

Výtah z knihy Psychologie lidské komunikace (umístěný na dokumentovém serveru Masarykovy univerzity, Fakulty sociálních studií) od doc. Zbyňka Vybírala (3 soubory) se opírá o původní autorské znění rukopisu a může se v některých místech lišit od knižní podoby. Text však v zásadě přináší tytéž informace.

15. Speciální pojmy

15.1 Oblast komunikačního manévrování

15.1.1 Komunikační manévr

Pojem zavedla kalifornská škola komunikační psychologie (Watzlawick 1964, 1969). V hovorové řeči užíváme někdy označení “manévrovat”, které konotuje obratnost, umění se něčemu nepohodlnému vyhnout, “kličkovat” nebo chystat se k útoku (např. manévrovat při obtížném vyjednávání). Žádný z těchto významů není příliš vzdálen tomu, co chce vyjádřit odborné používání termínu. Některé manévry přímo vytvářejí narušenou komunikaci či komunikaci zmlženou nebo zmatečnou. Patří mezi ně dvojsmyslnosti, nedokončování vět, odmlčení se (uchýlení se k “*nemluvení*” jako k formě trestu), naznačování (narážky), někdy i užití rčení, metafory, klišé (takto lze “vyklouznout” či skrýt se za obecnou “pravdu” nebo za poetické vyjádření), zevšeobecnění atd. Ten, kdo umí v rozmlouvání manévrovat, bývá uhýbavý, raději by nekomunikoval nebo chce mít poslední slovo, zastírá, co si opravdu myslí apod.

Manévrování může mít v extrémní podobě charakter tzv. *crazy making* – to když chce komunikátor úmyslně udržovat druhého člověka ve zmatku a navodit v něm pocit, že se “snad zbláznil”, nebo že “vůbec ničemu nerozumí”. Z manévrování se stává *znevažování* komunikace nebo – což je ještě horší – *znevažování* druhého partnera jakožto bytosti. V manévrování je také možné vidět *dovednost*, a to při vyjednávání.

15.1.2 Diskvalifikování

Termín, který používal argentinský psycholog C.E. Sluzki (1966), doslova zní “mezilidské diskvalifikování” (*transacciones descalificadoras*) a představuje vyhocenější stupeň znevažování. Komunikační partner nás shazuje (s oblibou před druhými lidmi), používá k tomu např. ironie, dvojsmyslných narážek, vyzrazení. Diskvalifikující jedinec se snaží na úkor diskvalifikovaného předvést v lepším světle – jevit se chytřejší, vtipnější, pohotovější, obeznámenější, úspěšnější. Za zhoubné komunikační výměny považujeme takové, v nichž se diskvalifikovaný cítí zmaten, a neví, zda ho druhý bere nebo nebere vážně, zda s ním souhlasí nebo ho zavrhuje. Vycítí-li diskvalifikátor takovou nejistotu, s oblibou jí využívá a udržuje ji. Formami diskvalifikování partnera se zabývají pároví a komunikační psychoterapeuti. Segraves (1989) zmiňuje tzv. “nepřímé shazování”. Při poradenském sezení začne manžel za přítomnosti manželky (která se trápí nadváhou) hovořit o tom, jak přitažlivá a štíhlá je partnerka jeho přítele. Manželka se urazí, a protože ví, že manžel si není jist svou pomocí, utrousí na oplátku, že onen přítel svou partnerku dokáže uspokojit i čtyřikrát v týdnu. Ani jeden z nich nepromluvil nic proti druhému, přesto oba druhého nepřímo a velmi citelně

“shodili”, zasáhli ho v nejzranitelnějším místě a diskvalifikovali v očích třetí osoby. Autor říká, že tam, kde se o reálných problémech nehovoří přímo, nelze je ani řešit.

Watzlawick (1988, 1999 a jinde) rozlišuje několik druhů diskvalifikace partnera v očích třetí osoby (na návštěvě, při společném sezení s terapeutem). Hlavní způsoby jsou:

- a) diskvalifikace mlčením (i když jsem vyzván, nic k tomu, co partner právě řekl, neřeknu; neřeknu ani, zda souhlasím nebo nesouhlasím, jen se *nějak tvářím*, čímž diskvalifikuji právě řečené, event. naznačuji: “to nemá smysl vůbec komentovat”, “až někdy jindy vám to vysvětlím”, “až budeme sami, uvedu vše na pravou míru” apod.);
- b) diskvalifikace vyhnutím se (přejudu, co partner právě řekl, jako kdyby neřekl *vůbec nic* – a začnu sám o něčem jiném);
- c) diskvalifikace nepřímá (na jeho výzvu, otázku apod. se obrátím na někoho jiného);
- d) zevšeobecnění (typ vět: “Ale vždyť tak je to *pokaždé*” – rozumí se “Neříkáš nic nového”);
- e) tangencializace – převedení tématu k něčemu okrajovému, ignoruji hlavní intenci.

