

Psychologie komunikace

Zbyněk Vybíral



Psychologie komunikace

Zbyněk Vybíral

KATALOGIZACE V KNIZE – NÁRODNÍ KNIHOVNA ČR

Vybíral, Zbyněk

Psychologie komunikace / Zdeněk Vybíral. -- Vyd. 2. -- Praha : Portál, 2009. -- 320 s.
ISBN 978-80-7367-387-1 (váz.)

316.77 * 159.9

- sociální komunikace -- psychologické aspekty
- studie

316.4/.7 - Sociální interakce [18]

Publikace vznikla v rámci řešení výzkumného záměru VZ 0021622406 „Psychologické a sociální charakteristiky dětí, mládeže a rodiny, vývoj osobnosti v době proměn moderní společnosti“.

© Zbyněk Vybíral, 2005, 2009

Portál, s. r. o., Praha 2005, 2009

ISBN 978-80-7367-387-1

Obsah

Poděkování	15
Předmluva ke druhému, rozšířenému a pozměněnému vydání	17
Předmluva k prvnímu vydání	19

ČÁST I

Obecná analýza lidské komunikace	23
1 Základní pojmy	25
1.1 Vymezení lidské komunikace	25
1.1.1 <i>Tradiční definice</i>	26
1.1.2 <i>Předmět psychologie lidské komunikace</i>	28
1.1.3 <i>Pochybnosti o definicích</i>	30
1.2 Účel lidského komunikování a motivace k němu	31
1.2.1 <i>Funkce komunikování</i>	31
1.2.2 <i>Motivace ke komunikaci</i>	32
1.3 Komunikační kontext	36
1.3.1 <i>Vnitřní a vnější kontext komunikace</i>	37
1.3.2 <i>Druhy mezilidské komunikace podle prostředí a role</i>	39
1.3.3 <i>Agování</i>	40

1.4	Kontextové modality	41
1.4.1	<i>Modalita významu (závažnosti) pro mluvčího a adresáta</i>	42
1.4.2	<i>Modalita systémového (situačního) rámce</i>	43
1.4.3	<i>Modalita vztahové</i>	44
1.4.4	<i>Vliv hlubších psychických vrstev na dojem z člověka</i>	45
1.4.5	<i>Centrální rysy</i>	47
1.5	Komunikační kompetence	48
1.6	Způsoby komunikace	49
1.7	Zpráva: od záměru po přijetí	52
1.7.1	<i>Tři stupně každé zprávy</i>	54
1.7.2	<i>Přijímání a dekódování</i>	55
1.7.3	<i>Podprahové vnímání jako součást příjmu zpráv</i>	56
1.8	Komunikační manévry a taktiky	57
1.8.1	<i>Komunikační manévr</i>	57
1.8.2	<i>Diskvalifikování</i>	58
1.8.3	<i>Mystifikace</i>	59
1.8.4	<i>Paradoxní komunikace a dvojná vazba</i>	59
1.8.5	<i>Sugerování</i>	61
	Literatura k další četbě	64
2	Před komunikací: konstrukty o sobě a o světě	65
2.1	Zájem filozofie o podmínky našeho poznávání	65
2.1.1	<i>Teorie asimilace, kognitivní disonance a základní atribuční chyba</i>	66
2.1.2	<i>„Opory rozumu“</i>	67
2.2	Kognitivní východiska při komunikaci	68
2.2.1	<i>Schémata</i>	72
2.3	Některé další koncepty kognitivní a sociální psychologie	74
2.3.1	<i>Osobní konstrukty</i>	74
2.3.2	<i>Představa o vlastní zdatnosti</i>	75
2.3.3	<i>Vliv druhých osob na naše chování</i>	76
2.4	Stereotypy	78
	Literatura k další četbě	79
3	Teorie neverbální komunikace	81
3.1	Úvod	81
3.2	Základní teze	84
3.2.1	<i>Osvojování neverbální citlivosti v procesu učení</i>	84
3.2.2	<i>Nelze nekomunikovat a míra neverbální exprese</i>	85
3.2.3	<i>Mnohovýznamovost neverbálního signálu</i>	86
3.2.4	<i>Hlavní situační aspekty</i>	87
3.2.5	<i>Kulturní a rodová (genderová) specifika</i>	88

3.2.6	<i>Uvědomované a neuvědomované signály</i>	88
3.2.7	<i>Tendence dělat se lepším</i>	89
3.2.8	<i>Různé funkce neverbálního komunikování</i>	90
3.2.9	<i>Základní emoce</i>	91
3.2.10	<i>Kontrola emočních signálů</i>	93
3.3	Některá známá zjištění o neverbální komunikaci člověka	94
3.4	Emočně inteligentní neverbální projev	96
3.5	Neverbální projevy v terapeutickém kontextu	98
3.6	Spekulativní interpretace neverbálních projevů	99
3.6.1	<i>Interpretace podobné a nepodobné</i>	101
3.6.2	<i>Analýza T. Kahlera</i>	101
3.6.3	<i>Psychologická rizika spekulativních výkladů</i>	102
	Literatura k další četbě	104
4	Analýza slovní komunikace	105
4.1	Úvod	105
4.2	Základní teze	106
4.2.1	<i>Denotace a konotace</i>	106
4.2.2	<i>Důležitost společného jazyka</i>	108
4.2.3	<i>Egocentrická a sociocentrická mluva</i>	109
4.2.4	<i>Doprovodné znaky slovní komunikace</i>	110
4.2.5	<i>Způsoby mluvy</i>	111
4.2.6	<i>Odlišnosti v mluvě mužů a žen</i>	112
4.3	Vývoj slovního komunikování	114
4.3.1	<i>Fáze v osvojování si jazyka</i>	114
4.3.2	<i>Rozvoj slovní zásoby</i>	116
4.4	Dialog, rozhovor, konverzace	117
4.4.1	<i>Náplň rozhovoru</i>	118
4.4.2	<i>Smysl konverzace</i>	120
4.4.3	<i>Analýzy konverzací</i>	122
4.5	Aktivní a empatické naslouchání	123
4.6	Analýza komunikační události	125
4.6.1	<i>Záměr a jeho dekódování</i>	125
4.6.2	<i>Oblast nevyslovitelného</i>	128
4.7	Promluvové jednotky	129
4.7.1	<i>Promluvy popisné a uskutečňující</i>	129
4.7.2	<i>Způsoby dotazování</i>	130
4.7.3	<i>Dvojsmyslné promluvy</i>	131
4.7.4	<i>Eufemismy</i>	132
4.7.5	<i>Implikace</i>	133
4.8	Psychologické zvláštnosti mobilní komunikace	134
	Literatura k další četbě	135

