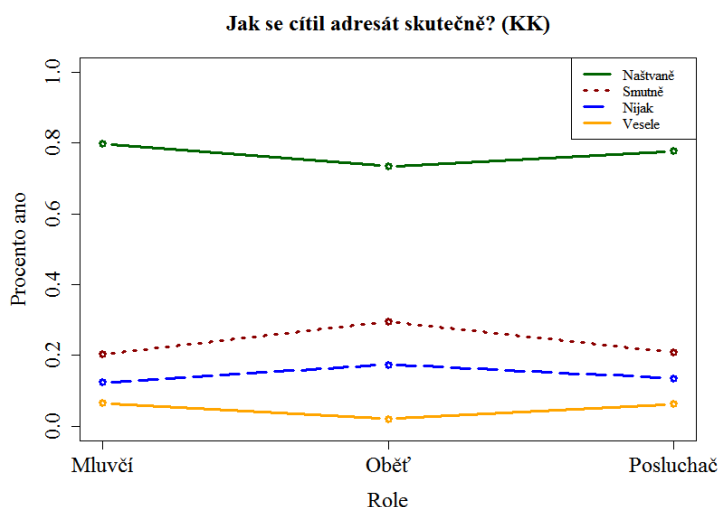
U posledního příběhu KK byl výsledek překvapivý v tom ohledu, že skutečný účinek reakce odpovídal našemu předpokladu (mluvčí adresáta zejména naštvál, potom možná i trochu rozesmutněl i malinko pobavil a zároveň se ho nemusel dotknout vůbec), kdežto u záměru volili respondenti nejčastěji možnosti „adresát se měl cítit smutně“ a „adresát se neměl cítit nijak“. Dotazovaní to v prostoru pro poznámky vysvětlovali tak, že si adresátka výtky měla uvědomit, že se to stát může každému, a reagovala tudíž nepřiměřeně (proto se měla cítit smutně), nebo že jen mluvčí chtěla, aby adresátka zmlkla (neměla se cítit nijak) – viz Graf č. 14:

**Graf č. 14 – Jak se měl adresát cítit? (KK)**



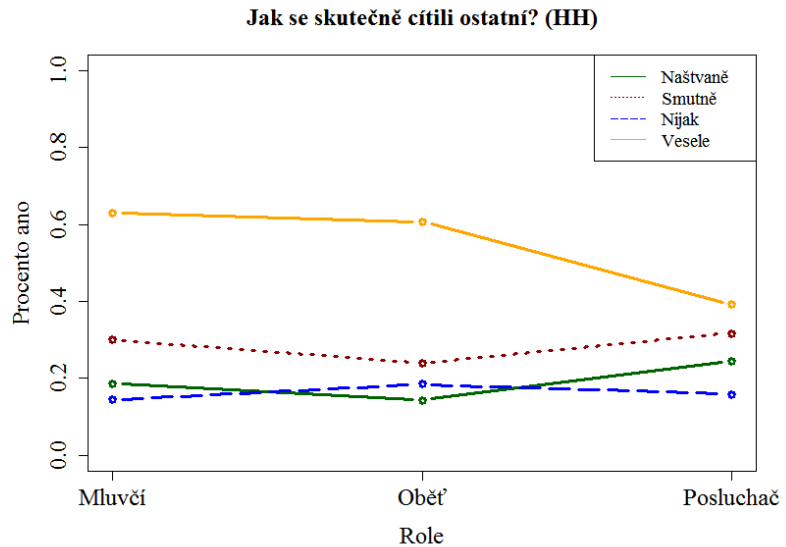
Skutečnou reakci adresátky zachycuje Graf č. 15:

**Graf č. 15 – Jak se skutečně cítil adresát? (KK)**



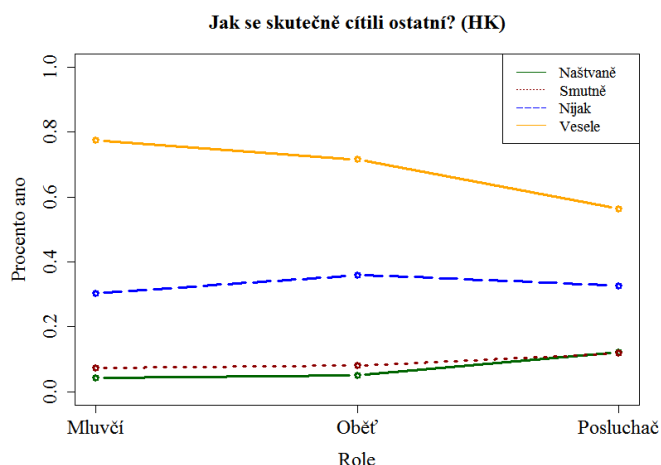
- Pocity posluchačů* – Také emoce na straně posluchačů byly hodnoceny z hlediska záměru mluvčího a z pohledu skutečného účinku. U typu HH se respondenti shodli zejména na humorném záměru mluvčího, kdy bez ohledu na přidělenou roli vždy více než 80 % respondentů volilo možnost „ostatní se měli cítit vesele“ (konkrétně v pořadí odpovídajícím rolím 1–3 85,74 %, 83,09 % a 79,86 %). Zbylé varianty volili pouze v malé míře („neměli se cítit nijak“ se pohybovala kolem 15 %, ostatní kolem 5 %) a rozdíly mezi variantami dotazníků 1–3 dle přidělené role byly nevýznamné. Zajímavé výsledky přineslo ale vyhodnocení skutečného účinku výpovědi. Posluchači sami hodnotili své rozpoložení jako veselé mnohem méně než „oběti“ a „mluvčí“ (39,22 % oproti 63,10 % mluvčích a 60,73 % obětí). Zároveň se označovali častěji za naštvané (24,42 % vs. 18,60 % mluvčích a 14,36 % adresátů). Také možnost „smutně“ volili výrazně častěji, než se domnívaly oběti (31,73 % na 24,00 % obětí). Výsledky tedy naznačují, že posluchači se cítili víc v rozpacích, než odhadovali ostatní a zejména adresáti, kteří rozpoložení publika hodnotili jako méně smutné, méně naštvané (14,36 % oproti 24,42 % posluchačů) a více nedotknuté celým vtípem (možnost *nijak* vybralo 18,55 % obětí oproti 15,86 % posluchačů samotných) – viz Graf č. 15:

**Graf č. 15 – Jak se skutečně cítili ostatní? (HH)**



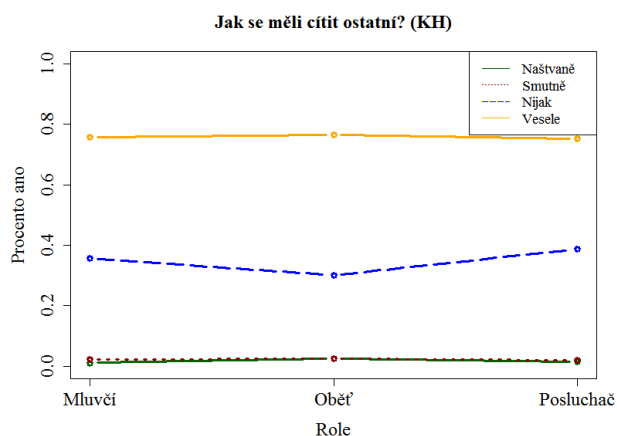
Podobná situace ohledně záměru mluvčího panovala i v příběhu HK – kolem 70 % respondentů ve všech třech skupinách volilo, že mluvčí chtěl ostatní pobavit (možnost „vesele“ – 73,16 %, 70,49 % a 68,53 % opět v pořadí odpovídajícím rolím 1–3), kolem 35 % respondentů pak zaškrtnulo variantu *nijak* (hodnoty 30,45 %, 38,64 % a 36,64 %), zbylé dvě odpovědi se objevovaly minimálně (naštvaně – 1,73 %, 4,94 %, 6,15 %; smutně – 2,45 %, 1,11 %, 4,48 %). Mírně více „mluvčích“ zvolilo možnost *vesele* a naopak méně jich sáhlo k *nijak*, rozdíly ale nebyly pro náš výzkum významné. U skutečného účinku se opět ukázalo, že „posluchačům“ přišel vtip zřejmě méně zábavný, než čekali „mluvčí“ i „oběti“. Narozdíl od předchozího příběhu však všechny tři skupiny hodnotily humorný účinek poměrně vysoko (mluvčí – 77,49 %, oběti – 71,60 % a posluchači – 56,36 %). Zbylé tři typy rozpoložení zaznamenaly přibližně stejné výsledky, jaké respondenti odhadli u záměru mluvčího. Viz Graf č. 16:

**Graf č. 16 – Jak se skutečně cítili ostatní? (HK)**

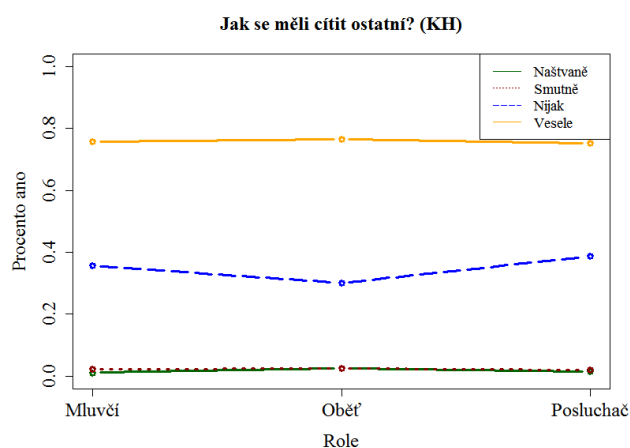


Záměr i skutečný účinek u scénáře KH se prakticky nelišily, a to ani napříč skupinami 1–3. Všichni v obou případech shodně volili nejvíce možnost, že ostatní se měli cítit a cítili se vesele (záměr – 75,68 % mluvčích, 76,42 % obětí a 75,20 % posluchačů; účinek – 62,16 %, 67,25 %, 62,17 %), druhou nejčastější volbou bylo „nijak“ (záměr – 35,66 %, 30,19 %, 38,86 %; účinek – 33,74 %, 28,71 % a 31,54 %), nejméně volili „naštvané“. Výrazný rozdíl zaznamenala varianta „smutně“, kdy všichni respondenti bez ohledu na svou roli předpokládali, že mluvčí nechtěl, aby se publikum cítilo smutně (2,19 %, 2,43 % a 2,06 %), ale ve skutečnosti v každé skupině možnost „smutně“ uvedlo téměř desetkrát více testovaných (22,54 %, 18,87 % a 25,37 %). Vysvětlujeme si to tak, že mluvčí kritickou složku směřoval pouze k adresátovi a ostatním měla patřit jen ta humorná, ve skutečnosti se ale publikum opět dostalo do rozpaků, a proto hodnotilo účinek jako méně humorný a sebe jako více smutné, než se předpokládalo. To respondenti potvrdili svými poznámkami k otázce, kde uváděli, že ostatní se mohli cítit i trapně, že jsou svědky této malé „hádky“, nebo záměrně nereagovali nijak, aby neurazili ani jednu stranu konfliktu. Srov. Graf č. 17 a 18:

**Graf č. 17 – Jak se měli cítit ostatní (KH)**



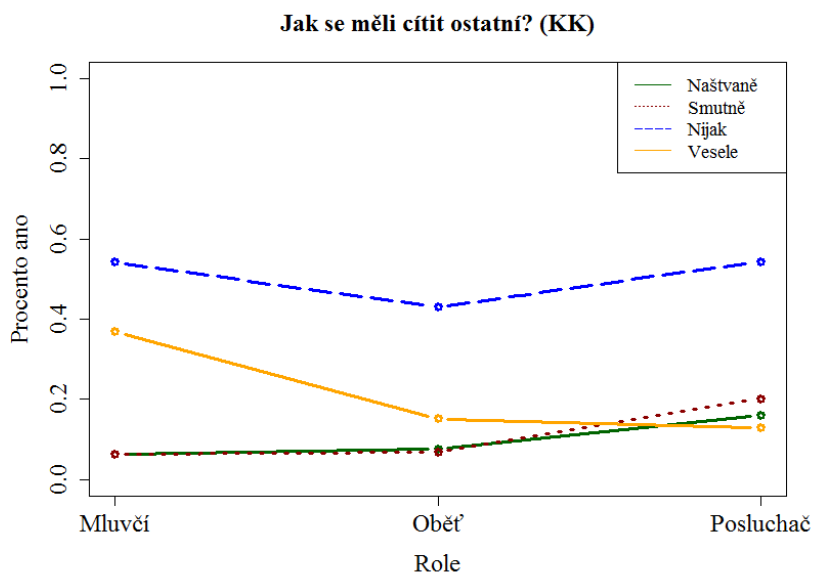
**Graf č. 18 – Jak se skutečně cítili ostatní (KH)**



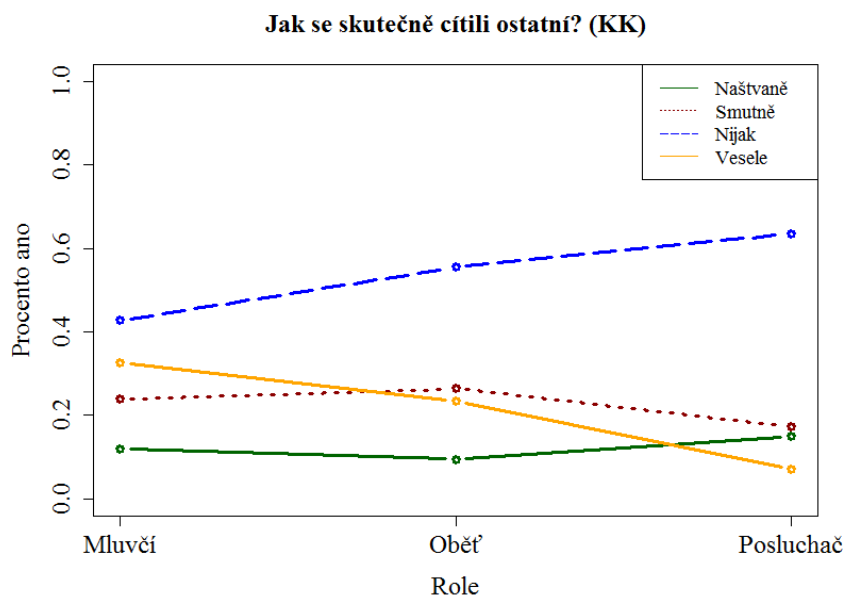
Podobné tendence lze vysledovat i u posledního příběhu KK. Ovšem zde už převládá u záměru i účinku názor, že posluchači se neměli cítit nijak, protože humorná složka byla výrazně upozaděna a ta kritická směřovala pouze k adresátce výpovědi. Oproti předpokladům, že snaha pobavit publikum je zde téměř potlačena a jde spíše o obranu mluvčího proti adresátovi, vybírali respondenti možnost, že se posluchači měli cítit i cítili vesele překvapivě často (záměr – 36,95 %, 15,18 % a 12,87 %; účinek – 32,67 %, 23,50 % a 7,16 %). Zejména odpovídající v pozici mluvčích volili *vesele* jako druhou nejpravděpodobnější možnost. Pro samotné posluchače ale šlo o možnost nejméně častou. Mluvčí účinek své reakce hodnotili nakonec jako méně vtipný, než původně zamýšleli, a častěji zvažovali možnost, že ostatní naopak spíše

rozesmutnili (roz. dostali do nepříjemné pozice – záměr byl pouhých 6,42 % mluvčích, skutečný účinek pak 23,97 %). Srovnej Grafy č. 19 a 20:

**Graf č. 19 – Jak se měli cítit ostatní? (KK)**



**Graf č. 20 – Jak se skutečně cítili ostatní? (KK)**

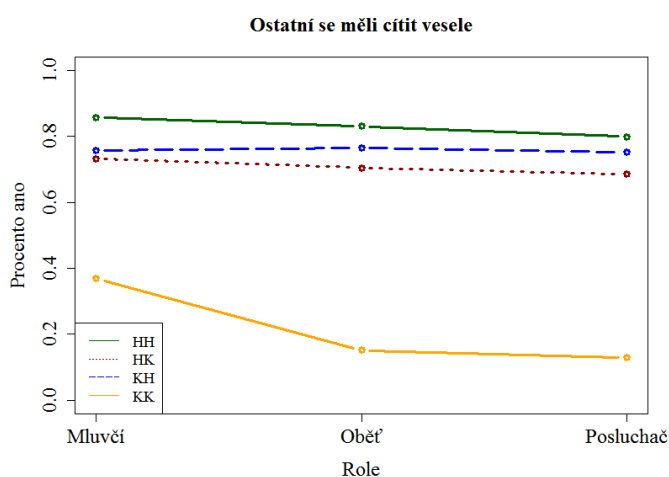


Jak zaznělo v úvodu tohoto oddílu, očekávané rozdíly spojené s rolemi, kde mluvčí a posluchač měli danou situaci hodnotit „hůře“ než samotná oběť, jsme neobjevili. Přesto výsledky popisují

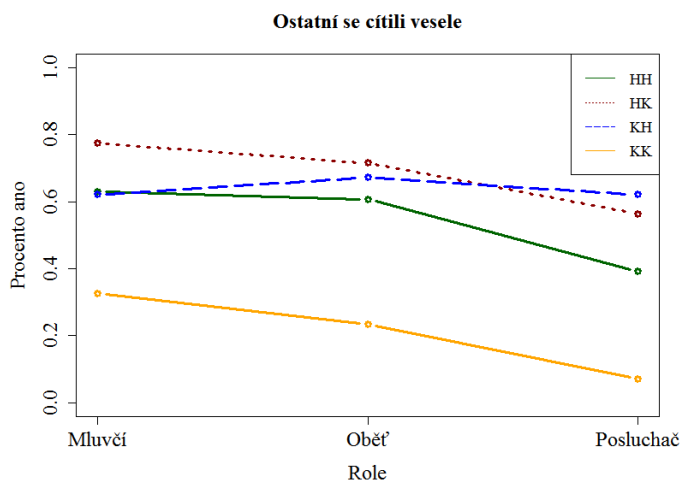
určitý vzorec chování jednotlivých aktérů komunikační situace v závislosti na typu zkoumaného příběhu i zcela nezávisle.

Předně se ukázalo, že motivací mluvčích pro použití vybraných čtyř ironických reakcí bylo jednoznačně naštvání nebo naopak veselost. Překvapivě veselost byla stavem mluvčího uváděným nejčastěji u všech příběhů s výjimkou KK bez ohledu na roli respondenta, jednoznačné naštvání to bylo právě a jen u KK. Smutek byl u všech příběhů emocí pouze doprovodnou a až na příběh KK ho respondenti volili ve všech pozicích v rámci dané konverzace méně než možnost, že se mluvčí necítil nijak. K možnosti *nijak* se dostaneme dále. Grafy č. 7 a 8 výše ukazují relativní četnost možností, že se mluvčí cítil naštvaně nebo vesele, a z jejich srovnání je patrné, že použitím výpovědí z HH, HK a KH ukazoval mluvčí i na své humorné rozpoložení. Respondenti v pozicích mluvčích také častěji uváděli, že jejich záměrem bylo pobavit adresáta v příběhu HH, který jsme charakterizovali už dříve jako špatný vtíp. V ostatních případech nebyly jejich výsledky signifikantní v rámci celé množiny. Posledním zajímavým zjištěním spojeným s rolí respondenta jako mluvčího je jednak odhad plánovaného humorného účinku na poslouchající u příběhu KK (možnost, že se posluchači měli cítit vesele, volili až dvakrát častěji než respondenti v ostatních pozicích – 36,95 % proti 15,18 % adresátů a 12,87 % posluchačů – viz Graf č. 21), a stejně tak odhadovali, že poslouchajícím také skutečně jejich průpovídka přišla zábavnější, než uváděli zbylí testovaní (32,67 % vs. 23,50 % obětí a 7,16 % posluchačů) – viz Graf č. 22.

**Graf č. 21 – Ostatní se měli cítit vesele**

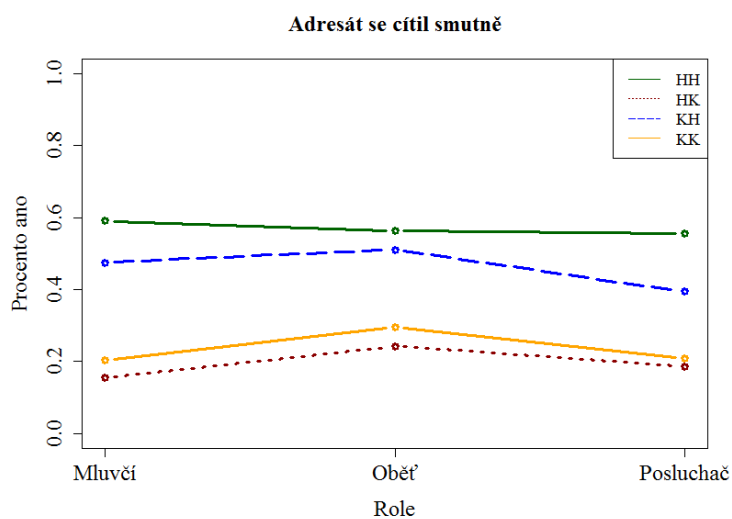


**Graf č. 22 – Ostatní se cítili vesele**



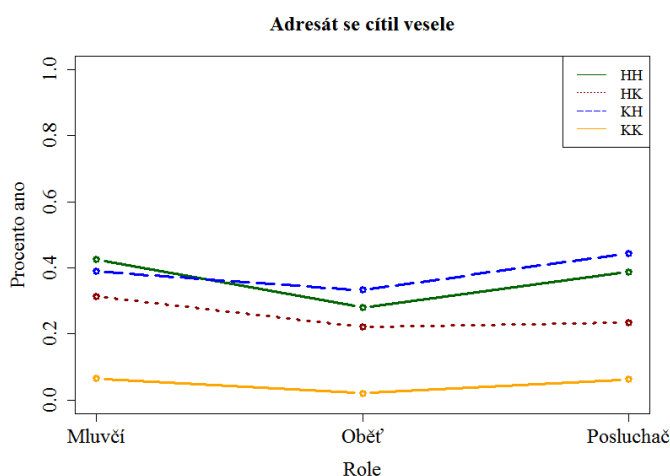
Emoce adresátů odhadovali respondenti všech tří skupin jako celkově mírnější u předpokládaného účinku (volili častěji, že adresát se měl cítit vesele, naopak méně často, že měl být naštvaný nebo smutný – možnost „nijak“ probereme opět dále) než u účinku reálného. Respondenti v pozici adresátů (nebo jinak také obětí) ironické reakce vykazovali mírné odchylky od výsledků zbylých skupin v hodnocení, zda mluvčí v příběhu KK chtěl adresáta naštvat (ve srovnání s ostatními volili častěji možnost, že je mluvčí skutečně chtěl naštvat, ale naopak o něco méně častěji než zbylí odpovídající se hodnotili jako naštvání v otázce reálného účinku). Také u příběhů HK, KH a KK uváděli častěji, že se po poznámce mluvčího cítili smutní, než všichni ostatní odhadovali – viz Graf č. 23, a méně veselí – viz Graf č. 24:

**Graf č. 23 – Adresát se cítil smutně**



Výsledek HH odpovídá skutečnosti, že se jednalo o nepovedený vtíp pro všechny tři kohorty.

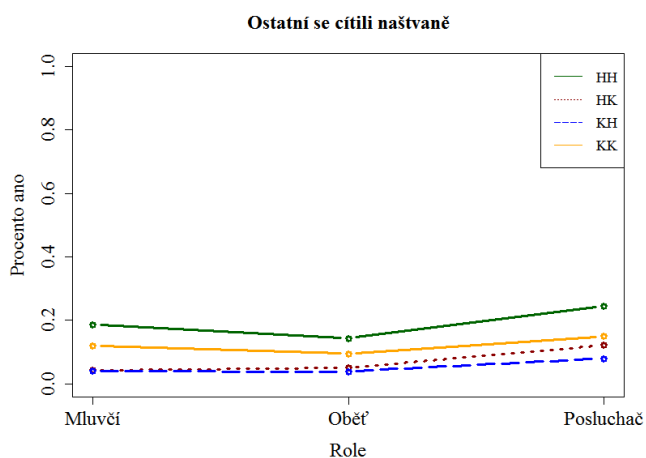
Graf č. 24 – Adresát se cítil vesele



Ostatní odpovědi byly opět srovnatelné s alespoň jednou ze dvou zbývajících skupin.

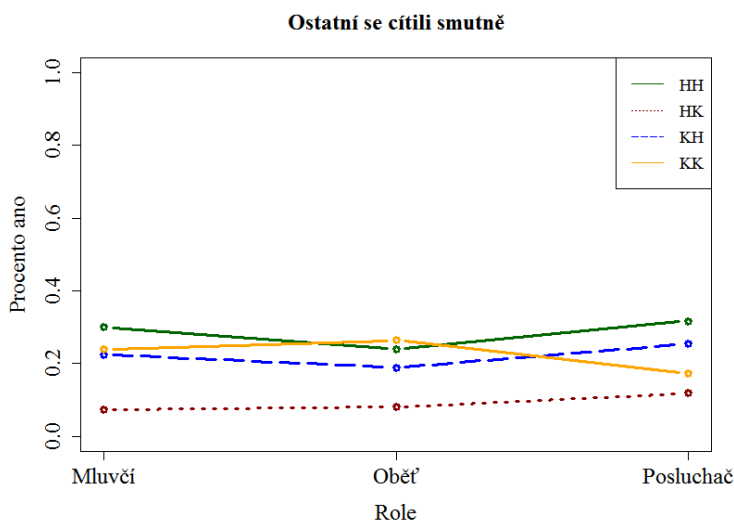
Jako poslední přicházejí na řadu respondenti, kteří zaujali roli nezajímavých posluchačů. Všechny tři skupiny se domnívaly, že mluvčí chtěl, aby posluchači byli zejména veselí nebo aby na ně poznámka neměla žádný vliv, protože případná kritika nebyla mířena proti nim (odpověď nijak opět probereme v následujícím oddílu). Sami posluchači ale u příběhu KK uváděli častěji, že je mluvčí chtěl naštvat nebo rozesmutnit. Ovšem stále šlo o výsledek kolem 20 % respondentů (cíl naštvat – 16,08 %, cíl rozesmutnit – 20,18 %), zatímco u ostatních skupin vždy jen o méně než 10 % pro varianty naštvané a smutně (naštvané – 6,28 % mluvčích, 7,74 % obětí; smutně – 6,42 % a 6,86 %, podobně jako u příběhů HH, HK a KH, kde se s ostatními shodoval i názor „posluchačů“). U skutečného účinku ale sami uvedli, že se nakonec cítili méně naštvaní, než si mysleli, že měl mluvčí v plánu (14,91 %). Stejně tak i u varianty smutně – zde ale „mluvčí“ i „oběti“ naopak uvedli, že posluchači byli ve skutečnosti smutnější, než si mluvčí přál, a poměrně překvapivě považovali posluchače za smutnější, než se hodnotilo samo publikum. Rozdíl v reálném účinku výpovědí se ukázal i u příběhu HH, kde se respondenti shodli, že „obecenstvo“ rozhovoru Karla a Jirky mluvčí naštvál více, než plánoval (záměr – 4,50 %, 5,82 %, 7,13 %; účinek – 18,60 %, 14,36 %, 24,42 %), a z výsledků navíc vyplývá, že posluchači se hodnotili mírně častěji naštvaní, než si mysleli ostatní – viz Graf č. 25:

**Graf č. 25 – Ostatní se cítili našťvaně**



Posledním výsledkem, který vyplynul z hodnocení této výzkumné otázky, je mírný negativní vliv vybraných čtyř typů ironických reakcí i na nezainteresované okolí. Jak jsme zmínili výše, respondenti shodně ve všech třech skupinách uváděli u příběhů HH, HK a KH téměř nulový záměr mluvčího, aby se poslouchající cítili smutně, skutečný účinek ale hodnotili hůře. U HH, KH i KK jsme v poznámkách respondentů našli, že okolí nebylo příjemné slyšet kritiku oběti (u HH často upozorňovali, že odér nohou, který mluvčí zveličuje, mohl skutečně být dost výrazný, a nehodilo se tedy o něm žertovat) a cítili se také trochu trapně nebo v rozpacích. Hůře byl hodnocen nakonec i příběh HK, který byl jinak přijímán velmi pozitivně jako dobrý vtip, a v poznámkách jsme opět objevili názory, že ostatní se sice bavili, zároveň ale často přehodnocovali svůj názor na oběť repliky (např. *uvědomili si, že Monice není nikdo dost dobrý; došlo jim, že Monika je nána; pochopili, že to s ní partneři nemají lehké*) – viz Graf č. 26:

**Graf č. 26 – Ostatní se cítili smutně**



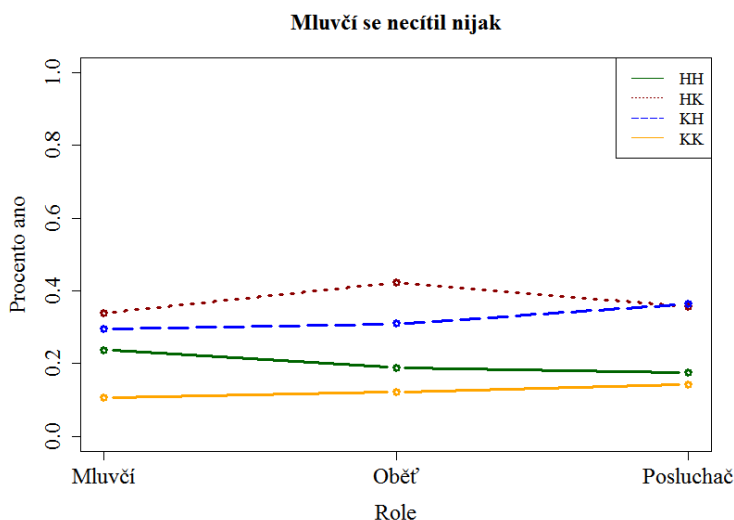
Jak je tedy vidět z výsledků, chování respondentů v závislosti na přidělené roli se mění také v závislosti na konkrétním typu příběhu. Navíc i humorná složka motivace mluvčího, jeho záměru i skutečného účinku je s výjimkou příběhu KK vždy významná a i v případě KK je nutné ji zohledňovat.