15.1.3 Sugerování

Sugerování je takové předávání názorů, podsouvání postojů či indukování citů, při kterém sugerujícím jde o to, aby příjemce nakonec “sám od sebe” myslel, stavěl se ke druhým a cítil se, aniž by si uvědomoval, že byl někým ovlivněn, nebo zmanipulován. Sugestor se prosazuje mnoha nepřímými způsoby (např. navozením stavu otupěné pozornosti, vyvoláním masového nadšení apod.), nebo také přímo: “vahou autority” (např. při výchově) či citově nátlakovým způsobem, zahaleným do demagogického slovního i mimoslovního manipulování. Adresát podléhá sugerování většinou tehdy, když je zvyklý “na slovo poslouchat” (byl tak vychován ve velmi autoritativním klimatu), nebo když nemá sám dostatek údajů ke smyslovému nebo rozumovému ověření sdělovaného. Důležitá je jeho míra “sugestibility” – náchylnosti k celostnímu přijetí a uvěření. Sugestibilitu zvyšuje stav regrese, kdy sugerující “dostane” adresáta do vývojově raného stádia, do “dětského ego-stavu”, v němž se jeho příjemce nechá snáze ovlivnit. Jako každá osobnostní vlastnost podléhá i sugestibilita změnám. Mohou ji zesilovat okolnosti jako únava, nebo zeslabovat kupř. kritická ostražitost.

V monografii o S. Freudovi vymezil Černoušek (1998) podstatu sugesce (s odvoláním na Freuda) takto: “...jedinec sugerovaný názor přijme, jako by byl jeho vlastní. Pod vlivem sugesce člověk prostě jedná tak, že je přesvědčen o tom, že se jedná o jeho vlastní, autentické, svobodné rozhodnutí. Taková bytost pochopitelně nepočítá s vlivem nevědomí a už vůbec ve střízlivém stavu nepřipustí, že by byla nějak ovlivňována, aniž by o tom věděla...”

Samotný pojem *sugesce* vyjadřuje “nekritické přijetí myšlenky, přičemž myšlenka může být sdělena verbálně..., extraverbálně (implikovanými významy slov), nebo nonverbálně”

(Svoboda 1997). Sugestivně působit mohou kromě slov i mimika, upřený pohled či gestické náznaky. Autosugestivně pak ještě navíc působí vlastní “vyvozování” a imaginování v myslí sugerenda. Sugestivní implikace rozšiřované masmédiem (sugerování je zpravidla klíčovým podtónem reklamy) mohou mít mocný dopad na příjemce. Stačí málo: např. “dokreslující” záběr či hudba, způsob řazení záběrů apod.

Balcar (1989) zmiňuje mezi základními faktory sugerování *věrohodnost* sugestorovu v očích příjemce a příjemcovu *sugestibilitu*.

§ “Obecně lidská a snad vůbec živočišná schopnost působit na druhé sugescí a nechat se jí vést se uplatňuje nestejnou měrou podle okolností. K těm patří(...) především věrohodnost sugestora v očích toho, kdo sugesci přijímá. Ta záleží na společenské prestiži (např. odborníka proti laikovi), na společenské roli z hlediska společenského pověření vést a ovlivňovat druhé (např. terapeuta, učitele, vůdce skupiny), na vztahu respektu a důvěry, jaký se v bezprostředním styku mezi nimi právě vytvoří. Kromě věrohodnosti zdroje sugesce závisí její účinek na osobnosti sugerenda (příjemce sugesce). Z hlediska struktury osobnosti jsou někteří lidé ovlivnění sugescí trvale přístupnější (jsou “sugestibilnější”) než jiní(...)

Sugesci převzatý “obraz”, myšlenka či představa o nějaké vnější skutečnosti nebo o sobě samém (o své povaze, o svých přáních, o svém chování, o svém těle a dění v něm) je tímto pochodem nadána zvláštní silou... ať už k prospěchu nebo škodě.”

Z úryvku je zřejmé, že nám druhý člověk za určitých okolností může vsugerovat například i to, co si pak dlouhou dobu myslíme sami o sobě. §§

Využití slovní komunikace a také neverbálního vystupování a aktivního působení, např. dotykem, k léčebnému sugerování při hypnoterapii představuje velmi citlivou interpersonální dovednost. Sugerujícímu lékaři či psychologovi jde o to, aby se proces sugesce transformoval do autosugestivního, samoléčebného působení pacienta.