5 Vytváření skutečnosti komunikací	137
5.1 Úvod	137
5.2 Vytváření, nebo zrcadlení?	139
5.3 Příklady vytváření skutečnosti	142
5.3.1 <i>Politicky korektní jazyk</i>	142
5.3.2 <i>Vědecký a odborný „folklor“</i>	144
5.3.3 <i>Komentování</i>	146
5.3.4 <i>Odlišná gramatika vyvolá odlišné vnímání světa</i>	146
5.3.5 <i>Vytváření představ o skutečnosti humorem</i>	148
5.4 Vztah myšlení a jazyka	149
5.4.1 <i>Nuance slovní zásoby</i>	149
5.4.2 <i>Smíšené jazyky</i>	150
5.5 Slang: sociální a psychologický smysl speciálního jazyka	151
5.6 Zapůsobit cizími slovy a odbornými výrazy	153
5.6.1 <i>Rostoucí vliv angličtiny ve slovním komunikování</i>	154
Literatura k další četbě	156
6 Psychologické aspekty masmediální komunikace	157
6.1 Úvod	157
6.2 Psychologické rysy masové komunikace	159
6.3 Vybrané pojmy	161
6.3.1 <i>Informace v masovém médiu</i>	161
6.3.2 <i>Zábavné informace</i>	162
6.3.3 <i>Deskripce a preskripce</i>	162
6.3.4 <i>Persuaze, manipulativní nátlak, propaganda</i>	163
6.3.5 <i>Nositelé témat a názorové autority</i>	166
6.3.6 <i>Důvěryhodnost</i>	166
6.3.7 <i>„Band-wagon“ efekt</i>	168
6.3.8 <i>Rozšiřování hlavního proudu a spirála mlčení</i>	169
6.3.9 <i>Náborování</i>	170
6.4 Skupina jako médium mezi producentem a adresátem	171
6.5 Transparentní komuniké – nositel sdělení masovému publiku	172
Literatura k další četbě	173

ČÁST II

Speciální rozbory lidského komunikování	175
7 Lidská komunikace v pojmech teorie her	177
7.1 Úvod	177
7.2 Teze	178

7.3	Vybrané pojmy	179
7.3.1	<i>Hra jednoho hráče</i>	179
7.3.2	<i>Komunikace jako hra s nulovým součtem</i>	179
7.3.3	<i>Hra s nenulovým součtem</i>	180
7.3.4	<i>Hra se smíšenou motivací</i>	181
7.3.5	<i>Teorie kolektivní volby</i>	181
7.3.6	<i>Věžňovo dilema</i>	182
	Literatura k další četbě	183
8	Lidská komunikace podle transakční analýzy	185
8.1	Úvod	185
8.2	Specifičnost transakční analýzy	186
8.3	Ego-stavy	186
8.4	Transakce	189
8.4.1	<i>Skryté transakce</i>	190
8.5	Scénář a mini-scénář: vzorce řídicí komunikaci	191
8.5.1	<i>Klatby, poháněče a svolení</i>	191
8.5.2	<i>Mini-scénář</i>	193
8.6	Hry podle transakční analýzy	193
8.6.1	<i>Základní teze</i>	193
8.6.2	<i>Definice hry</i>	193
8.6.3	<i>G-rovnice</i>	194
8.6.4	<i>Užitek ze hry</i>	195
8.6.5	<i>Existenciální potvrzení pozice OK</i>	196
	Literatura k další četbě	197
9	Komunikace v dalších psychologických směrech	199
9.1	Systémový a systemický přístup	199
9.1.1	<i>Komunikace jako součást systému, systém jako produkt komunikace</i>	200
9.1.2	<i>Teze systémových přístupů</i>	201
9.1.3	<i>Výmezování kontextu</i>	202
9.1.4	<i>Vzorce (patterns)</i>	203
9.1.5	<i>Komunikace významů</i>	203
9.1.6	<i>Ekvifinalita v systému</i>	204
9.1.7	<i>Z historie systémového přístupu</i>	205
9.1.8	<i>Zpětná vazba</i>	205
9.2	Analýza komunikace vycházející z neurolingvistického programování	206
9.2.1	<i>Vnitřní mapy</i>	208
9.2.2	<i>Změna rámce</i>	209

9.3 Rogersův přístup zaměřený na člověka	210
9.3.1 <i>Teze</i>	210
9.3.2 <i>Umět se vcítit</i>	211
9.3.3 <i>Akceptace</i>	212
9.3.4 <i>Autenticita</i>	212
9.3.5 <i>Škála empatie</i>	212
9.3.6 <i>Zásady pro komunikaci</i>	213
Literatura k další četbě	214
10 Pře sofistiky a rétorické filozofie: inspirace ze starověku	215
10.1 Zájem o ústní komunikaci	215
10.2 Sofistika	216
10.3 Rétorika	218
10.3.1 <i>Definice rétoriky</i>	218
10.3.2 <i>Představy o rétorice ve starověkém Řecku</i>	218
10.3.3 <i>Římská rétorika: návaznost i opozice</i>	221
10.4 Kritika řečnictví	222
Literatura k další četbě	224
11 Zdravá komunikace	225
11.1 Úvod	225
11.2 Charakteristiky zdravé komunikace	227
11.2.1 <i>Bezprostřednost reakce</i>	227
11.2.2 <i>Kognitivní přizpůsobování</i>	227
11.2.3 <i>Zájem o druhého</i>	228
11.2.4 <i>Reciprocita</i>	228
11.2.5 <i>Humor</i>	229
11.2.6 <i>Tříkrát ne</i>	229
11.2.7 <i>Podpora vývoje a flexibility</i>	230
11.2.8 <i>Konzistence interakcí</i>	230
11.2.9 <i>Uvolnění</i>	230
11.3 Pozitivní komunikace	231
11.4 Kritéria psychického zdraví	232
11.4.1 <i>Vlastnosti zdravě komunikujícího jedince</i>	233
11.5 Komunikace jako způsob adaptace ve společnosti	235
11.6 Asertivní komunikace a její pravidla	235
11.6.1 <i>Z historie asertivity</i>	236
11.6.2 <i>Teze</i>	237
11.6.3 <i>Šest základních technik</i>	238
11.6.4 <i>Desatero asertivních práv</i>	239
11.6.5 <i>Současné tréninkové postupy</i>	240