#### **6.5.4 Výzkumná otázka č. 4 – míra angažovaných emocí**

Naše hypotéza, že se s ironií vždy pojí nějaký emocionální stav mluvčího a adresáta i emocionální reakce nezainteresovaného posluchače, byla potvrzena pouze částečně. Zároveň se částečně potvrdilo i tvrzení probantů z výzkumu Pospíšilové a Filippové (2011), že mluvčí nemusí nijak ironií reagovat na svůj emocionální stav ani se snažit vyvolat nějaké emoce u adresáta nebo posluchačů. Výzkumná otázka byla v zásadě formulována velmi problematicky a černobíle.

Z vyhodnocených výsledků jasně vyplynulo, že emoce jsou vždy angažované u všech účastníků dané konverzace, ale že nesprávná je představa jedné hlavní emoce, která vyvrcholí použitím ironické reakce. Naopak se ukázalo, že u ironických mluvčích v našich příbězích všichni respondenti předpokládali poměrně významnou míru odpovědi „mluvčí se necítil nijak“, a to i u příběhu KK, kde respondenti detekovali vysokou míru naštvání mluvčího – viz Graf č. 27:

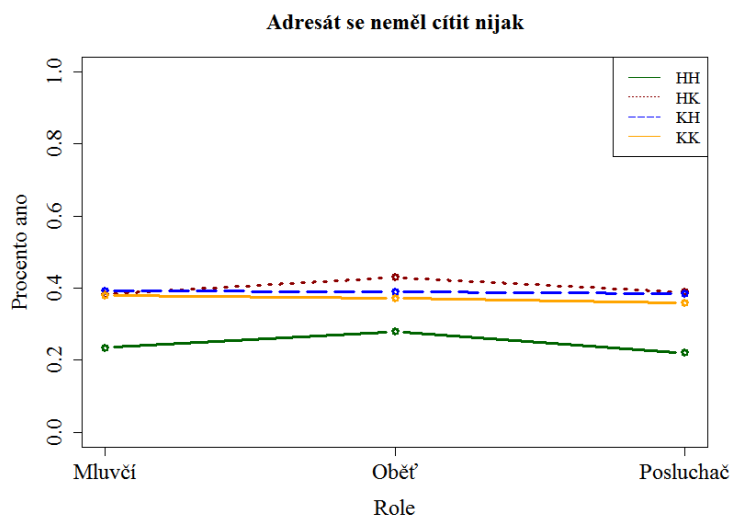
**Graf č. 27 – Mluvčí se necítil nijak**



U příběhů HH a HK se jednalo o druhou nejčastější odpověď napříč skupinami, u scénáře KH a KK byla na třetím místě, ale od druhé volby byla vzdálená jen o cca 10 % respondentů, zatímco varianta „smutně“ se s výjimkou příběhu KK držela v okolí 0 %.

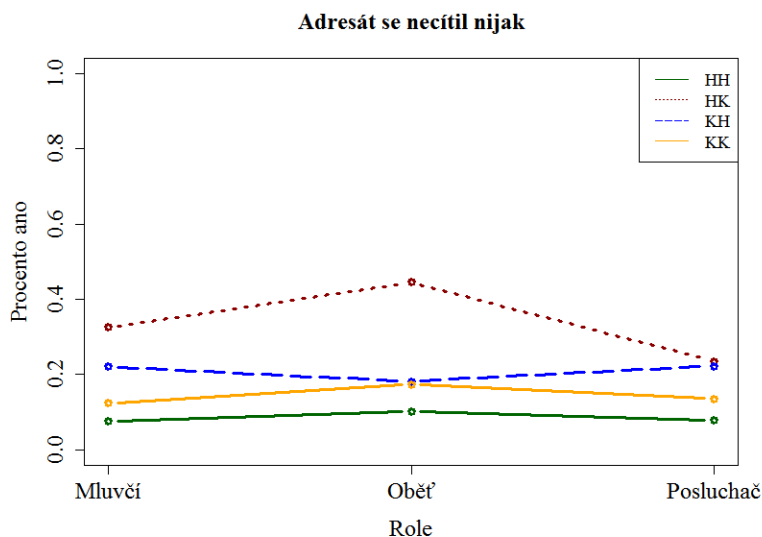
Varianta *nijak* byla i častou volbou všech respondentů při vyhodnocování toho, jak chtěl mluvčí ovlivnit adresáta. U příběhu HH šlo o druhou nejčastější možnost (23,57 % mluvčích, 28,00 % adresátů a 22,10 % posluchačů), ale hlavním záměrem bylo bezkonkurenčně pobavit adresáta (70,23 %, 61,64 % a 62,21 %). U HK šlo dokonce o nejčastěji zmiňovanou možnost (38,24 % mluvčích, 43,09 % adresátů a 38,88 % posluchačů; ostatní možnosti dosahovaly hodnot pod 30 %). Respondenti to vysvětlovali tak, že mluvčí chtěl adresátku pouze upozornit, že *plácá nesmysly* nebo *neví, co říká*. U KH volilo *nijak* také cca 40 % lidí z každé skupiny (39,21 %, 38,95 % a 38,51 %), ale možnost, že se měl adresát pobavit, získala přízeň kolem 50 % respondentů ze všech kohort (54,37 %, 45,01 %, 54,63 %). Respondenti tento výsledek zdůvodňovali tím, že mluvčí chtěl jen upozornit adresáta, že nezvolil správný předmět, ale kritika neohrožovala jeho tvář (poznámky jako např. *chtěla, aby přinesl jiný talíř; aby se zamyslel a přinesl větší* apod.). O výsledku u KK jsme se zmínili výše, ale zopakujme, že respondenti volili napříč skupinami nejčastěji v podobné míře možnosti *smutně* a *nijak*, ačkoliv jsme předpokládali, že záměrem mluvčího bude spíše adresáta naštvat. Respondenti ale uváděli, že mluvčí pouze chtěl, aby se adresát nad svým chováním zamyslel a uvědomil si, že svou výtku mluvčímu přehání, nebo si jen přál, aby adresát zmlknul a uklidnil se. Viz také Graf č. 28:

**Graf č. 28 – Adresát se neměl cítit nijak**



Příběhy HH, KH a KK si odhadovanou míru toho, že mluvčí svými slovy adresáta nijak neovlivnil, v případě reálného účinku neudržely. Naopak mírně stoupla u respondentů v pozici adresátů u variaty HK (záměr – 43,09 %; účinek – 44,57 %). Viz Graf č. 29:

**Graf č. 29 – Adresát se necítil nijak**

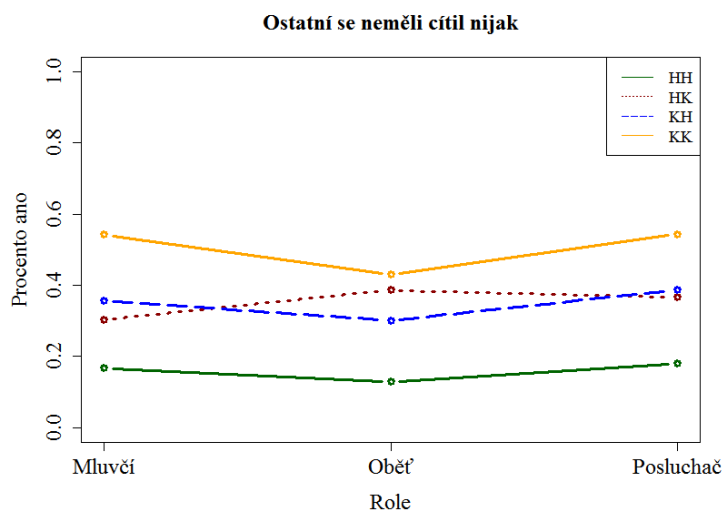


Posledním zajímavým zjištěním je, že oběti ovlivnila replika v KH více, než ostatní odhadovali (18,19 % obětí proti 22,13 % mluvčích a 22,17 % posluchačů), a naopak u KK je nechala chladnější (17,37 % vs. 12,41 % mluvčích a 13,60 % posluchačů). To může opět ukazovat

na nevyočitatelnost ironie, jejíž účinek se často liší od záměru i od odhadu skutečné reakce adresáta.

Posluchači, kteří ve vzorku respondentů měli reprezentovat nezainteresované okolí, představovali ve skutečnosti s výjimkou KK opravdu spíše publikum pro mluvčího. U všech tří příběhů bylo tím stěžejním cílem pobavení ostatních přítomných. Pouze u KK respondenti napříč skupinami nejvíce uváděli, že mluvčí nechtěl ostatní nijak ovlivnit. Porovnáme-li výsledky v Grafu č. 30 – *Ostatní se neměli cítit nijak* s výsledky adresáta v grafu č. 28, zjistíme, že záměr mluvčího nijak neovlivnit posluchače byl s výjimkou KK méně častý než záměr neovlivnit adresáta, což je překvapivé.

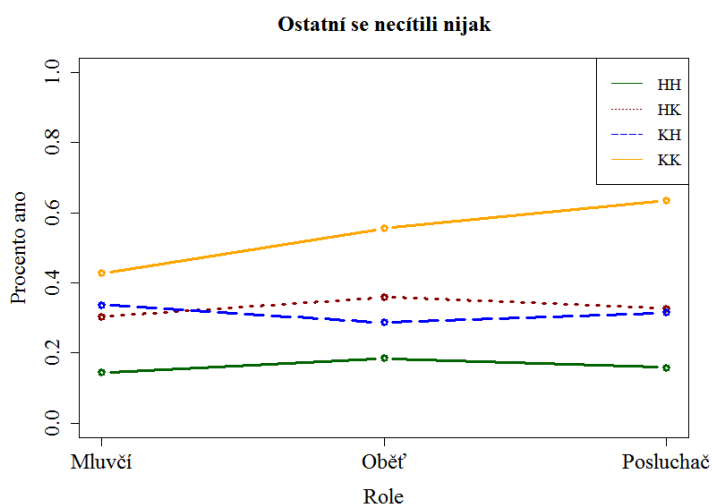
**Graf č. 30 – Ostatní se neměli cítit nijak**



Toto zjištění je v souladu s výsledky Tannenové (2005), které ukazují, že ironii i humor používaly sledované osoby k vybudování své pozice v rámci dané komunikační situace.

Co se týče skutečného účinku, výsledky se víceméně shodovaly s předpokládaným záměrem mluvčího. Pouze u KK se posluchači sami označili za méně zainteresované, než odhadli mluvčí a adresáti (63,60 % proti 42,80 % mluvčích a 55,47 % obětí), ale bylo to více i proti vlastnímu původnímu odhadu záměru mluvčího (původně jen 54,39 %). Viz Graf č. 31:

**Graf č. 31 – Ostatní se necítily nijak**



Všechny dílčí výsledky této výzkumné otázky tedy ukazují, že každý mluvčí, adresát i posluchač prožívali nějaké emoce, vzhledem k relativně vysokým četnostem odpovědi *nijak* lze ale usuzovat, že dané emoce nebyly jediným spouštěčem nebo projevem jejich reakce.

## 6.6 Limity výzkumu

Výsledky zaznamenané v předchozím oddílu mají bezpochyby své limity. Za naprosto zásadní považujeme experimentální povahu výzkumu – ironické scénáře jsou uměle vytvořené a respondenti je mají k dispozici pouze v psané podobě. Ideální pro zkoumání každodenních konverzací je vždy samozřejmě zejména zúčastněné pozorování a analýza organicky vzniklých (třeba právě ironických) reakcí. Testované osoby mají k dispozici velmi široký kontext a jejich jednání je ve výrazně menší míře zkresleno nedostatkem informací, jako tomu mohlo být v našem dotazníku, kde zcela chyběly údaje o neverbálních projevech participantů i podrobnější popis jejich všeobecných charakteristik a vztahů (např. informace, že *Karel je vtipálek, Jirka srandista, často se škádlí, ale mají se rádi, ...*). Absence bližších údajů způsobovala problémy zejména u příběhu HH, kde záměr mluvčího respondenti snadno odhalili, ale skutečný účinek je dostal do rozpaků, právě proto, že si nebyli jistí společným základem, na který mluvčí odkazoval (*skutečně Jirkovi páchly nohy? Říkal to Karel naštvaně, nebo se smál?*).

Na druhou stranu má i zúčastněné pozorování své nevýhody, které byly pro autorku tohoto výzkumu argumentem pro formu experimentu. Zejména není možné nasbírat tímto způsobem rozsáhlý korpus k analýze – nikdo neví, zda a kdy se ironická reakce objeví a výzkumník je limitován svými fyzickými možnostmi. Může několik hodin sledovat konverzaci, kde nepadne jediná ironie, zatímco by mezitím mohl sbírat materiál jinde a původní konverzaci jednoduše vyřadit z testovaného souboru, jako je tomu v případě experimentu. Jak jsme zmínili výše, pro respondenty experimentu mohl problém představovat nedostatek informací z neverbálního kanálu (tón hlasu, výraz tváře, tělesné postoje) i chabý společný základ. Dovolujeme si ale argumentovat tím, že ani ve skutečném životě nemáme k dispozici veškeré informace, které bychom potřebovali (mluvčí může využít tzv. kamennou tvář, nemusíme ho dobře slyšet, může společný základ přecenit a odkazovat k něčemu, co jsme nezaregistrovali, apod.). Za ztěžejní považujeme ale především fakt, že cílem tohoto výzkumu bylo vysledovat určité vzorce chování typické pro situace s ironickou poznámkou a vědomě jsme se snažili přimět respondenty, aby je vyhodnotili na základě své osobní zkušenosti, ne aktuálního kontextu. Nebylo tedy ani cílem poskytnout testovaným více informací, než měli k dispozici.