11.7 Příbuzné teorie a nácviky dovedností	241
11.7.1 <i>Abhidhammický trénink jako kultivace přátelství</i>	243
Literatura k další četbě	243
12 Poruchy v interpersonální komunikaci	245
12.1 Úvod	245
12.2 Poruchy komunikace související s duševní poruchou osobnosti	246
12.2.1 <i>Poruchy komunikace způsobené závažnou poruchou či duševním onemocněním</i>	246
12.2.2 <i>Neurotická komunikace</i>	248
12.2.3 <i>Narcistní komunikace (centrovaná na sebe)</i>	251
12.2.4 <i>Autistická komunikace</i>	252
12.2.5 <i>Vulgární a nekrofilní komunikace</i>	252
12.3 Poruchy komunikace související s poruchami myšlení	253
12.4 Abnormální komunikace v abnormálních podmínkách	254
12.5 Poruchy v intrapsychické komunikaci (dysfunkční myšlenky)	255
12.6 Komunikace ve stresu	256
Literatura k další četbě	258
13 Terapeutická a pomáhající komunikace	259
13.1 Základní vodítka pro komunikaci s pacientem	260
13.1.1 <i>Raport</i>	262
13.1.2 <i>Terapeutova komunikace pod drobnohledem pacienta</i>	263
13.2 Co terapeuticky působí	264
13.3 Rizika v terapeutické komunikaci	265
13.4 Komunikace v psychoterapii ze systemického pohledu	266
13.4.1 <i>Nebát se zpočátku nevědět nic</i>	266
13.4.2 <i>Vyhýbání se negativním formulacím</i>	267
13.4.3 <i>Druhy terapeutických otázek</i>	269
Literatura k další četbě	270
14 Psychologické proměny komunikace v prostředí internetu	271
14.1 Specifika virtuální komunikace	271
14.2 Podoby a projevy disinhibice	272
14.2.1 <i>Od anonymity k autonomně řízené anonymitě</i>	275
14.2.2 <i>Solipsismus</i>	275
14.2.3 <i>Disociační stavy</i>	276
14.3 Specifické rysy komunikace v prostředí internetu	276
14.3.1 <i>Multiplicita: komunikace s více lidmi najednou</i>	276
14.3.2 <i>Okamžitost komunikování a výhoda času na rozmyšlenou</i>	277
14.3.3 <i>Povrchnost</i>	278

14.3.4 <i>Potřeba sdružovat se</i> <i>(příklad svěřování se s mentální anorexií)</i>	278
14.4 Výuka on-line	279
14.5 Jazykové proměny	281
14.5.1 <i>Zjednodušené a záměrně deformované vyjadřování</i>	281
14.5.2 <i>Analogový žargon:</i> <i>šifrování emocí a neverbální sdělování</i>	282
14.5.3 <i>Převrácení lineární posloupnosti a diskuse na internetu</i>	283
14.6 Výhody	285
Literatura k další četbě	285
15 Metakomunikace aneb Co se děje přitom, když druhý člověk mluví	287
15.1 Definice	287
15.1.1 <i>Dvě roviny metakomunikace</i>	288
15.1.2 <i>Druhy metakomunikace</i>	289
15.2 Proč je těžké pozorně vnímat přednášku?	289
15.3 Pozitivní stránka metakomunikace	292
15.4 Prolnání s komunikací	292
15.5 Příklad na závěr	294
Literatura k další četbě	294
Dovětek	295
Ediční poznámka	297
Literatura	299
Rejstřík jmenný	313
Rejstřík věcný	317

Motto

Také slova jsou činy.
(Ludwig Wittgenstein)

Věnuji Sáře

Poděkování

Poděkování za náměty, pozorné čtení i konkrétní upozornění na to, co by v rozšířeném vydání mělo být, patří řadě studentů, mých přátel a kolegů. Za cenné inspirace a komentáře děkuji mimo jiné Martinu Adámkovi, Janě Brzkovské, Danielu Doležalovi, Lukáši Faltýnkovi, Martě Mills Fialové, Jeronýmu Janíčkoví, R. Novotnému, PhDr. Zdeňku Riegrovi, MUDr. Davidu Skorunkovi, PhDr. Davidu Šmahelovi, Ph.D., Zdeňce Vykoukalové – a také své dceři Sáře.

(Mrzí mě neúplnost výčtu jmen, protože zcela jistě vím, že jsem byl v průběhu pěti let, jež uplynula od prvního vydání *Psychologie lidské komunikace*, vděčný ještě řadě dalších lidí. Velkým povzbuzením pro mě byl i fakt, že si první vydání našlo cestu k tisícům čtenářů.)

Nechci zde zapomenout na ty, kterým jsem děkoval již v roce 2000: doc. PhDr. Olze Müllerové, doc. PhDr. Vladimíru Řehanovi, doc. PhDr. Lubomíru Vašinovi, Tomáši Vašákovi a Petru Kozlíkovi (in memoriam).

Dodnes jsem zavázán panu Dominiku Dvořákovi, bez jehož kritiky a návrhů by kniha neměla takovou strukturu, jakou má.

Předmluva ke druhému, rozšířenému a pozměněnému vydání

Z názvu rozšířeného, na mnoha místech přepracovaného a doplněného vydání *Psychologie komunikace* jsme na návrh nakladatele vypustili slovo „lidské“. Vynechání důležitého specifikujícího slova nemělo a nemá jiný význam než odlišit vydání první z roku 2000 od vydání rozšířeného. Kniha stále zůstává analyzujícím pojednáním o **lidské** komunikaci. Nevěnuji se zde komunikaci člověka se zvířaty ani se složitými technologiemi, s nimiž člověk rovněž komunikuje.

Troufám si tvrdit, že zřetelu k **lidskosti** v tomto vydání přibylo. V uplynulých pěti letech jsem se hodně zabýval *kritickou* reflexí psychologie, která zdůrazňuje mimo jiné to, že používaným jazykem konstruujeme podobu našich sociálních vztahů a že je důležitější rozebírat ne „mentální“ obsahy v nás, ale zejména to, jak je popisujeme, vytváříme, jak o nich mluvíme. Dbal jsem na to, aby jazyk kapitol byl **lidštější**. Kniha pojednává o komunikaci lidí. Byl jsem vděčný za poznámku pozorné čtenářky, že nemusím tolikrát psát o „osobách“, i za poznámku, že kritizují typové jednoslovné nálepky lidí, ale sám se jich v textu dopouštím. Škrtnal jsem tedy na mnoha místech označení „klienti“, „osoby“ nebo „schizofrenici“ a nahrazoval slovy „člověk“, „lidé“ nebo „lidé se schizofrenním onemocněním“. Nebyl jsem v tom zcela důsledný; o to důsledněji si toho čtenář může všimat.

Dávám za pravdu všem, kteří vidí důležitý rozdíl mezi označeními „anorektička“ a „dívka s mentální anorexií“. Prvním slovem jako bychom rozprostřali význam jediného slova na dívku a degradovali ji na její nemoc (znak),

zatímco ve druhém způsobu vyjádření pojmenováváme *externě* jednu její charakteristiku – onemocnění, kterým se momentálně souží.

S Wittgensteinem si můžeme říct, že je to hra se slovy, řečová hra. Ovšem *tato lidštější* řečová hra nás může dovést k vnímavějším a humánnějším postojům k druhým lidem. A tedy k citlivější komunikaci a lepšímu vztahu. A to není málo.