Mezi omezení našich výsledků musíme zařadit i délku a složení dotazníku. Průměrná doba vyplňování přesahovala s výjimkou první varianty doporučených 15 min (např. Chromý, 2014), po kterých jsou respondenti schopní se plně soustředit (VarA – 14:40, VarB i VarC – 16:38, VarD – 17:32). Pokusili jsme se samozřejmě nebezpečí zkrácení minimalizovat rozdílným pořadím příběhů a opravdu jednoduchými otázkami typu ANO – NE bez potřeby vlastní invence, přesto je nutné na tento fakt upozornit.

Co se týče složení celého dotazníku, zpětně hodnotíme jako jeho největší nedostatek absenci příběhů, kde jsou ironické poznámky nahrazeny doslovnými. Pokud bychom takové scénáře zařadili, mohli bychom odfiltrovat odpovědi mluvčích, kteří v době vyplňování byli výrazně naštvaní, nesoustředění nebo příliš inventivní. Na druhou stranu by to znamenalo vytvořit více variant dotazníku a oslovit více respondentů, což jsme před zahájením sběru považovali za velký problém a následný zájem o výzkum nás překvapil. I tak jsme v poznámkách k dotazníku, které byly chybně nastaveny jako povinné, dostali mnoho komentářů, že podobné výzkumy jsou zbytečné, respondenti nechápou, co sledujeme, a máme jít raději dělat něco užitečného. Objevovala se i opačná doporučení, kde zúčastněné nadchla právě problematika nedoslovnosti vybraných poznámek, proto je na místě se domnívat, že zařazení příběhů s doslovnými reakcemi by mělo vliv i na zájem pozitivně naladěné skupiny. Pro nezařazení těchto příběhů jsme ovšem měli i silnější důvod – naším cílem nebylo srovnání

doslovných poznámek s ironickými, ale sledování reakcí na čtyři předem vytipované formy ironie. Doslovné scénáře by tedy měly skutečně pouze funkci určitého filtru, které by zmírňoval zkresení odpovědí testovaných osob momentálním diskomfortem, rozladěním nebo jiným výjimečným stavem mysli.

U výzkumné otázky č. 2 jsme upozornili, že rozdíly mezi hodnocením ironických výpovědí dvou zvolených věkových skupin nejsou tak výrazné, jak jsme čekali, ačkoliv jejich vyrovnanost naznačuje, že skutečně lze usuzovat na existenci nějakých vzorců chování spjatých s věkem. Náš výzkum má v této oblasti velké omezení ve složení respondentů. Vzhledem k elektronické formě dotazníku se nám podařilo zasáhnout jen minimum lidí starších 50 let a vzhledem k povaze databáze, ze které byly čerpány kontakty oslovených, jsme příliš nezasáhli ani skupinu od 12 do 18 let. Pokud bychom dokázali oslovit i dostatečný počet testovaných v těchto dvou věkových kohortách, výsledky by byly pravděpodobně zřetelnější. Nemůžeme také vyloučit chybné odpovědi na otázku věku – lze předpokládat, že někteří respondenti, kteří v kolonce pro věk uvedli např. 81, měli na mysli svůj ročník, tedy 1981. To ovšem nelze nijak zkontrolovat ani takovým chybám zabránit.

Mezi limity musíme zařadit i přiřazení komunikačních rolí (mluvčí, adresát, posluchač) v každém příběhu. Všem respondentům byl nabídnut stejný příběh, pouze otázky se lišily (*Představte si, že jste...*). Je tedy možné, že pro některé respondenty nebylo zadání dostatečně stimulující a výhodnější by bylo, pokud bychom všechny příběhy změnil tak, aby už samotný scénář situoval respondenta do „role“. Vzhledem k tomu, že ve výsledcích jsou patrné tendence spojené s jednotlivými pozicemi v rámci dané konverzace, chápeme tento nedostatek výzkumu spíše jako podnět ke zlepšení testovacího materiálu v budoucnu než opravdový nedostatek.

S ohledem na homogenitu výsledků si dovoluujeme označit výzkum za platný i přesto, že má výše zmíněné limity, které je potřeba brát v potaz.

## 7 Závěr

Cílem této práce bylo popsání dalších aspektů fungování verbální ironie v rámci naší každodenní komunikace. Stejně jako je tomu např. u zdvořilosti nebo humoru při analýze každodenních hovorů, dospějeme při zkoumání ironie k závěru, že ironické může být prakticky cokoli. Může to být pochopeno jako ironie, ale také nemusí, vždy záleží na tom, kdo a jak danou repliku vysloví, a ještě důležitější je snad to, kdo a jak si poznámku zpracuje. Proto byl také tento výzkum uveden poměrně rozsáhlou a tematicky různorodou teoretickou částí, jejímž úkolem bylo připravit u čtenářů půdu pro pochopení všech aspektů zkoumaných v části praktické.

Úvodem k celé dizertaci byl popis složitosti procesu komunikace vyplývající z jejího dlouhého vývoje, během kterého plnila rozdílné funkce v rozdílné míře. Snažili jsme se ukázat, že lidská řeč je pouhou „třešničkou na dortu“ našeho dorozumívání, která nám zjednodušuje předávání informací napříč zeměkouli i časem, umožnila nám nebývalý rozvoj v oblasti vědy i etiky a je zdrojem mnoha podnětných vjemů, které usnadňují nebo zpříjemňují život jedince. Zároveň je ale limitovaná a limitující, protože se snaží leckdy popsat nepopsatelné, uchopit neuchopitelné. Dospěli jsme tedy k poznatku, že doslovné vyjadřování má ve skutečnosti velmi omezené možnosti využití. Naopak nedoslovná mluva tvoří většinu našich sdělení. Často je záměrem mluvčího něco, co vlastně doslovně z promluvy nevyplývá (např. *Venku prší. > Vezmi si deštník!*). Ironie už je příkladem nedoslovného vyjadřování, které podobně jako metafora popisuje právě to nepopsatelné nebo alespoň to ne snadno popsitelné. Umožňuje jedinci poměrně úsporně vložit do promluvy jak své (třeba i zklamané) očekávání, tak svůj hodnotový systém, a zároveň stále komentovat aktuální dění bez dlouhých a neúčinných odboček.

Základní otázkou studia ironie (stejně tak i ostatních nedoslovných „figur“) je, proč jejím použitím riskujeme, že nebudeme pochopeni, když můžeme mluvit doslovně a možnost nedorozumění vytěsnit. Odpovědí je, že nám její použití nabízí benefity, které případnou chybu v procesu porozumění bohatě vyváží. Benefitem myslíme zejména již zmíněnou úspornost. Mohlo by se zdát, že pronášíme pouze několik slov. Ve skutečnosti je ke sdělení připojena mnohem obsáhlejší neverbální stránka věci – ať už v užším smyslu naše mimika, akustické vlastnosti projevu, postoj těla, gesta, nebo v širším slova smyslu společný základ. Ta jediná ironická věta reprezentuje jednak situaci, již se týká, jednak situaci, jakou jsme očekávali nebo jaká by mohla podle nás být, i informaci o našich preferencích, hodnotách, ale i povaze, vztahu k adresátovi, vztahu k předmětu hovoru a mnoho dalšího. Právě tato mnohost nám znemožňuje přesně definovat ironii, protože se každý její projev vztahuje k jedné určité situaci a k určitým

jedinečným participantům, její zamýšlený i skutečný účinek jsou těsně spjaté s osobností produktora i receptora a celkově je tvárná do takové míry, že jí může být skutečně cokoliv a kdykoliv a zároveň může snadno, takřka beze stopy, zaniknout. Ironie by tedy neměla být zařazována mezi jazykové figury nebo řečnické nástroje. Jde spíše o komunikační strategii – tento pojem mnohem lépe zachycuje její dynamičnost a proměnlivost.

Abychom mohli smysluplně zkoumat ironii, bylo nutné vytyčit si čtyři konkrétní formy ironie, které k sobě měly určitý vztah, a vymezit pouze čtyři výzkumné otázky. Zvolili jsme čtyři scénáře lišící se poměrem humoru (H) a kritiky (K) a vznikly nám příběhy charakterizované zkratkami HH, HK, KH, KK – značení odpovídá vždy tomu, zda na prvním místě byl vtip nebo kritika. Výzkum jsme zaměřili jednak na srozumitelnost ironie v závislosti na podílu humoru a kritiky, jednak na vliv věku na hodnocení ironie i preference v jejím používání. Předpokládali jsme, že odpovědi budou ovlivňovat i role, které zkoumané osoby v dané konverzaci zaujmou. Zvláštní důraz jsme kladli na emoce spojované s ironií.

První výzkumná otázka zkoumala, zda ironie s větším podílem kritiky bude pro respondenty srozumitelnější než ta s větším podílem humoru. Předpokládali jsme, že ironie kritická bude pro probanty jasnější, protože je v ní zdůrazněn kontrast mezi realitou a tím, co by mluvčí od adresáta skutečně očekával (KK – kamarádka by měla být shovívavější, protože se takové věci stávají; KH – Pavel by měl přemýšlet, zda se velký dort vejde na malý talíř). U forem s převládajícím podílem humoru nebylo očekávání mluvčího tak jasné (HH – Karel chce, aby se Jirka obul? Karel chce Jirku ztrapnit? Má to být vtip?; HK – Petr Moniku uráží? Je jen vtipný?). Domnívali jsme se, že formy s větším podílem humoru budou také více závislé na individuálních rysech testovaných. Analýza dat získaných z dotazníkového šetření všechny tyto domněnky potvrdila. Humorná složka ironie skutečně záměr mluvčího znejasňuje a záleží na osobních preferencích nebo zkušenostech testovaných osob, jak na ně replika zapůsobí. Ironická kritika byla v tomto ohledu jasnější.

Předmětem druhé výzkumné otázky bylo působení věku respondentů na hodnocení nepříjemnosti, příjemnosti i vtipnosti ironie. Předpokládali jsme, že mluvčí do 25 let by mohli ironii hodnotit jako nepříjemnější než ti starší. Ukázalo se, že mladší mluvčí jsou tolerantnější k typům HH a KH, zatímco HK a KK byly podle nich nepříjemnější, než uváděli probanti starší. Jak jsme uvedli v limitech výzkumu, rozdíl zjištěný mezi oběma skupinami ale nebyl příliš výrazný, protože ve zkoumaném vzorku nebyli dostatečně zastoupení lidé od 12 do 18 let a lidé

od 50 let výše. Výsledek je tedy spíše podnětem pro další zkoumání zaměřené přímo na tuto problematiku.

Druhá část této výzkumné otázky se zabývala tím, zda je pro respondenty důležité stáří adresáta. Tedy zda dělají mezi adresáty ironie rozdíly. Přestože mnozí v poznámkách uvedli, že věk pro ně není stěžejní, že hodnotí především svůj vztah k adresátovi, z výsledků jasně vyplynulo, že preferují ironii v komunikaci s lidmi podobného věku a mladšími. Potvrdil se tedy předpoklad, že ironie je komunikační strategií, která není určena všem v jednání s kýmkoliv, a že např. věk adresáta může změnit rozhodnutí mluvčího být ironický jedním ze čtyř zkoumaných způsobů (viz Graf č. 6).

Třetí výzkumná otázka sledovala vliv přiřazené konverzační role na hodnocení záměru mluvčího a skutečného účinku ironie. Předpokládali jsme, že se potvrdí, že respondenti v roli obětí ironie ji budou hodnotit jako méně nepříjemnou, více příjemnou a více vtipnou, než se domnívají mluvčí i posluchači. Výsledky ovšem nebyly tak jednoznačné. Zajímavým zjištěním bylo, že u všech příběhů s podílem humoru (HH, HK i KH) uváděli respondenti v roli mluvčích výrazně častěji, že chtěli adresáta i posluchače pobavit (Grafy č. 9 a č. 12). Naopak u příběhu KK vyplynulo, že „mluvčí“ uváděli jako důvod své promluvy, že chtěli adresáta naštvat, výrazně méně často než samotné „oběti“ (viz Graf č. 14). U pocitů posluchačů se zase ukázalo, že lidé v pozici posluchačů hodnotili své pocity u příběhů HH a HK jako méně veselé, než si mysleli zbylé dvě skupiny (viz Grafy č. 15 a č. 16), a u příběhu KK zase častěji odpovídali, že se necítili nijak, na úkor předpokladu ostatních dvou skupin, že se cítili pobaveně (viz Graf č. 20). Podíváme-li se na tyto výsledky s odstupem, zjistíme, že motivací mluvčích u HH, HK i KH bylo pobavit publikum i adresáta. Jakákoliv obsažená výtku byla spíše podnětem pro pichlavý humor, než aby jejím cílem bylo zranění nebo naštvání adresáta. Ani u příběhu KK, kde hlavním sdělením byla kritika, nebylo cílem adresáta naštvat nebo rozesmutnit, ale spíše ho upozornit na překročení hranice (viz Graf č. 14). Samotný smutek byl také napříč příběhy i rolemi nejméně pocítovanou emocí. Posledním zjištěním, které stojí za zvláštní pozornost, je také fakt, že mluvčí i oběti vnímání posluchačů podceňovali. V tom smyslu, že si obě skupiny myslely, že posluchače průpovídka pobavila více, než uvedli sami posluchači, nebo že se jich nijak nedotkla (viz Grafy č. 15, č. 16 a č. 22). Posluchači byli ve skutečnosti celou situací zasaženi více, než se předpokládalo.

Emoce spojované s vybranými čtyřmi typy ironie byly stěžejním předmětem zkoumání čtvrté výzkumné otázky. Respektive jejich možná absence. Po vyhodnocení odpovědí se

ukázalo, že v případě ironie jsou vnímané emoce utlumené, ale stále je možné je detekovat. Odpověď, že se mluvčí, adresáti i posluchači nemuseli cítit vůbec nijak, se objevovala překvapivě často, ovšem nikdy nepřevládla a byla vždy doprovodem nějaké jiné emoce (veselosti, ale i naštvaní). Přikláníme se tedy k názoru, že ironie má vždy nějaký emocionální náboj, ale ten je tlumenější ve srovnání s doslovným vyjádřením. Také v poznámkách k jednotlivým příběhům často zaznívalo, že mluvčí nebyl ironický v afektu, ale že svou poznámkou chtěl nějak ovlivnit chování adresáta i publika (tj. pobavit, ale i donutit k zamyšlení). Zde se tedy opět vracíme k tomu, že je výhodnější chápat ironii jako komunikační strategii, protože její použití není spojeno s nějakým exaltovaným emocionálním stavem, ale s promyšleným postupem, který má změnit konání svého adresáta.