V Brně 5. dubna 2005

autor

Předmluva k prvnímu vydání

Psychologie lidské komunikace si zaslouží být vytčena jako autonomní předmět vědního zájmu. Neznamená to, že samostatnou disciplínou *je* z nějakých „objektivních kritérií“, ale že *může* být nahlížena jako samostatná oblast teoretického i experimentálního bádání, jež má vlastní výzkum a především jazyk.¹

Komunikaci zkoumají jazykovědci v rámci psycholingvistiky a sociolingvistiky, kulturní a sociální antropologové a etnologové. V kognitivní psychologii zauímají čelné místo výzkumy řeči. Sociální psychology zajímá, jak se komunikace mění pod vlivem zastávané role, dosaženého statusu či jakým atribučním chybám podléhají naše soudy. Komunikace hraje důležitou roli ve filozofii jazyka, logice, v psychologii hry, soudobých kognitivních vědách (např. umělé inteligenci), ale také v neurofyziologii. K praktickému rozpracování komunikace přispěli psychoterapeuti, kteří představili ucelené koncepce utváření vztahu, vedení rozhovoru atd., i trenéři efektivní komunikace, zvyšující úspěšnost marketingových či politických strategií. Ke zkoumání komunikace patří i bádání sociologů a představitelů kulturních studií, zaměřených na masovou kulturu, na „imagologii“ (vytváření novodobých symbolů, ikon, kultů, mód), na komunikaci politiků, propagandu, analýzu novin, televize,

¹ Přihlašuji se zde k názoru, že „to, co nazýváme oborem, je jeho jazyk“ (Postman, Weingartner). Podle této dvojice autorů lze každou vědu zredukovat na jazyk, který používá: „Co je například biologie jiného než slova? Kdyby se z jazyka vyloučila všechna slova, která biologové používají, tak by už žádná biologie neexistovala ... Co jiného než slova je historie nebo astronomie nebo fyzika? Jestliže neznáte význam historických slov nebo astronomických slov, pak neznáte dějiny astronomie.“

reklamních taktik. Je-li komunikace v centru zájmu již tolika disciplín, proč ustavovat samostatnou psychologii lidské komunikace?

Důvodem opravňujícím k takovému kroku je potřeba syntetických soudů o komunikování člověka. K tomu potřebujeme propojit poznatky z řady dosavadních oborů. I v psychologii samé je třeba překonat jisté *schizma* minulosti. Přetrvává zásadní rozdíl v tom, jestli rozbory komunikace vycházejí z psychologie sociální (z teorií sociálního učení, rolí, identity, etnocentrismu) a jsou zaměřeny na aspekty řízení, vyjednávání, mimoslovní „řeč těla“, efektivní komunikaci apod. – tedy na *pragmatickou stránku* komunikace; nebo zda přístup vychází spíše z psychologie kognitivní a je zaměřen více na kognitivní determinace našich projevů (na paměť, mentální schémata, na vnímání a produkci jazyka, řešení problémů).

Jedním z cílů této knihy je přesvědčit čtenáře, že zkoumání lidské komunikace není aplikovanou subdisciplínou v rámci jedné „širší“ psychologie (sociální), ale že překračuje hranice tradičně členěných disciplín – a také je propojuje.

Představu o tom, co všechno spadá do teorie o lidském komunikování, poskytnete čtenáři i seznámení s některými zahraničními monografiemi. *Human Communication Theory* z roku 1967 (editor F. E. X. Dance, vydal Holt, Rinehart a Winston) zmapovala různé přístupy, zahrnuje antropologii komunikace, masová média, neurofyziologii, teorii organizace, filozofii jazyka, psychiatrii, psycholinguistiku, sociální teorie v americké sociologii a další směry. Pozdější monografie, vydaná ve stejném nakladatelství, *Human Communication* z roku 1978 (autoři Burgoon a Ruffner) obsahuje kapitoly o proměnných na straně zdroje, v příjemci, o proměnných snižujících efektivní komunikaci, tradiční kapitoly o neverbální komunikaci, komunikaci v malé skupině, o veřejné a masové komunikaci, ale také kapitolu „Komunikace a konflikt“ a další. Příručka Wahlstromové *Perspectives on Human Communication* (1992) obsahuje kapitoly o dimenzích, funkcích, motivační základně a ekologii komunikace, o efektivní a skupinové komunikaci, o digitální revoluci v komunikaci, o komunikaci masové a „po síti“, o novém „komunikačním životním prostředí“ či o globálních tématech.

Leitmotivem při psaní knihy bylo neztrácet ze zřetele stěžejní součásti přítomné v lidském komunikování: **mentální reprezentaci** komunikujících o druhých lidech a o světě, situační i osobní **kontext** a **záměrná sebepojetí** a **sebeprezentování**. Základní teze celého textu by mohla znít například takto:

Každá lidská komunikace je ovlivněna mentálními reprezentacemi účastníků, a to jak uvědomovanými, tak mimovědomými, stereotypizovaným posuzováním druhých lidí, kontextem či řadou kontextů komunikace a celkovými sebepojetími jednotlivých účastníků.

Rozpracování této teze, její objasnění z různých úhlů pohledu, podpoření fakty a seznámení čtenáře s rozlehlým přehranickým územím z okolí této teze bylo autorovým cílem.

Možnosti, kterými člověk disponuje v komunikaci a kterých může využít i zneužít, souvisejí na jedné straně s kvalitou jeho individuálního života (s jeho

vlastní svébytností, charakterem, svědomím, dovednostmi), na straně druhé, v makroměřítku, s civilizačními změnami a převratnými momenty historie lidstva. Člověk je v tomto směru bytostí nadanou rozsáhlými možnostmi: může komunikováním měnit sám sebe, své bližní – i zásadně pozměnit svět. *Slova bývají činy...*

Analytik komunikace, psycholog Paul Watzlavick (1998), podrobně dokládá, jak tlumočníci politiků mohli (a pravděpodobně dodnes mohou) ovlivňovat lidské dějiny včetně vyhlášení válek, uzavírání či udržování příměří. Někdy stačí vypustit jediné slovo nebo doprovodit překlad vlastním výkladem, posunout intonací a důrazem význam věty apod. Schopný tlumočnick dokáže komunikačním manévrováním a přibájeným překladem usmířit zneprátelené strany. Podobnou mocí komunikování disponují novináři, rodiče při výchově dětí, učitelé i ti, kdo jsou momentálně módními vzory.

Komunikace posiluje nebo tlumí emoce a formuje postoje. Dokáže popudit, provokovat, iniciovat – i uchlácholit a zbrzdit druhého v jeho odhodlání. Dokáže přesvědčit o pravdě i věrohodně šířit lež.

Souvislost mezi komunikací a změnou životního stylu můžeme pozorovat na rozmachu cestování, „objevování světa“. Lidé dnes mají téměř z kteréhokoli místa na světě možnost komunikovat se svými blízkými (telefonovat, faxovat, e-mailovat z internetových kaváren – dnes už třeba i z tibetské Lhasy). Takové možnosti snižují pocity opuštěnosti, stesk a úzkost – a naopak podporují pocity sounáležitosti „na dálku“. Potřeba komunikovat, dělit se o zážitky a sdílet je, jedna ze základních potřeb člověka, může být naplněna i navzdory velké vzdálenosti. Každou potřebu sytí již *možnost*, a naopak frustruje *nemožnost* ji uspokojit.