## 8 Conclusion

The aim of this study was to describe further aspects of verbal irony function in the context of our daily communication. Just as in the case of courtesy, humour or analysis of everyday talks, while examining the verbal irony one comes to the conclusion that irony can be virtually anything, it can be understood as ironic, but it does not have to be so. This always depends on who utters the replica and how he/she does so, and perhaps more importantly on who processes the comment and how he/she does so. Therefore, this research has been introduced by a relatively large and thematically diverse theoretical part, which prepared the readers to understand all the aspects examined in the practical part.

The introduction to the whole thesis was a description of communication process complexity arising from its long evolution, during which it has fulfilled different functions in different degree. The work has tried to show that human speaking is just the icing on the cake of human communication, which simplifies the transmission of information across the globe as well as the time; it has allowed the unprecedented development in the field of science and ethics; it is a source of stimulating perceptions that make life of individuals easier or more pleasant. However, it is also limited and limiting because it tries sometimes to describe the indescribable, to grasp the ungraspable. Thus, the finding has arisen that literal expression has actually very limited possibilities. On the contrary, non-literal speech constitutes the majority of our communication. Often the speaker's intention is something that really does not emerge from the literal meaning of an utterance (e.g. *It's raining outside.* > *Take your umbrella!*). Irony is already an example of figurative expression that just like a metaphor describes the indescribable or at least something that is not that easy to describe. It allows individuals to insert their (perhaps even disappointed) expectations as well as their value system into their speech relatively efficiently, while still commenting on current events without long and inefficient digressions.

The basic question of the irony research (as well as of the research of other non-literal figures) is, why one imperils that he/she will not be understood when he/she can speak literally and hereby displace possible misunderstandings. The answer is that the use of irony offers us benefits that richly compensate any mistakes in the process of understanding. As a benefit it is considered mainly the aforementioned efficiency. One could seem to be saying only a few words. However, a large non-verbal side of the utterance is attached to the statement - whether in a narrower sense our facial expressions, acoustic quality of our speech, body posture, and gestures; or in a broader sense, the *common ground*. The one ironic phrase represents the situation to which it is related, as well as the situation expected or that would be the best from

our point of view; and it also carries information about our preferences, values, character or relationship to the addressee, to the subject of talk and much more. It is this multiplicity that makes one unable to define irony precisely, because every occurrence of irony refers to a particular situation and particular and unique participants. Its intention and actual effect is closely linked to the personality of the producer and the receptor. And overall it is so incredibly malleable that it can actually be whatever and whenever and at the same time it can easily, almost without a trace, disappear. Irony should therefore not be included among the linguistic figures or rhetorical tools. It is rather a communication strategy - this term better captures its dynamics and variability.

To be able to examine irony meaningfully, it was necessary to set just four specific forms of irony, which are related to each other, and define only four research questions. Four scenarios were chosen differing by ratio of humour (H) to criticism (K) and four types of stories came into existence characterized by abbreviations HH, HK, KH, KK – the marking always corresponds to the fact whether the story has been more humorous or critical (H or K in the first place). The research has focused both on clarity of irony depending on the ratio of humour to criticism; and on the effect of age on the evaluation of irony and preferences for its use. It was assumed that the answers will be influenced by the roles that respondents represented in the given conversation. Particular emphasis has been placed on the emotions associated with irony.

The first research question examined whether the irony with a larger share of criticism will be more understandable for the respondents than the variants with a greater proportion of humour. It was assumed that the critical irony would be clearer for the respondents because it emphasizes the contrast between reality and what the speaker actually expected from the addressee (KK – the friend should be more lenient because such things happen, KH - Paul should think whether a large piece of cake fits onto a small plate). In forms with a predominant share of humour the speaker's expectation was not so clear (HH – Karel wants Jirka to put on his shoes? Karel wants to embarrass Jirka? Is it supposed to be a joke?; HK – Does Petr want to offend Monika? Is he just joking?). It was assumed that forms with a larger share of humour will also be more dependent on individual traits of the tested persons. The analysis of the data obtained from questionnaires confirmed all these presumptions. The humorous part of irony actually obscures the speaker's intention, and it depends on personal preferences and experience of the respondents how they will be impressed by the replica. The critical irony was clearer in this regard.

The subject of the second research question has been the effect of the respondent's age on evaluating how pleasant/unpleasant or funny the ironic statement was. It was assumed that the speakers under 25 might evaluate the irony as more unpleasant than the older ones. It turned out that younger speakers are tolerant of types HH and KH, while HK and KK were according to them more unpleasant than the older responders reported. As it has been stated in the limits of this research, the differences observed between the two groups were not so striking, because in the researched sample there were not to found enough respondents between 12 and 18 years of age and respondents from 50 years up. The result is rather a stimulus for further research focusing directly on this issue.

The second part of this research question dealt with the importance of age of the addressee to the respondents. Thus, whether age makes a difference between the addressees of irony. Although many of them indicated in the notes that age is not crucial for them and that they evaluate mainly their relationship to the addressee, the results clearly showed that the respondents preferred irony to communicate with people of similar age or younger ones. This confirmed the assumption that irony is not a communication strategy that is used by anyone in dealing with anyone, and that for example the age of the recipient may alter the speaker's decision to use one of the four studied types of irony (see also chart no. 6).

The third research question has been monitoring the impact of respondent's conversational role on the evaluation of speaker's intention and the actual effect of the ironic statement. It was presupposed that it would be confirmed that the respondents in the role of victims of the ironic replica would evaluate the utterance as less unpleasant, more pleasant and more humorous than speakers and the listeners would believe. However, the results were not so definite. An interesting finding was that the respondents in the role of the speakers while evaluating all the stories with engaged humour (HH, HK and KH) more often mentioned that they wanted to entertain the addressee and the listeners (charts no. 9 and no. 12). In contrast, the KK story revealed that the intention to annoy the addressee was mentioned less frequently by the "speakers" by the "victims" themselves (see graph no. 14). As for the feelings of people answering as "listeners" it emerged that the respondents in the position of disinterested hearers rated their feelings on HH and HK stories as less funny than the other two groups of respondents thought (see figures no. 15 and no. 16); and for the KK story this group often answered that they felt "nothing" at the expense of assumption of the other two groups which thought that the audience would probably feel amused (see chart no. 20). Looking at these results from distance, it was discovered that the motivation of speakers at HH, HK and KH stories was to entertain

the audience and the addressee. Any complaint contained in the statement's meaning was more an incentive for prickly humour, it was not to hurt or frustrate the addressee. Neither the KK story, where the main message was the criticism, did mean to annoy the recipient, or sadden him/her, but rather to draw attention to the crossing of the border (see figure no. 14). The sadness itself was also the least felt emotion across all the four stories and participant's roles. The last finding that is worth special attention is the fact that the speakers and the victims underestimated the audience's perception of the situation. In the sense that both groups thought that the listeners felt more amused than they stated themselves, or that they weren't affected at all (see figures no. 15, no. 16 and no. 22). The listeners were in fact more involved in the whole situation than the others expected.

Emotions associated with the selected four types of irony were crucial in the fourth research question. Or more precisely, their possible absence was observed. After the evaluation of the responses it emerged that in the case of irony the perceived emotions are reduced nevertheless they still can be detected. The answer that the speaker, the recipient or the listener did not have to feel anything appeared surprisingly frequently, still it never prevailed and it was always accompanied by some other kind of emotion (hilarity as well as frustration). That is why there is a tendency to think that irony has always an emotional charge, however, it is less intense compared to the literal expression. Also in the notes to the individual stories the respondents wrote frequently that the speaker was not ironic just in the heat of passion, but also the remark was to somehow influence the behaviour of the recipient and the audience (i.e. to entertain, but also to force someone to contemplate). That implies again that it is preferable to perceive the irony as a communication strategy because its use is not associated with any exalted emotional state, but with a premeditated process that should change its addressee's acting.

## 9 Použitá literatura

- Attardo, S. (2000): Irony as relevant inappropriateness. *Journal of pragmatics*, vol. 32, is. 6, p. 793-826. ISSN 0378-2166.
- Barbe, K. (1993): Isn't it ironic that : explicit irony markers. *Journal of pragmatics*, vol. 20, is. 6, p. 579-590. ISSN 0378-2166.
- Barbieri, F. (2008): Patterns of age-based linguistic variation in American English. *Journal of sociolinguistics*, vol. 12, is. 1, s. 58-88. ISSN 1360-6441.
- Berman, R. A. (2009): Developing Linguistic Knowledge and Language Use Across Adolescence. In: Hoff, E., Shatz, M. (eds.). *Blackwell Handbook of Language Development*. Blackwell Publishing Ltd, 2009. ISBN 978-1-4051-9459-4.
- Bozděchová, I. (2009): *Současná terminologie: se zaměřením na kolokační termíny z lékařství*. Vyd. 1. Praha: Karolinum. 270 p. ISBN 978-80-246-1539-4.
- Brône, G. (2008): Hyper- and misunderstanding in interactional humor. *Journal of Pragmatics*, vol. 40, is. 12, p. 2027-2061. ISSN 0378-2166.
- Bryant, G. A; Fox Tree, J. E. (2005): Is there an ironic tone of voice. *Language and speech*, vol. 48, is. 3, p. 257-277. ISSN 0023-8309.
- Chromý, J. (2014): *Práce s empirickými daty* [pdf]. 1. vydání. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-2801-1. Dostupné z: [http://www.cupress.cuni.cz/ink2\\_stat/index.jsp?include=podrobnosti&id=13215&zalozka=6](http://www.cupress.cuni.cz/ink2_stat/index.jsp?include=podrobnosti&id=13215&zalozka=6)
- Clift, R. (1999): Irony in conversation. *Language and society*, vol. 28, is. 4, p. 523-553. ISSN 1352-0520.
- Cole, J. D. (1998): *About face*. Cambridge, Mass.: MIT Press. xii, 223 p. Bradford book. ISBN 0-262-03246-5.
- Colston, H. L., O'Brien, J. (2000): Contrast and pragmatics in figurative language: Anything understatement can do, irony can do better. *Journal of Pragmatics*, vol. 32, is. 11, p. 1557-1583. ISSN 0378-2166.

Creusere, M. A. (2000): A Developmental Test of Theoretical Perspectives on the Understanding of Verbal Irony: Children's Recognition of Allusion and Pragmatic Insincerity. *Metaphor and symbol*, vol. 15, is. 1&2, p. 29-45. ISSN 1092-6488.

Creusere, M. A. (1999): Theories of Adults' Understanding and Use of Irony and Sarcasm: Applications to and Evidence from Research with Children. *Developmental Review*, vol. 19, is. 1, p. 213-262. ISSN 1090-2406.

Cutler, A. (1974): On saying what you mean without meaning what you say. In M. Galy, R. Fox, & A. Bruck (Eds.), *Papers from the Tenth Regional Meeting*, Chicago Linguistic Society (pp. 117-127). Chicago, Ill.: CLS. Dostupné z: <http://www.mpi.nl/people/cutler-anne/publications>.

Čmejrková, S., Hoffmannová, J. (2011): *Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí*. Vyd. 1. Praha: Academia. ISBN 978-80-200-1970-7.

Dale, P S; Harlaar, N; Hayiou-Thomas, M E; Plomin, R. (2010): The Etiology of Diverse Receptive Language Skills at 12 Years. *Journal of Speech, Language and Hearing Research*, vol. 53, p. 982-992. ISSN: 1092-4388.

Dawkins, R. (2008): *Příběh předka: pouť k úsvitu života*. Vyd. 1. Praha: Academia. ISBN 978-80-200-1611-9.

Dews, S.; Winner, E. (1999): Obligatory processing of literal and nonliteral meanings in verbal irony. *Journal of Pragmatics*, vol. 31, is. 12, p. 1579-1599. ISSN 0378-2166.

Eckert, P. (1997): Age as a sociolinguistic variable. *The Handbook of Sociolinguistics*. Oxford: Blackwell, p. 151–167. ISBN 0-631-21193-4.

Eckert, P. (1998): Gender and sociolinguistic variation. In: Coates, J. *Language and Gender: A Reader*. Oxford: Blackwell, p. 64–75. ISBN 0-631-19595-5

Eder, D., Enke, J. L. (1991): The structure of gossip: Opportunities and constraints on collective expression among adolescents. *American sociological review*, vol. 56, is. 4, p. 494-508. ISSN 0003-1224.

Elkind, D. (1981): *Children and Adolescents. Interpretive Essays on Jean Piaget*. 3. vyd., Oxford University Press. ISBN 978-0-19-502821-8.

Filippova, E; Astington, J. W. (2008): Development in social reasoning revealed in discourse irony understanding. *Child development*, vol. 79, is. 1, p. 126-138. ISSN 0009-3920.

Filippova, E, Astington, J. W. (2011): Children's understanding of social-cognitive and social-communicative aspects of discourse irony. *Child Development*, vol 81, is. 3, p. 915-930. ISSN 0009-3920.

Filipová, E, Pospíšilová, D. (2009): *Development of sarcasm understanding in English- and Czech- speaking children*. Prezentace z výroční konference Society for Research in Child Development, 2-4 April, 2009, Denver, CO, USA.

Gibbs, R. W. (2000): Irony in talk among friends. *Metaphor and symbol*, vol. 15, is. 1&2, p. 5-27. ISSN 1092-6488.

Giora, R., Fein, O. (2007): Expecting irony: Context Versus Salience-Based Effects. *Metaphor and symbol*, vol. 22, is. 2, p. 119-146. ISSN 1092-6488.

Goffman, E. (1999): *Všichni hrajeme divadlo: sebezprezentace v každodenním životě*. Vyd. 1. Praha: Nakladatelství Studia Ypsilon. 247 s. ISBN 80-902482-4-1.

Grice, H. P. (1989): *Studies in the way of words*. [s.l.] : Harvard university press. Logic and conversation, p. 22-40. ISBN 0-674-85271-6.

Hirschová, M. (2013): *Pragmatika v češtině*. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-2233-0.

Hubáček, J. (1981): *O českých slanzích*. Ostrava: Profil. 214 s.

Kalbermatten, M. I. (2006): *Verbal Irony as a Prototype Category in Spanish*. Minneapolis, 2006. Dizertační práce. University of Minnesota. Dostupné na vyžádání u autorky, mkalberm@gustavus.edu.

Katz, A. N., Cacciari, C., Gibbs, R. W., Jr., Turner M. (1998): *Figurative Language and Thought*. New York: Oxford University Press. 195 p. ISBN 0-19-510963-5.

Kon, I. S. (1986): *Kapitoly z psychologie dospívání*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství.

Kreuz, R. J; Roberts, R. M. (1995): Two cues for verbal irony: hyperbole and the ironic tone of voice. *Metaphor and symbolic activity*, vol. 10, is. 1, p. 21-31. ISBN 0-805-89939-1

- Kreuz, R. J.; Kessler, M. A.; Coppens, L.; McLain Allen, B. (1999): Tag questions and common ground effects in the perception of verbal irony. *Journal of pragmatics*, vol. 31, is. 12, p. 1685-1700. ISSN 0378-2166.
- Kumon-Nakamura, S., Glucksberg, S., Brown, M. (1995): How about another piece of pie : the allusional pretense theory of discourse irony. *Journal of experimental psychology*, vol. 124, is. 1, p. 3-21. ISSN 0272-4987.
- Lagerwerf, L. Irony and sarcasm in advertisements: Effects of relevant inappropriateness. *Journal of pragmatics*, vol. 39, 2007, p. 1702-1721. ISSN 0378-2166.
- Langmeier, J., Langmeier, M., Krejčířová, D. (2008): *Vývojová psychologie s úvodem do vývojové neurofyzologie*. 2. vyd. Praha: H & H. ISBN 80-7319-016-8.
- Leech, G. N. (1983): *Principles of Pragmatics*. 1st publ. London: Longman. 12, 250 s. Longman Linguistics Library; No. 30.
- Leggitt, J. S; Gibbs, R. W. (2000): Emotional reactions to verbal irony. *Discourse processes*, vol. 29, is. 1, p. 1-24. ISSN 1532-6950.
- Marková, P., Filippová, E., Volín, J. (2009): Suprasegmental markers of irony in acted and natural discourse. *Proceedings of XIXth Czech-German Workshop Speech Processing*, p. 56-60. ISBN 978-80-86269-18-4.
- Marková, P.; Studenovský, D. (2012): Zvuková signalizace verbální ironie v češtině. *Naše řeč*, 95, č. 1, s. 15-32. ISSN 0027-8203.
- Mazák, V. (1986): *Jak vznikl člověk (Sága rodu Homo)*. 2., dopl. vyd. Praha: Práce. 421 s.
- Medvedeva, M. (2010): Perceived discrimination and linguistic adaptation of adolescent children of immigrants. *Journal of youth and adolescence*, vol. 39, is. 8, p. 940-952. ISSN 0047-2891.
- Milroy, L.; Gordon, M. J. *Sociolingvistika: metody a interpretace*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2012. 268 s. Lingvistika. ISBN 978-80-246-2125-8.
- Müllerová, O. (1986): The Influence of Social Roles of Participants on Group and Interpersonal Verbal Communication. In: Chloupek, J., Nekvapil, J. *Reader in Czech sociolinguistics*. 1. vyd. Praha: Academia, 1986. 344 s.

- Müllerová, O., Hoffmannová, J., Schneiderová, E. (1992): *Mluvená čeština v autentických textech*. Vyd. 1. Jinočany: H & H, 1992. 236 s. ISBN 80-85467-96-8.
- Murphy, B. (2010): Corpus and sociolinguistics: investigating age and gender in female talk [online]. Amsterdam: John Benjamins Pub. Company. *Studies in corpus linguistics*, vol. 38 [cit. 2015-04-20]. Dostupné z: <http://site.ebrary.com/lib/natl/Doc?id=10370353>.
- Nakonečný, M. (2012): *Emoce*. Vyd. 1. Praha: Triton. 501 s. ISBN 978-80-7387-614-2.
- Nekula, M. (1990): Pragmalingvistická interpretace ironie. *Slovo a slovesnost*, roč. 51, č. 2, s. 95-110. ISSN 0037-7031.
- Nekula, M. (1991): Signalizování ironie. *Slovo a slovesnost*, roč. 52, č. 1, s. 10-20. ISSN 0037-7031.
- Nippold, M. A. (2006): *Later Language Development. School-Age Children, Adolescents, and Young Adults*. [online] Pro-ed. Dostupné z: [http://www.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=ahq6C91Q3EEC&oi=fnd&pg=PA1&dq=NIPPOLD,+M.+A.+Later+Language+Development.+School-Age+Children,+Adolescents,+and+Young+Adults&ots=jkY-MIS0vy&sig=QFCicLjwHx1UrwSrYf3IOP2U&redir\\_esc=y#v=onepage&q=NIPPOLD%2C%20M.%20A.%20Later%20Language%20Development.%20School-Age%20Children%2C%20Adolescents%2C%20and%20Young%20Adults&f=false](http://www.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=ahq6C91Q3EEC&oi=fnd&pg=PA1&dq=NIPPOLD,+M.+A.+Later+Language+Development.+School-Age+Children,+Adolescents,+and+Young+Adults&ots=jkY-MIS0vy&sig=QFCicLjwHx1UrwSrYf3IOP2U&redir_esc=y#v=onepage&q=NIPPOLD%2C%20M.%20A.%20Later%20Language%20Development.%20School-Age%20Children%2C%20Adolescents%2C%20and%20Young%20Adults&f=false).
- Norrby, C., Wirdenäs, K. (2003): Swedish youth discourse: On performing relevant selves in interaction. *Discourse constructions of youth identities* [online]. Amsterdam: J. Benjamins, 2003. Pragmatics & beyond; new ser. 110 [cit. 2015-04-30]. Dostupné z: <http://site.ebrary.com/lib/natl/Doc?id=10032039>.
- Norrick, N. R. (2003): Issues in conversational joking. *Journal of Pragmatics*, vol. 35, is. 9, p. 1333-1359. ISSN 0378-2166.
- Panksepp, J. (1998): *The Foundations of Human and Animal Emotions* [online]. New York: Oxford University Press. Series in affective science [cit. 2014-05-03]. Dostupné z: <http://site.ebrary.com/lib/natl/Doc?id=10279238>.
- Partington, A. (2007): Irony and reversal of evaluation. *Journal of Pragmatics*, vol. 39, is. 9, p. 1547-1569. ISSN 0378-2166.

Poláková, E.; Spálová, L.; Höflerová, E. (2008): *Efektivní sociálně-mediální komunikace*. Vyd. 1. V Ostravě: Ostravská univerzita. 194 s. ISBN 978-80-7368-567-6.

Pospíšilová, D. (2009): *Ironie v češtině a její vnímání*. Praha: Filozofická fakulta UK v Praze. Diplomová práce.

Pospíšilová, D., Filippová, E. (2011): Diskurzí ironie v českém jazykovém prostředí. *Slovo a slovesnost*, roč. 72, č. 3, s. 177-195. ISSN 0037-7031.

Preissová, L. (2013): Vývojové poruchy řeči. *Pediatric pro praxi*, roč. 14, č. 4, s. 242 – 243.

Dostupné

z:

[http://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&sqi=2&ved=0CGIQFjAG&url=http%3A%2F%2Fwww.pediatricpropraxi.cz%2Fpdfs%2Fped%2F2013%2F04%2F08.pdf&ei=NG5iU7ywOoqy7Aag\\_YDwDg&usg=AFQjCNHmlOfbTGS4Refa5gx3M7\\_9oe3DhA&sig2=sJu7V2QlAs4ky\\_2DVXu2gA](http://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&sqi=2&ved=0CGIQFjAG&url=http%3A%2F%2Fwww.pediatricpropraxi.cz%2Fpdfs%2Fped%2F2013%2F04%2F08.pdf&ei=NG5iU7ywOoqy7Aag_YDwDg&usg=AFQjCNHmlOfbTGS4Refa5gx3M7_9oe3DhA&sig2=sJu7V2QlAs4ky_2DVXu2gA).

Reese, E., Jack, F., White, N. (2010): Origins of adolescent's autobiographical memories. *Cognitive Development* 25, p. 362 – 367. ISSN 0885-2014.

Roberts, R. M., Kreuz, R. J. (1984): Why do people use figurative language? *Psychological Science*, vol. 5, is. 3, p. 159 – 163).

Rýparová D., Filippová, E. (připravuje se): *Ironie v každodenní komunikaci*. K dispozici na vyžádání na dominika.ryparova@gmail.com.

Řezanková, H. (2007): *Analýza dat z dotazníkových šetření*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing. 212 s. ISBN 978-80-86946-49-8.

Scott, W. (2008): Communication strategies in early adolescent conflict: An attributional approach. *Conflict resolution quarterly*, vol. 25, is. 3, p. 375-400. ISSN 1536-5581.

Sperber, D., Wilson, D. (1986): *Relevance: Communication and cognition*. Cambridge : Harvard University Press. 280 p. ISBN 0-674-75475-1.

Stuchlíková, I. (2007): *Základy psychologie emocí*. Vyd. 2. Praha: Portál. 227 s. ISBN 978-80-7367-282-9.

Stenström, A. B. (2003): It's not that I really care, about him personally you know: The construction of gender identity in London teenage talk. *Discourse constructions of youth*

*identities* [online]. Amsterdam: J. Benjamins, 2003. Pragmatics & beyond; new ser. 110 [cit. 2015-04-30]. Dostupné z: <http://site.ebrary.com/lib/natl/Doc?id=10032039>.

Šebesta, K. (2005): *Od jazyka ke komunikaci: didaktika českého jazyka a komunikační výchova*. Vyd. 2. Praha: Karolinum. 166 s. Acta Universitatis Carolinae. Philologica. Monographia, 132 s. ISBN 80-246-0948-7.

Špačková, A. (2009): *Moderní rétorika: jak mluvit k druhým lidem, aby nám naslouchali a rozuměli*. 3., dopl. vyd. Praha: Grada. 141 s. Poradce pro praxi. ISBN 978-80-247-2965-7.

Tannen, D. (2005): *Conversational style: analyzing talk among friends*. New ed. Oxford: Oxford University Press. xix, 244 s. ISBN 0-19-522181-8.

Taxová, J. (1987): *Pedagogicko psychologické zvláštnosti dospívání*. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství.

Toplak, M., Katz, A. N. (2000): On the uses of sarcastic irony. *Journal of Pragmatics*, vol. 32, is. 10, p. 1467-1488. ISSN 0378-2166.

Trost, P. (1997): Jazyk ironie. *Slovo a slovesnost*, roč. 58, č. 2, s. 81-85. ISSN 0037-7031.

Utsumi, A. (2000): Verbal irony as implicit display of ironic environment: distinguishing ironic utterances from nonirony. *Journal of pragmatics*, vol. 32, is. 12, p. 1777-1806. ISSN 0378-2166.

Vágnerová, M. (2001): *Kognitivní a sociální psychologie žáka ZŠ*. 1. vyd. Praha: Karolinum. 304 s. ISBN 80-246-0181-8.

Vaňková, I., Nebeská, I., Saicová Římalová, L., Šlédrová, J. (2005): *Co na srdci, to na jazyku*. Vyd. 1. Praha: Karolinum. 343 s. Učební texty Univerzity Karlovy v Praze. ISBN 80-246-0919-3..

Volín, J. (2007): *Statistické metody ve fonetickém výzkumu*. 1. vyd. Praha: Epoque. 343 s. ISBN 978-80-87027-54-7.

Vybíral, Z. (2000): *Psychologie lidské komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál. 263 s. ISBN 80-7178-291-2.

Westenberg, M., Sumter, S. R., Miers, A. C., Bokhorst, C. L., Kallen, V., Blöte, A. W. (2011): Developmental changes in stress responsivity during the Leiden public speaking task: A two

wave longitudinal study. *Society for Research in Children Development – 2011 biennial meeting*. Montréal, Quebec, Canada.

Winner, E. (1997): *The point of words: Children's understanding of metaphor and irony*. 2nd edition. London: Harward university press. 212 p. ISBN 0-674-68126-6.

## 10 Přílohy

### 10.1 Příloha č. 1 – Příklad dotazníku z předvýzkumu

#### Jirka a Karel

Jirka a Karel, dva dobří kamarádi, sedí ve společnosti dalších blízkých přátel i vzdálenějších známých a probírají, co se v poslední době dělo. Jirka se rozpovídá o tom, že chce teď víc odpočívat a dělat to, co ho baví, protože hodně pracoval a teď si chce užít trochu klidu a pohody. Ostatní u stolu poslouchají. Karel najednou zareaguje: „Ty, Jirko, ty ses zul?“ Jirka: „No jo, zul.“ Karel: „No to je ale síla!“ Jirka: „Ale nikdo nic neřikal...“ Karel: „No von už taky nikdo nemůže mluvit!“

Myslí si Karel, že všichni ostatní oněměli kvůli Jirkovým nohám?

Byla Karlova poznámka v dané situaci vhodná?

Proč to řekl?

Pokud si představíte, že jste Karel, jak jste se cítil ve chvíli, kdy jste Jirkovi říkal: „No von už taky nikdo nemůže mluvit!“ *Vyberte všechny možnosti, které považujete za vhodné.* Mohl se cítit:

- Náštvanež; rozzlobeně; pohoršeně; dotčeně
- Smutně; hloupě
- Neutrálně, pouze jste chtěl upozornit na stav věci
- Vesele, uvolněně, vtipně

Pokud si představíte, že jste Karel, jak jste chtěl, aby se Jirka cítil ve chvíli, kdy jste mu říkal: „No von už taky nikdo nemůže mluvit!“ *Vyberte všechny možnosti, které považujete za vhodné.*

- Náštvanež; rozzlobeně; pohoršeně; dotčeně
- Smutně; hloupě
- Neutrálně, pouze jste chtěl upozornit na stav věci
- Vesele, uvolněně, vtipně

Jak se Jirka nejspíš opravdu cítil? *Vyberte všechny možnosti, které považujete za vhodné.*

- Náštvanež; rozzlobeně; pohoršeně; dotčeně
- Smutně; hloupě

- c. Neutrálně, pouze jste chtěl upozornit na stav věci
- d. Vesele, uvolněně, vtipně

Pokud si představíte, že jste Karel, jak jste chtěl, aby se cítili ostatní ve chvíli, kdy jste Jirkovi říkal: „No von už taky nikdo nemůže mluvit!“ *Vyberte všechny možnosti, které považujete za vhodné.*

- a. Naštvaně; rozzlobeně; pohoršeně; dotčeně
- b. Smutně; hloupě
- c. Neutrálně, pouze jste chtěl upozornit na stav věci
- d. Vesele, uvolněně, vtipně

Jak se nejspíš opravdu cítili ostatní u stolu? *Vyberte všechny možnosti, které považujete za vhodné.*

- a. Naštvaně; rozzlobeně; pohoršeně; dotčeně
- b. Smutně; hloupě
- c. Neutrálně, pouze jste chtěl upozornit na stav věci
- d. Vesele, uvolněně, vtipně

Z pohledu Karla, jak příjemná byla Vaše poznámka? *Vyberte na škále 0–5, kde 0 znamená „vůbec“ a 5 „velmi“*

Z pohledu Karla, jak nepříjemná byla Vaše poznámka? *Vyberte na škále 0–5, kde 0 znamená „vůbec“ a 5 „velmi“*

Z pohledu Karla, jak vtipná byla Vaše poznámka? *Vyberte na škále 0–5, kde 0 znamená „vůbec“ a 5 „velmi“*

Umíte si představit, že byste ve stejné situaci použil/a stejnou poznámku?