V oblasti populární literatury jsou čtenářům dostupné tituly, které prezentují, často velmi autoritativně, dílčí výsledky problematiky: vykládají neverbální komunikaci, šíří návody na úspěšné vystupování, recepty na osvojení si dovedností, doporučují asertivitu, učí životu bez stresu apod. Některé z těchto knih mají slovo komunikace v názvu, neprobírají však lidské komunikování v dostatečné šíři. Čtenář pozná, že jsem kritický ke spekulativním tvrzením, co znamená ten či onen neverbální projev, stejně jako k návodům, jak úspěšně vystupovat, působit na druhé, klamat a zdokonalovat svou „oklamávající“ šikovnost. Jsem kritický také k některým postupům využívaným při masmediální komunikaci. Souhlasím s N. Wienerem, který již v roce 1948, před érou televize, napsal, že masmédiu manipulovaný člověk vykazuje cosi podobného „psychologii blázna“: „... a tam, kde je dosti bláznů, mají darebáci větší možnosti je vykořisťovat ...; blázen jedná způsobem, který se dá, celkem vzato, stejně předvídat jako pobíhání krysy v bludišti. Tato politika lží... způsobí, že si koupí určitou značku cigaret; tato politika jej přivede k tomu..., aby hlasoval pro určitého kandidáta – kteréhokoli kandidáta – nebo aby se připojil k politické štvanci. Určitá přesná míchanice náboženství, pornogra-

fie a pavědy způsobí, že ilustrovaný časopis jde na odbyt...“ (Wiener, 1960, s. 143).

Vzhledem k ohromným možnostem vlivu masových médií na adresáta, které jsou často zneužívány, je třeba být v této oblasti ostražitý a kritický (nikoli samozřejmě a priori předpojatý).

Kniha je určena pro kohokoli. Nepředpokládá žádné speciální vzdělání, pouze ochotu přijmout odborný jazyk vyjadřování a schopnost porozumět mu. Text se opírá o vědeckou psychologickou terminologii.²

Smyslem každé komunikace je dorozumět se a případně pozměnit svůj „vnitřní kontext“ v mysli, ve vědomí i v nevědomí. Obohatit ho o pocit sounáležitosti, vnést do něj novou informaci. Informace, které přijímáme, informují nejen *nás*, ale doslova *v nás*. *In*-formují – to jest tvarují, přetvářejí, mnohdy rozšiřují či zcela přeformátovávají naše poznatky, postoje a emoce. Je na každém z nás, jakožto na příjemcích sdělení, abychom nedopustili příliš intruzivní plnění vlastních struktur, nebrzděný vpád cizích myšlenek (a nezřídka manipulací) do své mysli. Abychom zdravě filtrovali. To znamená: nefiltrovat málo, ale také ne příliš. Znamená to nebýt zcela ovlivnitelný, ale ani nebýt předem zaujatý, přehnaně podezíravý či nekomunikativně uzavřený.

Na zprávy o zdravě filtrovaném pozměnění čtenářova vnitřního kontextu se autor upřímně těší.

V Hradci Králové 1. března 2000

autor

Poznámka

Za jednotlivými kapitolami nejsou uváděny úplné bibliografické odkazy. Ty obsahuje závěrečný seznam literatury (nakladatel a místo vydání). Zato jsou za kapitolami často uvedeny stránky v titulech, které se přímo vztahují k probírané tematice.

² Slovo „vědecká“ bylo třeba zdůraznit, neboť populární psychologie, zejména proudy New Age, ezoterika a „duchovní“ literatura inspirovaná asijskými náboženstvími a filozofiemi, používá dnes velmi výraznou a do jisté míry svévolnou terminologii pro popis lidské psychiky – i komunikace. Příkladem je Learyho „infopsychologie“.

Obecná analýza lidské komunikace

Základní pojmy

Lidská společnost je v podstatě síť vztahů mezi lidmi. Když si ji představíme jako rybářskou síť, pak uzly představují lidi a provázky či lana vztahy mezi nimi. Ale co to vlastně je, toto lanová v lidském světě? Jedna odpověď je, že je to komunikace. (Argyle a Trower, 1979)

1.1 Vymezení lidské komunikace

Etymologie slova komunikace naznačuje, že původní rozumění pojmu bylo širší. Příručky a slovníky dnes sice definují komunikaci například jako „proudění informací z jednoho bodu (ze zdroje) k druhému bodu (k příjemci)“ či jako „přenos nebo vytváření znalostí“,¹ ale *communicatio* znamenalo původně „vespolné účastnění“ a *communicare* „činit něco společným, společně něco sdílet“.

S odvoláním na latinský původ slova definoval Hausenblas (1971) komunikaci široce jako „obcování lidí, společné podílení se na nějaké činnosti ve vzájemném kontaktu“. Nikoli tedy jen proudění informace, ale i podílení se na celku komunikace a na povaze či dopadu zprávy třeba jen tím, že jsme přítomni. Komunikujeme, i když jen přihlížíme slovní výměně mezi dvěma účastníky; kdybychom přítomni nebyli, kdybychom nebyli svědky jejich výměny, informace by proudily jinak nebo by byly jiné. Někteří psychologové rozumějí komunikační výměnou jak **sdělování**, tak **sdílení**.

¹ Viz *The New Webster's International Encyclopedia* (1994).

„Sdílení vyjadřuje, jak je sdílení prožíváno, jaké emoční zaujetí a intenzitu emocí sdílení vzbuzuje. Týká se všech zúčastněných... Sdílení neznamená přijetí... může probíhat i tehdy, když se sdělovačem nesouhlasíme.“ (Rieger, Vyhnálková, 1996, s. 90)

Na naší komunikaci s druhými lidmi je pozoruhodné, že ji vždy spolu-vytváříme a ovlivňujeme, přispíváme k ní a zároveň jsme její součástí. Bývá proto obtížné porozumět komunikační výměně, když se na ní ve stejnou chvíli podílíme.

Lidskou komunikaci lze rozebírat různě podle toho, zda:

- se řídíme terminologií kódování a dekódování (komunikovaná zpráva je viděna jako slovní nebo mimoslovní kód);
- se řídíme teorií o uskutečňování záměru a vytváření významů (zpráva je v mysli produktora nedílně spjata s významem a záměrem);
- bereme v úvahu proměňující se kontext, ve kterém se nachází adresát (bereme ohled na toho, s kým mluvíme);
- se díváme na komunikaci jako na dialog, resp. jako na cirkulující komunikační prostředí (paradigma intersubjektivit).