Použil/a byste ji, pokud by Jirka byl Vaším: *Vyberte všechny možnosti, které považujete za vhodné.*

- a. Příbuzným
- b. Kamarádem
- c. Známým
- d. Kolegou
- e. Podřízeným

f. Nadřazeným

Použil/a byste ji, pokud by Jirka byl: *Vyberte všechny možnosti, které považujete za vhodné.*

- a. Výrazně mladší
- b. Mladší
- c. Přibližně stejně starý
- d. Starší
- e. Výrazně starší

Vaše poznámky: *Sem můžete vepsat cokoliv se Vám honí hlavou, k příběhu, k dotazníku i k celému výzkumu.*

### **Petr a Monika**

Na neformálním večírku se sejdou Petr a Monika. Monika vypráví všem přítomným, jak je těžké najít ideálního muže, protože žádný s ní nedokáže držet krok a ona se začne nudit. Petr si vzpomene na jednoho z jejích partnerů, úspěšného podnikatele, nadšeného sportovce a odvážného cestovatele, kterého shodou okolností znal. Petr: „A co Honza Novák? Ten byl přece docela akční...“ Monika: „No to jo, ze začátku to bylo dobrý, ale pak to byla nuda. On pořád spal.“ Petr: „Pořád spal? To jako že nechodil do práce a tak?“ Monika: „No to chodil, ale já jsem třeba vstávala v pět kvůli cvičení nebo tak, a on ještě spal, a když jsem se kolem půlnoci vracela, protože mám nepravidelnou pracovní dobu a ráda zajdu i někam ven s kamarádama, tak on už zase spal. To se nedalo vydržet.“ Petr: „No jo, tak to chápu. Kdo by to byl do něj řekl, že tak moc spí!“ *Myslí si Petr, že Honza Novák hodně spí?*

Byla Petrova poznámka v dané situaci vhodná?

Proč to řekl?

Pokud si představíte, že jste Monika, jak jste se cítila ve chvíli, kdy Petr říkal: „No jo, tak to chápu. Kdo by to byl do něj řekl, že tak moc spí!“ Mohla jste se cítit: *Vyberte všechny možnosti, které považujete za vhodné.*

- a. Naštvaně; rozzlobeně; pohoršeně; dotčeně
- b. Smutně; hloupě
- c. Neutrálně, Petr chtěl pouze upozornit na stav věci

- d. Vesele, uvolněně, vtipně

Pokud si představíte, že jste Monika, jak myslíte, že Petr chtěl, abyste se cítila, když Petr říkal: „No jo, tak to chápu. Kdo by to byl do něj řekl, že tak moc spí!“ *Vyberte všechny možnosti, které považujete za vhodné.*

- a. Naštvaně; rozzlobeně; pohoršeně; dotčeně
- b. Smutně; hloupě
- c. Neutrálně, Petr chtěl pouze upozornit na stav věci
- d. Vesele, uvolněně, vtipně

Pokud si představíte, že jste Monika, jak se podle vás nejspíš cítil Petr, když říkal: „No jo, tak to chápu. Kdo by to byl do něj řekl, že tak moc spí!“? *Vyberte všechny možnosti, které považujete za vhodné.*

- a. Naštvaně; rozzlobeně; pohoršeně; dotčeně
- b. Smutně; hloupě
- c. Neutrálně, Petr chtěl pouze upozornit na stav věci
- d. Vesele, uvolněně, vtipně

Pokud si představíte, že jste Monika, jak podle vás Petr chtěl, aby se cítili ostatní, když říkal: „No jo, tak to chápu. Kdo by to byl do něj řekl, že tak moc spí!“? *Vyberte všechny možnosti, které považujete za vhodné.*

- a. Naštvaně; rozzlobeně; pohoršeně; dotčeně
- b. Smutně; hloupě
- c. Neutrálně, Petr chtěl pouze upozornit na stav věci
- d. Vesele, uvolněně, vtipně

Pokud si představíte, že jste Monika, jak myslíte, že se cítili ostatní ve chvíli, kdy Petr říkal: „No jo, tak to chápu. Kdo by to byl do něj řekl, že tak moc spí!“ *Vyberte všechny možnosti, které považujete za vhodné.*

- a. Naštvaně; rozzlobeně; pohoršeně; dotčeně
- b. Smutně; hloupě
- c. Neutrálně, Petr chtěl pouze upozornit na stav věci
- d. Vesele, uvolněně, vtipně

Z pohledu Moniky, jak příjemná byla Petrova poznámka? *Vyberte na škále 0–5, kde 0 znamená „vůbec“ a 5 „velmi“*

Z pohledu Moniky, jak nepříjemná byla Petrova poznámka? *Vyberte na škále 0–5, kde 0 znamená „vůbec“ a 5 „velmi“*

Z pohledu Moniky, jak vtipná byla Petrova poznámka? *Vyberte na škále 0–5, kde 0 znamená „vůbec“ a 5 „velmi“*

Umíte si představit, že byste ve stejné situaci použil/a stejnou poznámku?

Použil/a byste ji, pokud by Monika byla Vaší: *Vyberte všechny možnosti, které považujete za vhodné.*

- a. Příbuznou
- b. Kamarádkou
- c. Znamou
- d. Kolegyní
- e. Podřízenou
- f. Nadřízenou

Použil/a byste ji, pokud by Monika byla: *Vyberte všechny možnosti, které považujete za vhodné.*

- a. Výrazně mladší
- b. Mladší
- c. Přibližně stejně stará
- d. Starší
- e. Výrazně starší

Vaše poznámky: *Sem můžete vepsat cokoliv se Vám honí hlavou, k příběhu, k dotazníku i k celému výzkumu.*

## **Pavel a Eva**

K Pavlovi a Evě dorazila návštěva. Eva od hostů dostane obrovský dort a prosí Pavla, aby jí přinesl z vedlejší místnosti nějaký pěkný talíř, na který by zákusek dala. Pavel se vrátí s talířem, na který se dort opravdu nevejde. Eva zareaguje: „Menší už tam nebyl?“ – Přeje si Eva menší talíř?

Byla Evina poznámka v dané situaci vhodná?

Proč to řekla?

Pokud si představíte, že daný rozhovor pouze posloucháte, jak jste se cítil/a ve chvíli, kdy Eva říkala: „Menší už tam nebyl?“ Mohl/a jste se cítit: *(Vyberte všechny možnosti, které považujete za vhodné.)*

- a. Naštvaně; rozzlobeně; pohoršeně; dotčeně
- b. Smutně; hloupě
- c. Neutrálně, Eva chtěla jen upozornit na stav věci
- d. Vesele, uvolněně, vtipně

Pokud si představíte, že daný rozhovor pouze posloucháte, jak chtěla podle Vás Eva, abyste se cítil/a ve chvíli, kdy říkala: „Menší už tam nebyl?“ *Vyberte všechny možnosti, které považujete za vhodné.*

- a. Naštvaně; rozzlobeně; pohoršeně; dotčeně
- b. Smutně; hloupě
- c. Neutrálně, Eva chtěla jen upozornit na stav věci
- d. Vesele, uvolněně, vtipně

Pokud si představíte, že daný rozhovor pouze posloucháte, jak myslíte, že Eva chtěla, aby se Pavel cítil, když říkala: „Menší už tam nebyl?“ *Vyberte všechny možnosti, které považujete za vhodné.*

- a. Naštvaně; rozzlobeně; pohoršeně; dotčeně
- b. Smutně; hloupě
- c. Neutrálně, Eva chtěla jen upozornit na stav věci
- d. Vesele, uvolněně, vtipně

Pokud si představíte, že daný rozhovor pouze posloucháte, jak myslíte, že se cítil Pavel, když Eva říkala: „Menší už tam nebyl?“ *Vyberte všechny možnosti, které považujete za vhodné.*

- a. Naštvaně; rozzlobeně; pohoršeně; dotčeně
- b. Smutně; hloupě
- c. Neutrálně, Eva chtěla jen upozornit na stav věci
- d. Vesele, uvolněně, vtipně

Pokud si představíte, že daný rozhovor pouze posloucháte, jak se podle vás nejspíš cítila Eva, když říkala: „Menší už tam nebyl?“ *(Vyberte všechny možnosti, které považujete za vhodné.)*

- a. Naštvaně; rozzlobeně; pohoršeně; dotčeně
- b. Smutně; hloupě
- c. Neutrálně, Eva chtěla jen upozornit na stav věci
- d. Vesele, uvolněně, vtipně

Z pohledu posluchače, jak příjemná byla Evina poznámka? *Vyberte na škále 0–5, kde 0 znamená „vůbec“ a 5 „velmi“*

Z pohledu posluchače, jak nepříjemná byla Evina poznámka? *Vyberte na škále 0–5, kde 0 znamená „vůbec“ a 5 „velmi“*

Z pohledu posluchače, jak vtipná byla Evina poznámka? *Vyberte na škále 0–5, kde 0 znamená „vůbec“ a 5 „velmi“*

Umíte si představit, že byste ve stejné situaci použil/a stejnou poznámku?

Použil/a byste ji, pokud by Pavel byl Vaším: *(Vyberte všechny možnosti, které považujete za vhodné.)*

- a. Příbuzným
- b. Kamarádem
- c. Známým
- d. Kolegou
- e. Podřízeným
- f. Nadřízeným

Použil/a byste ji, pokud by Pavel byl: *Vyberte všechny možnosti, které považujete za vhodné.*

- a. Výrazně mladší
- b. Mladší
- c. Přibližně stejně starý
- d. Starší
- e. Výrazně starší

Vaše poznámky: *Sem můžete vepsat cokoliv se Vám honí hlavou, k příběhu, k dotazníku i k celému výzkumu.*

## 10.2 Příloha č. 2 – Úvodní dopis

Vážený respondente,

Dostává se Vám do rukou jazykovědný dotazník, jehož cílem je přispět k výzkumu mezilidské komunikace. Podíváte-li se detailněji na své každodenní rozhovory s lidmi v okolí, zjistíte, že ne vždy říkáte přesně to, co chcete ostatním sdělit, a stejně tak vy reagujete občas, aniž by Vás protějšek výslovně řekl, co od Vás očekává.

Proč je důležité lidskou komunikaci zkoumat? Kontakt s ostatními je důležitou součástí našeho života. Obvykle si to neuvědomíme, dokud se neobjeví nějaký problém. Svě by o tom mohli vyprávět lidé ochrnutí po mozkové mrtvici, pacienti s Alzheimerovou chorobou nebo například ti, kdo se narodili s autismem nebo Aspergerovým syndromem a podobně. Abychom dokázali právě těmto lidem pomoci efektivně komunikovat nebo jen porozumět svým blízkým, je nutné poznat, jak komunikaci vnímají zdraví jedinci.

Rozhodnete-li se pro spolupráci na tomto projektu, pročtěte si pozorně dotazník a do označených polí buď vepište svou odpověď, nebo vyberte možnosti, které jsou podle Vás pro danou otázku platné. U jednotlivých otázek můžete vždy zvolit více odpovědí. Žádné správné řešení neexistuje.

Předem velmi děkuji za spolupráci,

Mgr. Dominika Pospíšilová

---

Dotazník je anonymní, pro statistické účely bychom potřebovali znát:

Věk:

Pohlaví:

### 10.3 Příloha č. 3 – Testovací příběhy

#### Vtip:

##### *Jirka a Karel*

Jirka a Karel, dva dobří kamarádi, sedí ve společnosti dalších blízkých přátel a probírají, co se v poslední době dělo. Jirka se rozpovídá o tom, že chce teď víc odpočívat a dělat to, co ho baví, protože hodně pracoval a teď si chce užít trochu klidu a pohody. Ostatní u stolu poslouchají.

Karel najednou zareaguje: „Ty, Jirko, ty ses zul?“

Jirka: „No jo, zul.“

Karel: „No to je ale síla!“

Jirka: „Ale nikdo nic neřikal...“

Karel: „No von už taky nikdo nemůže mluvit!“

#### Vtip s kritickým podtextem:

##### *Petr a Monika*

Na neformálním večírku vypráví Monika svým kamarádům, jak je těžké najít ideálního muže, protože žádný s ní nedokáže držet krok a ona se začne nudit. Petr si vzpomene na jednoho z jejích partnerů, úspěšného podnikatele, nadšeného sportovce a odvážného cestovatele, kterého shodou okolností znal.

Petr: „A co Honza Novák? Ten byl přece docela akční...“

Monika: „No to jo, ze začátku to bylo dobrý, ale pak to byla nuda. On pořád spal.“

Petr: „Pořád spal? To jako že nechodil do práce a tak?“

Monika: „No to chodil, ale já jsem třeba vstávala v pět kvůli cvičení nebo tak, a on ještě spal, a když jsem se kolem půlnoci vracela, protože mam nepravidelnou pracovní dobu a ráda zajdu i někam ven s kamarádama, tak on už zase spal. To se nedalo vydržet.“

Petr: „No jo, tak to chápu. Kdo by to byl do něj řekl, že tak moc spí!“

### **Mírná kritika s dávkou humoru**

#### ***Pavel a Eva***

K Pavlovi a Evě dorazila návštěva. Eva od hostů dostane obrovský dort a prosí Pavla, aby jí přinesl z vedlejší místnosti nějaký pěkný talíř, na který by zákusek dala. Pavel se vrátí s talířem, na který se dort opravdu nevejde.

Eva zareaguje: „Menší už tam nebyl?“

### **Kritika**

#### ***Jana a Martina***

Jana, Martina a ještě několik kamarádek se domluvily, že se sejdou v 17:30 a půjdou společně do kina na film, který začíná v 18:00. Janě ujede autobus a na místo dorazí o 20 minut později. Všem se moc omlouvá, ale Martina je neústupná:

Martina: „To nemyslíš vážně! Málem jsme tu vystály důlek. Nemůžeš si hlídat čas?“

Jana: „Promiň, mrzí mě to, ale zdržela jsem se v práci a ujel mi autobus.“

Martina: „Tak snad víš, že tu máš být v půl a čeká tu na tebe pět lidí. Jak si můžeš nechat ujet autobus?!“

Jana: „Tak hlavně, že tobě se to nikdy nestalo!“

## 10.4 Příloha č. 4 – Příklad dotazníku (Varianta A)

### Jirka a Karel

Jirka a Karel, dva dobří kamarádi, sedí ve společnosti dalších blízkých přátel a probírají, co se v poslední době dělo. Jirka se rozovídá o tom, že chce teď víc odpočívat a dělat to, co ho baví, protože hodně pracoval a teď si chce užít trochu klidu a pohody. Ostatní u stolu poslouchají. Karel najednou zareaguje: „Ty, Jirko, ty ses zul?“ Jirka: „No jo, zul.“ Karel: „No to je ale síla!“ Jirka: „Ale nikdo nic neřikal...“ Karel: „No von už taky nikdo nemůže mluvit!“

Myslí si Karel, že všichni ostatní skutečně oněměli kvůli Jirkovým nohám?

Byla Karlova poznámka v dané situaci vhodná?

Představte si, že jste Karel: Jak jste se cítil ve chvíli, kdy jste Jirkovi říkal: „No von už taky nikdo nemůže mluvit!“ *Vyberte všechny možnosti, které považujete za možné.* Mohl se cítit:

- a. Naštvaně; rozzlobeně; pohoršeně; dotčeně
- b. Smutně; hloupě
- c. Nijak, pouze jste chtěl upozornit na stav věcí
- d. Vesele; uvolněně; vtipně

Představte si, že jste Karel: Jak jste chtěl, aby Jirka zareagoval? *Vyberte všechny možnosti, které považujete za možné.*

- a. Aby se naštvál; rozzlobil se; pohoršil se; dotklo se ho to
- b. Aby byl smutný; cítil se hloupě
- c. Nijak, pouze jste chtěl upozornit na stav věcí
- d. Aby se pobavil; zasmál se; chtěl jste odlehčit situaci

Jak Jirka nejspíš opravdu reagoval? *Vyberte všechny možnosti, které považujete za možné.*

- a. Naštval se; rozzlobil se; pohoršilo ho to; dotklo se ho to
- b. Byl smutný; cítil se hloupě
- c. Nijak, pouze jste chtěl upozornit na stav věcí
- d. Pobavilo ho to; zasmál se; odlehčilo to situaci

Představte si, že jste Karel: Jak jste chtěl, aby reagovali ostatní? *Vyberte všechny možnosti, které považujete za možné.*

- a. Aby se naštváli; rozzlobili se; pohoršilo je to; dotklo se jich to
- b. Aby byli smutní; cítili se hloupě
- c. Nijak, pouze jste chtěl upozornit na stav věcí
- d. Aby se pobavili; chtěl jste odlehčit situaci

Jak nejspíš opravdu reagovali ostatní u stolu? *Vyberte všechny možnosti, které považujete za možné.*

- a. Naštvali se; rozzlobili se; poznámka je pohoršila; poznámka se jich dotkla
- b. Byli smutní; cítili se hloupě
- c. Nijak, pouze jste chtěl upozornit na stav věcí
- d. Pobavilo je to; odlehčilo to situaci

Ohodnoťte Karlovu poznámku „No von už taky nikdo nemůže mluvit!“. *Vyberte na škále 0–5, kde 0 znamená „vůbec“ a 5 „velmi“*

- Jak nepříjemná byla Karlova poznámka?
- Jak příjemná byla Karlova poznámka?
- Jak vtipná byla Karlova poznámka?

Umíte si představit, že byste ve stejné situaci použil/a stejnou poznámku?

Použil/a byste ji, pokud by Jirka byl: *Vyberte všechny možnosti, které považujete za možné.*

- a. Výrazně mladší
- b. Mladší
- c. Přibližně stejně starý
- d. Starší
- e. Výrazně starší

### **Petr a Monika**

Na neformálním večírku vypráví Monika svým kamarádům, jak je těžké najít ideálního muže, protože žádný s ní nedokáže držet krok a ona se začne nudit. Petr si vzpomene na jednoho z jejích partnerů, úspěšného podnikatele, nadšeného sportovce a odvážného cestovatele, kterého shodou okolností znal. Petr: „A co Honza Novák? Ten byl přece docela akční...“  
Monika: „No to jo, ze začátku to bylo dobrý, ale pak to byla nuda. On pořád spal.“  
Petr: „Pořád

spal? To jako že nechodil do práce a tak?“ Monika: „No to chodil, ale já jsem třeba vstávala v pět kvůli cvičení nebo tak, a on ještě spal, a když jsem se kolem půlnoci vracela, protože mam nepravdělnou pracovní dobu a ráda zajdu i někam ven s kamarádama, tak on už zase spal. To se nedalo vydržet.“ Petr: „No jo, tak to chápu. Kdo by to byl do něj řekl, že tak moc spí!“

Myslí si Petr, že Honza Novák skutečně hodně spí?

Byla Petrova poznámka v dané situaci vhodná?

Představte si, že jste Monika: Jak jste se cítila ve chvíli, kdy Vám Petr řekl: „No jo, tak to chápu. Kdo by to byl do něj řekl, že tak moc spí!“ *Vyberte všechny možnosti, které považujete za možné.*

- a. Naštvaně; rozzlobeně; pohoršeně; dotčeně
- b. Smutně; hloupě
- c. Neutrálně, Petr chtěl pouze upozornit na stav věci
- d. Vesele; uvolněně; vtipně

Představte si, že jste Monika: Jak myslíte, že Petr chtěl, abyste reagovala? *Vyberte všechny možnosti, které považujete za možné.*

- a. Abyste se naštvála; rozzlobila se; cítila se pohoršeně; cítila se dotčeně
- b. Abyste byla smutná; cítila se hloupě
- c. Nijak, Petr chtěl pouze upozornit na stav věci
- d. Abyste se pobavila; zasmála se; cítila se uvolněně

Představte si, že jste Monika: Jak se podle vás nejspíš cítil Petr sám, když říkal: „No jo, tak to chápu. Kdo by to byl do něj řekl, že tak moc spí!“? *Vyberte všechny možnosti, které považujete za možné.*

- a. Naštvaně; rozzlobeně; pohoršeně; dotčeně
- b. Smutně; hloupě
- c. Neutrálně, Petr chtěl pouze upozornit na stav věci
- d. Vesele; uvolněně; vtipně

Jak podle vás Petr chtěl, aby reagovali ostatní, když říkal: „No jo, tak to chápu. Kdo by to byl do něj řekl, že tak moc spí!“? *Vyberte všechny možnosti, které považujete za možné.*

- a. Aby se naštváli; rozzlobili se; aby je to pohoršilo; aby se jich to dotklo
- b. Aby byli smutní; cítili se hloupě
- c. Nijak, Petr chtěl jen upozornit na stav věci
- d. Aby je to pobavilo; zasmáli se; odlehčilo to situaci

Jak myslíte, že opravdu reagovali ostatní? *Vyberte všechny možnosti, které považujete za možné.*

- a. Naštvali se; rozzlobili se; poznámka je pohoršila; poznámka se jich dotkla
- b. Byli smutní; cítili se hloupě
- c. Nijak, pouze jste chtěl upozornit na stav věci
- d. Pobavilo je to; odlehčilo to situaci

Ohodnoťte Petrovu poznámku „No jo, tak to chápu. Kdo by to byl do něj řekl, že tak moc spí!“  
*Vyberte na škále 0–5, kde 0 znamená „vůbec“ a 5 „velmi“*

- Jak nepříjemná byla Petrova poznámka?
- Jak příjemná byla Petrova poznámka?
- Jak vtipná byla Petrova poznámka?

Umíte si představit, že byste ve stejné situaci použil/a stejnou poznámku?

Použil/a byste ji, pokud by Monika byla: *Vyberte všechny možnosti, které považujete za možné.*

- a. Výrazně mladší
- b. Mladší
- c. Přibližně stejně stará
- d. Starší
- e. Výrazně starší

### **Pavel a Eva**

K Pavlovi a Evě dorazila návštěva. Eva od hostů dostane obrovský dort a prosí Pavla, aby jí přinesl z vedlejší místnosti nějaký pěkný talíř, na který by zákusek dala. Pavel se vrátí s talířem, na který se dort opravdu nevejde. Eva zareaguje: „Menší už tam nebyl?“

Přeje si Eva skutečně menší talíř?

Byla Evina poznámka v dané situaci vhodná?

Pokud si představíte, že jste návštěva: Jak jste se cítil/a ve chvíli, kdy Eva říkala: „Menší už tam nebyl?“ *(Vyberte všechny možnosti, které považujete za možné.)*

- a. Naštvaně; rozzlobeně; pohoršeně; dotčeně
- b. Smutně; hloupě
- c. Neutrálně, Eva chtěla jen upozornit na stav věci
- d. Vesele; uvolněně; vtipně

Pokud si představíte, že jste návštěva: Jak chtěla Eva, abyste zareagoval/a? *Vyberte všechny možnosti, které považujete za možné.*

- a. Abyste se naštvál/a se; rozzlobil/a se; poznámka vás pohoršila; poznámka se vás dotkla
- b. Abyste byl/a smutný/á; cítil/a se hloupě
- c. Nijak, pouze chtěla upozornit na stav věci
- d. Aby Vás to pobavilo; zasmál/a jste se; odlehčilo to situaci

Pokud si představíte, že jste návštěva: Jak myslíte, že Eva chtěla, aby Pavel zareagoval, když říkala: „Menší už tam nebyl?“ *Vyberte všechny možnosti, které považujete za možné.*

- a. Aby se naštvál; rozzlobil se; poznámka ho pohoršila; poznámka se ho dotkla
- b. Aby byl smutný; cítil se hloupě
- c. Nijak, Eva chtěla jen upozornit na stav věci
- d. Aby ho to pobavilo; zasmál se; odlehčilo to situaci

Jak myslíte, že Pavel skutečně reagoval? *Vyberte všechny možnosti, které považujete za možné.*

- a. Naštval se; rozzlobil se; poznámka ho pohoršila; poznámka se ho dotkla
- b. Byl smutný; cítil se hloupě
- c. Nijak, Eva chtěla jen upozornit na stav věci
- d. Pobavilo ho to; zasmál se; odlehčilo to situaci

Pokud si představíte, že jste návštěva: jak se podle vás nejspíš cítila Eva sama, když říkala: „Menší už tam nebyl?“ *(Vyberte všechny možnosti, které považujete za možné.)*

- a. Naštvaně; rozzlobeně; pohoršeně; dotčeně
- b. Smutně; hloupě
- c. Neutrálně, chtěla jen upozornit na stav věci

d. Vesele; uvolněně; vtipně

Ohodnoťte Evinu poznámku „Menší už tam nebyl?“ *Vyberte na škále 0–5, kde 0 znamená „vůbec“ a 5 „velmi“*

- Jak nepříjemná byla Evina poznámka?
- Jak příjemná byla Evina poznámka?
- Jak vtipná byla Evina poznámka?

Umíte si představit, že byste ve stejné situaci použil/a stejnou poznámku?

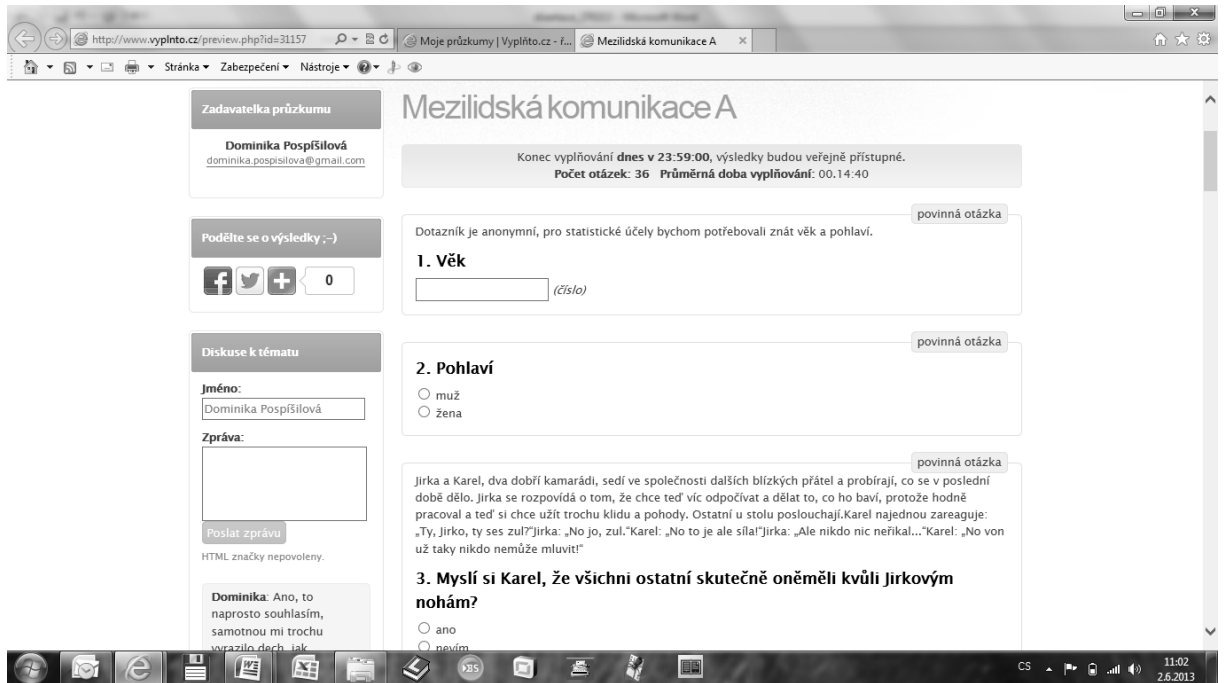
Použil/a byste ji, pokud by Pavel byl: *Vyberte všechny možnosti, které považujete za možné.*

- a. Výrazně mladší
- b. Mladší
- c. Přibližně stejně starý
- d. Starší
- e. Výrazně starší

Vaše poznámky: *Sem můžete vepsat cokoli se Vám honí hlavou, k dotazníku i k celému výzkumu.*

## 10.5 Příloha č. 5 – Aplikace Vyplňto.cz

Při zahájení vyplňování viděl respondent, do kdy lze dotazník vyplňovat, kolik otázek obsahuje a jakou průměrnou dobu jeho vyplňování zabírá.



Příklad pole pro vyplňování vlastní odpovědi a hodnocení míry na škále 0–5.