1.1.1 Tradiční definice

Autoři kalifornské paloaltské školy Watzlawick, Beavinová a Jackson (1969) charakterizovali lidskou komunikaci jako *„médium pozorovatelných manifestací lidských vztahů“*. Není vždy viditelná – v případě vnitřní, intrapsy-chické komunikace –, ale většinou ji můžeme zaregistrovat a analyzovat. Podle těchto autorů má každá komunikace svou syntax, sémantiku a prag-matickou stránku (v užším slova smyslu: psychologickou či *vztahovou*).²

V rámci **syntaxe** se zkoumají jevy jako kódování, komunikační kanály, ka-pacita komunikace, ruchy, redundance, statistické jazykové výskyty. Podsta-tou **sémantiky** jsou významy slov. Rozebírat sémantickou složku komunikace znamená všimnout si toho, jaký význam danému slovu připisuje mluvčí nebo pi-satel a jaký příjemce, zda oba shodně rozumějí symbolům, metaforám apod.

Úkolem **pragmatiky** je analýza vztahu mezi produktorem a příjemcem v konkrétním kontextu, porozumění záměru a rozbor takových fenoménů, jakými jsou ovlivňování, přesvědčování, potvrzování, přijímání a odmítání ko-munikovaného sebepojetí druhého atd. Pro Watzlawicka, Beavinovou a Jack-sona komunikace téměř splývá s pojmem chování. Komunikací není „jenom řeč, nýbrž veškeré chování, a každá komunikace – včetně komunikačních aspektů jakéhokoli kontextu – ovlivňuje chování“ (1999, s. 18).

² Toto dělení inspiroval kybernetik N. Wiener, který vyčlenil tři aspekty jazyka, resp. komuni-kování: a) aspekt fonetický, b) sémantický a c) úroveň jazykového chování.

Některé definice lidského komunikování jsou zúžené a zaměřují se buď na předávání informací (technicistní přístup, zdůraznění syntaxe), nebo na vzájemný kontakt (široce humanistická pojetí, přecenění „pragmatiky“). Pro psychologickou analýzu komunikačních aktů je málo vhodná i hojně tradovaná formulace politologa Harolda Lasswella z roku 1948. Podle ní je rozhodující: „*kdo říká co jakým kanálem ke komu s jakým účinkem*“ (viz např. Krech et al., 1970; Wahlstromová 1992 aj.). Je sice snadno zapamatovatelná, ale nezahrnuje všechny podstatné proměnné. Lasswellova definice sehrála významnou roli v sociologii, politologii, žurnalistice a sociální psychologii při analýzách **přesvědčování** a tlaku na změnu postojů. Je dobře využitelná k analýze politických a reklamních kampaní a k rozboru efektivity masmediálního vysílání. Tento model zdůrazňuje, jak mimořádně důležitá je osoba produktora, jeho prestiž, role, status, obliba, ale i věk, upravenost, sociální příslušnost, národnost, etnický původ atd. Stejně důležité je přesné vymezení adresáta, cílové skupiny, volba prostředků, těch či oněch masmedií apod. K Lasswellově modelu je užitečné přidat ještě *proč*, resp. *s jakým záměrem*.

„*Komunikace je sociální proces a sociální instituce*,“ napsal Moscovici (2000, s. 277). Neobvyklým pojmem „instituce“ upozorňuje na to, že kupříkladu celé vzdělávání (a tedy školu) můžeme vidět jako komunikaci; podobně reklamu (marketing), psychoterapii nebo třeba církev.

Stručnou definicí vyzdvihl jiný rozměr Tubbs (1991), podle něhož je lidská komunikace „*proces vytváření významu mezi dvěma nebo více lidmi*“.

Ze zcela odlišného úhlu pohledu – biologického a neurofyziologického – definovali komunikaci Maturana a Varela. Jejich pojetí ovlivnilo tzv. systematické myšlení v psychologii, poradenství a terapii.

„*Komunikací nazýváme koordinované chování, jež se spouští navzájem mezi členy sociální jednotky. V tomto smyslu rozumíme komunikací zvláštní druh chování, propojeného s nervovým systémem, nebo i bez tohoto propojení, v rámci toho, jak organismy operují v sociálních systémech. A podobně jako u každého chování, kde můžeme rozlišovat mezi instinktivní nebo naučenou povahou sociálního chování, můžeme rozlišovat také fylogenetické a ontogenetické způsoby komunikace.*“ (Maturana, Varela, 1998, s. 193.)

V některých definicích komunikace jako procesu mezi dvěma lidmi se zdůrazňuje fakt *zkonstruované reprezentace v mysli příjemce, podobné té, kterou má na mysli produktor* (Krauss a Chiu, 1998). Jeden člověk má o něčem představu a snaží se ji předat tak, aby si velmi podobnou představu (např. o popisovaném třetím člověku) vytvořil příjemce. V tomto smyslu je každá komunikace **ovlivňováním** toho, s kým komunikujeme, a zároveň my jsme v každé komunikaci ovlivňováni tím, kdo komunikuje s námi.

S pojmem komunikace se zčásti překrývá pojem **interakce**. Je širší a zahrnuje například předávání dokumentů neznámému člověku či instituci „přes prostředníka“, provázanost

chování řidiče auta s chováním řidiče před sebou a za sebou či škálu jiných projevů *vztahování se*. V interakci s okolím je řidič, který se předvádí rychlým rozjezdem v luxusním a výkonném autě, ten, kdo projíždí městem se staženými okýnky a hlasitě puštěnou hudbou z autorádia apod. Za interakci označíme někdy letmý kontakt i duchovní vztahování se k něčemu (někomu) neexistujícímu. Často má na naše chování vliv osoba, s níž právě nekomunikujeme, ale jsme s ní v nějakém vztahu. Interakce má nejbližší k pojmu **vztah**. Na rozdíl od širokého pojmu interakce vymezujeme zde mezilidskou komunikaci jako „interakci pomocí symbolů“ (jazyka, gest, naznačující mimiky, sdělujícího pohledu apod.).

1.1.2 Předmět psychologie lidské komunikace

Co je předmětem této nové psychologické disciplíny? Psychologii lidské komunikace zajímá to, jak lidé vyjadřují (nebo také skrývají a maskují) své **záměry**, zajímají ji **funkce** komunikace a **motivace** k ní, **dorozumění** a **nedorozumění** v procesu komunikování a **účinky** na psychiku, projevy a vztahy účastníků. To, čeho si psycholog pozorně všímá, je **reciprocita** (oboustranné vysílání informací) a **cirkulární** podstata většiny komunikačních výměn. I v situacích, kde zdánlivě jeden pouze útočí, je agresivní, nadává – a druhá osoba, jak se zdá, je pouhou obětí (nechává si nadávání líbit, mlčí, nebrání se), ve skutečnosti cirkulují reciproční výměny. (Tím nemá být zpochybněna zodpovědnost verbálního agresora za útok, jen si všímáme téměř vždy reciprocity, neboť ta nás zpravidla dovede k úplnějšímu pochopení vztahu, než kdybychom sledovali jen lineární proud od jednoho člověka k druhému.)

Důležité je odlišovat **synchronní** (ve stejnou chvíli komunikují dvě a více osob) a **asynchronní** komunikování (nejprve jeden, v jinou chvíli reaguje druhý), registrovat přítomnost **emocí** a **kognitivních schémat** v komunikaci, rozpoznávat řečové **strategie** apod. Předmětem oboru je jak intrapsychické komunikování v mysli, a dokonce v podvědomí člověka, tak – a to především – komunikace zjevná, mezilidská. Terapeutická a napomáhající komunikace je jistě jiná než manipulativní komunikace reklamy. Intimní výměny beze slov (hlazení, chování dítěte) jsou jiné než písemné vyjádření odeslané e-mailem.

Protože veškeré komunikování se uskutečňuje v jistém čase, prostoru a za určitých okolností, klíčové postavení zaujímá zkoumání komunikačního **kontextu**. Ten je dvojitý. Vnitřní, psychický – a vnější, fyzikální a sociální. V psychickém kontextu každého komunikujícího jsou přítomny představy a myšlenkové kategorie, které svébytně ovlivňují jeho chápání a používání komunikačních nástrojů, *organizují jeho vnitřní svět*. Vnitřní kontext si jednak uvědomujeme, ale patří do něj i obsahy, které si neuvědomujeme. Naše mysl si není pokaždé schopna uvědomit ustálené a osvojené vzorce vyjadřování, některé zkušenosti, předsudky. K vnějšímu kontextu patří nejen aktuální kontext vztahů a vazeb na druhé osoby – přítomné i nepřítomné, ale i kontext

kulturní, zvykový, jazykový repertoár, z něhož jsme kompetentní vybírat prostředky, prostředí, v němž se komunikuje, včetně takových proměnných, jako je například počasí.

Do oblasti záměrů spadají otázky motivace, přípravy sdělení, jeho promyšlení, skryté a zjevné úmysly (produktor může být zaměřen na to, aby v příjemci navodil pohodu, nebo naopak strach) nebo přesvědčování a manipulace.

Předmětem psychologie lidské komunikace jsou i nedorozumění a **poruchy**. Dochází k nim velmi často. Mnohdy pochopíme vyslané sdělení jinak, než bylo zamýšleno. K řadě zpráv si *automaticky* přiřazujeme charakteristiky či významy na základě *svých* zkušeností nebo očekávání. Zpravidla upřednostňujeme přiřazování obvyklé (je rychlejší a nabízí se samo). Záleží však i na našem momentálním rozpoložení: někdy přemýšlíme, jindy jsme netrpěliví, někdy jsme unavení a jindy bdělí a ve střehu, někdy podezřívají a jindy nás podezřívají druhou osobu vůbec nenapadne. Celou reciproční komunikační výměnu komplikuje i očekávání produktora (a produktorem jsou ve dvojici oba), že adresát *automaticky* pochopí sdělení *tak, jak já ho myslím*. Rovněž jako příjemci jsme si někdy *mimovolně* jisti: my víme, jak to (on, ona) myslí a co tím chce říct; „to je přece jasné“. Nic není v komunikaci dvou a více lidí zcela a úplně jasné. Často se mýlíme. Vyjasňování nedorozumění je součástí našeho každodenního života; někdy hovoříme o **vyjednávání významů**.

Shrňme si předmět této disciplíny zkusmo co nejuplnějším vystižením:

Psychologie lidské komunikace rozebírá uskutečňování nejrůznějších sdělení druhému člověku, včetně těch, která jsou určena velkým skupinám lidí (např. billboardy); zkoumá jak úmyslné, tak neúmyslné komunikování – a to vždy v určitém kontextu psychickém, sociálním, fyzikálním. Rozebírá vznik, motivaci a zakódování zpráv a schopnost příjemce zprávu rozšifrovat a porozumět jí. Rozebírá způsoby přenosu zpráv, včetně proměnných, které dokážou pozměnit (změnit, poškodit) přenos sdělení. Zabývá se chováním a prožíváním osob sdělujících, ale i sdílejících. Zabývá se tím, jaký dopad má sdělení na všechny účastníky komunikační situace: účastníci chtějí buď v komunikaci pokračovat, nebo ji ukončit, chtějí rivalizovat, přít se, argumentovat, obhajovat své pojetí, nebo jsou (u)spokojeni, uklidněni, rozptýleni, pobaveni... Účinky sdělení mohou být nejrůznější. Komunikací lze chytře odvést pozornost, navodit stav potřeby i léčit. Sdělením je přitom nejenom sdělení slovní, ale i neslovní (gesto, pohled, pousmání, dotek). Psychologie lidské komunikace si všímá i toho, jak jsme sami nejenom produkty, ale i produkty komunikování: komunikace pozměňuje naše myšlení, postoje a emoce. Jazyk, který využíváme k vyjádření, není jen odrazem reality s účelem skutečnost popsat. Je i prostředkem, kterým tuto realitu měníme – v myslích komunikujících. Volba konkrétního popisu je velmi mocný prostředek utváření vztahů: vztahů mezi lidmi i vztahů člověka k událostem a ke světu.

1.1.3 Pochybnosti o definicích

Vyčerpávající výčtová definice mezilidského komunikování, jež by zahrнула všechny aspekty (kognitivní, filozofické, sociální, lingvistické, kulturní; všechny potenciální proměnné a možné roviny významu a dopadu), není možná. Komunikace je vždy *ad hoc*: odehrává se v danou chvíli. Psychologie nemůže nabízet všezahrnující formy pro její rozřídění, jež by se daly univerzálně používat.

Podle Kunczika (1995) je komunikace „*jednáním, jehož cílem z hlediska komunikátora je přenos sdělení jedné či více osobám prostřednictvím symbolů*“. Svou definici však autor sám vzápětí zpochybňuje. Uvádí situaci tzv. emise neboli hromadění sdělení pro momentálně nepřítomného adresáta.

Komunikuji s druhým člověkem i tehdy, když pro něj nahrávám do diktafonu své postřehy, a vůbec nevím, zda mu budu moci zvukovou kazetu předat (nevím, zda se s ním ještě někdy setkám, zda vůbec žije apod.)? Když jen hromadím, vytvářím tzv. komunikační emisi. Kunczik říká, že i takováto „*emise je komunikací, pokud je z hlediska komunikátora určeno sdělení pro někoho jiného*“. (Z perspektivy produktora neexistuje ne-informativní emise symbolů ani v případě, kdy předpokládaný příjemce není schopen sdělení dekódovat.)

Dá se však skutečně říci o osobě A, která odeslala e-mail osobě B, která tento dopis nikdy neotevřela (nenašla, neví o něm, omylem ho smazala), že osoba A komunikovala s B? A dá-li se to ještě prohlásit o A (neboť pravděpodobně uznáme, že A *intrapyschicky* komunikovala s B), lze říci i o osobě B, že byla účastníkem *interpersonální* komunikace s A? Mohla být: ovšem jen ve svých myšlenkách a představách. Kladla si například otázky, případně si formulovala vlastní vysvětlení, proč jí A nepíše. V případě navázaného mezilidského vztahu *komunikujeme s druhým člověkem i v jeho nepřítomnosti, když mezi námi žádný fyzikální kanál neexistuje*. Komunikujeme se svou představou o něm.

Vytkli jsme princip sledované recipacity. Samozřejmě neplatí absolutně vždy. V psychologické literatuře o komunikaci se uvádí případ „ztraceného dopisu“. Člověk A napsal známému (B) a B mu odpověděl. Dopis od B se však ztratil a A ho nedostal. A si pomyslí, že mu B neodpověděl. Ale i B čeká na odpověď (neví, že se jeho dopis ztratil). Po čase si také B pomyslí, že mu A na jeho odpověď neodpovídá. A může z této přerušené komunikace vyvodit kupř. to, že nestojí B za to, aby mu odpovídal. B zase, že osobě A se asi jeho odpověď nelíbila. Oba čile „komunikují“ ve své intrapsychické komunikaci – řídí se představou o druhém, vycházejíce z hypotézy o tom, čeho se druhý dopustil – a sami se mýlí. Náhodné přerušování komunikačního okruhu může vyvolat nepředvídatelný řetězec následků v chování obou (srov. Watzlawick, Beavinová, Jackson 1999, s. 82). Trvala komunikace mezi nimi týdny (měsíce), nebo pouze onen jediný den, kdy každý z nich napsal a odeslal svůj dopis? Řada po-

dobných situací, snadno představitelných, činí z pokusů komplexně definovat komunikaci snahu nikdy neukončitelnou a snad i pochybnou. Život vždy bude, naštěstí, mnohem rozmanitější než jeho redukce do sebeúplnější teorie.

1.2 Účel lidského komunikování a motivace k němu

Komunikace má zpravidla svůj *účel, smysl*. Můžeme také hovořit o *funkci*, kterou chce splnit nebo kterou bezděčně plní. Každá komunikační výměna plní zpravidla jednu či více funkcí (synchronně nebo asynchronně tím, že od jednoho účelu se přejde ke druhému). Účelem (funkcí) a rovněž dopadem na příjemce dostává komunikace smysl. Chtěl jsem někoho pobavit a on se nyní směje? Chtěl jsem někomu poradit a on teď nad mou radou uvažuje?

1.2.1 Funkce komunikování

Mezi pět hlavních funkcí našeho komunikování bezpochyby patří:

- *Informovat* – předat zprávu, doplnit jinou, „dát ve známost“, oznámit, prohlásit ... (informativní funkce).
- *Instruovat* – navést, zasvětit, naučit, dát recept ... (instruktážní funkce).
- *Přesvědčit*, aby adresát (po)změnil názor: získat někoho na svou stranu, zmanipulovat, ovlivnit ... (persuazivní funkce).
- *Vyjednat, domluvit (se)* – řešit a vyřešit, dospět k dohodě (funkce vyjednávací nebo operativní).
- *Pobavit* – rozveselit druhého, rozveselit sebe, rozptýlit ... (funkce zábavní).

Pouze informativních, oznamovacích a popisných komunikačních výměn není v běžných situacích mnoho. Často jde o skryté instruování, nebo – ještě častěji – o přesvědčování i tam, kde je promluva nabízena jako pouhé informování. To bývá případ tzv. neobjektivního zpravodajství televizních stanic nebo tiskových agentur a redakcí, kdy informaci doprovází – většinou nezjevná, a často dokonce popíraná – manipulace, resp. instrukce. Manipulující produktor *implicitně* dodává, jak má příjemce zprávě rozumět, co si z ní má vzít, co z ní vyvodit, co si nad ní myslet apod.

Podstatu instrukce vystihuje charakteristika, že jde o „informaci plus ...“. Instrukce je pokyn s perspektivou nebo často „fakt plus jeho interpretace“ (Wahlstromová, 1992). Krajními případy instruování jsou příkazy. Tondl (1996) stavěl monologické direktivní příkazy, o nichž se již nemá diskutovat (své oprávnění mají např. v armádě) do protikladu se zcela otevřeným dialogem, ve kterém se naopak vyzývá k odezvě, odpovědi, diskutování.

Psychologická dovednost a taktika komunikujícího se soustředí na funkce 2 až 4. Někdy také na to, aby příjemce chápal navázanou výměnu jako pouhé informování (aby nepojal podezření, že ho chce iniciátor ovlivňovat). Přitom ovlivnit lze samozřejmě už jen důsledným a vytrvalým naplňováním funkce informativní (pouhé opakování je nejjednodušším prostředkem reklamy i demagogie). Nezdařené naplnění funkce instruktážní vede k reflexím typu: „To ale nedává smysl.“, „O co mu jde?“ apod.

Funkce komunikování, jak je tradičně chápala (psycho)lingvistika, vyjmenovává Hoffmanová (1997): od K. Bühlera (1934) se tradují tři funkce: *expresivní*, *apelativní* a *referenční* (*deskriptivní*). Pražská škola (Mukařovský) doplnila triádu o funkci *estetickou* či poetickou (zaměřením na znak sám), R. Jacobson (1960) pak přidal další dvě funkce: zaměřením na kód (funkce *metajazyková*) a zaměřením na kontakt (funkce *fatická*). O převažujícím *fatickém účelu* komunikace hovoříme tam, kde komunikujícímu jde pouze o to, aby navázal kontakt, užíval si blízkosti či sdělil takové vztahové elementy, jako jsou vělost, nebo naopak nezájem. Snadno si umíme představit uskutečňování této *kontaktní*, na blízkost zaměřené komunikace prostředky neverbálními, tzv. řečí těla.

Někteří komunikující se více zaměřují na formu než na obsah („předvádějí se“, v jejich vystupování je zřejmá manýra, důraz na zdvořilost či spisovnost apod.). Účelem jejich komunikace může být *exhibice*, *upoutání pozornosti* ke své osobě. Vytkněme poslední dvě funkce jako samostatné a můžeme doplnit seznam o dvě další důležité funkce:

- *Kontaktovat se* – užít si blízkosti, zastavení s někým, prožít si sebestpotvrzení, pocit, že pro někoho má cenu se mnou mluvit (fatická nebo kontaktní funkce).
- *Předvést se* – prezentovat se, vyvolat dojem, někdy zalíbit se, jindy zastrašit; exhibovat (sebe-prezentační funkce).

O funkcích neverbálního komunikování viz rovněž 3.2.7. Informovat, pobavit (se), předvést se, upoutat pozornost (mimo jiné i esteticky) – to vše mohou plnit, i když ani zdaleka ne vždy, například graffiti na zdech domů či jiné stopy – estetické a expresivní autogramy. V době e-mailové korespondence nejsou již tak časté tradiční dopisy posílané v papírových obálkách, ale i ty někdy sloužily k uskutečnění několika funkcí komunikace najednou (obr. 1.1).

1.2.2 Motivace ke komunikaci

O motivaci je možné uvažovat jako o **latentní, skryté funkci**. Pro odlišení od výše zmíněných sedmi hlavních účelů lidského komunikování (a širše vzato chování) budeme o motivaci hovořit všude, kde máme na mysli dynamizující odhodlání, často skryté.