§ Zvláštností, jež patří neoddělitelně k hypnóze a jejímu dlouhotrvajícímu léčebnému působení, je pacientovo samostatné vyvolávání tzv. posthypnotických sugescí. Jedinci se např. dostalo při hypnóze instrukce, že kdykoliv to bude potřebovat, sevře ruku v pěst (nebo uskuteční jiný postup) a navodí si podobně uvolněný stav, jaký prožil při hypnotickém sezení. Je dokázáno, že autosugestivní a autostimulační intrapsychická komunikace je účinná. Svůj počátek však má v naindukovaném instruování ze strany autority a závisí na míře sugestibility, důvěry resp. víry, poslušnosti, naděje atd. Produktor komunikace, je-li autoritou, může přitom ještě účinek svých slov zvýšit, např. tím, že předvede pacientovi to, co po něm sám chce (např. sám relaxuje, když učí pacienta relaxaci; sám nekouří, když ho vede k odvykání závislosti na droze). Účinek slovního přesvědčování dokáže umocnit také pozoruhodný faktor, a sice: když sám instruující věří v úspěšný výsledek léčby, věří tomu, co sám říká. Tuto víru a naději z něho pacient “vycítí” a léčba je úspěšnější, než když lékař o její úspěšnosti není přesvědčen (srov. Yalom, 1999). §§

O terapeutickém sugerování např.: Svoboda (1997), Leuner (1997), Kratochvíl (1990, 1997) a jinde.

15.1.5 Mystifikace

Pojem *mystifikace* zavedl do psychologie a psychopatologie anglický psychiatr Laing (1965). Mystifikátor je obměnou diskvalifikátora. Mystifikátor říká: To, co vidíte (slyšíte, cítíte nebo často: to, co si myslíte), není pravda. Nyní vám řeknu, co je pravda (co máte slyšet, co si máte myslet). Mystifikace jsou vždy manipulacemi, mohou mít podobu provokování. Osoba A nás mystifikuje tím, že má o nás zájem, zatímco jí jde o to, aby si s námi kupř. pohrála jako kočka s myši, “vychutnala si” naše rozpaky, zmatek, do něhož nás uvrhne apod. (Další varianty rozpracoval např. Searles.)

15.1.6 Paradoxní komunikace a dvojná vazba

Termín “dvojná vazba” (*double bind*) použil poprvé ve veřejném vystoupení Gregory Bateson, a to v referátu “Toward a Theory of Schizophrenia”. Nějaký čas byl termín “dvojná vazba” a komunikace paradoxů spojován jen s diagnostikou patologické komunikace v tzv. schizofrenogenních rodinách, především u schizofrenogenních matek (“schizofrenogenní” znamená: plodící ve svých důsledcích schizofrenii).

“Dvojná vazba” označuje takový komunikační produkt, který je vyslán souběžně ve dvou úrovních, nejčastěji jak ve verbální, tak neverbální rovině, přičemž v obou úrovních komunikace je sdělováno něco, co je spolu v paradoxním vztahu a logicky vzato se vylučuje. Tak např. matka, nepříjemně zaskočená tím, čeho se dopustilo její dítě na návštěvě, pronese před lidmi: “To nic, na to jsme my zvyklí, vid', zlatíčko,” přitom však pohledem dítě trestá, nebo mu štipnutím do ruky slibuje, že ho za to nemine trest, protože jí právě udělalo ostudu. Anebo intonací (cedí slova mezi zuby) naznačí, že si to dítě doma odskáče.

O dvojně vazbě hovoříme při splnění tří podmínek:

- a) mezi komunikujícími existuje komplementární vztah (matka-dítě),
- b) jedno sdělení popírá (neguje) druhé, souběžně vyslané sdělení,

c) situace je beznadějná v tom smyslu, že se matení adresáta nedá v dané situaci vyjasnit a ze vztahu není úniku (dítě se nemůže vzdálit).

Metodou “dvojná vazba” může nadřízený udržovat v nejistotě podřízeného. Je to taktika zhoubná pro psychické zdraví příjemce, jestliže je jí vystavován příliš často. Nezapomeňme, že byla objevena při usilovném pátrání po příčinách schizofrenií. Je-li “dvojnou vazbou” jedinec zahrnován každodenně, je-li často vystavován situacím, v nichž si vlastně nelze vybrat, ale přitom se musí přizpůsobit, adaptuje se na tyto abnormální podmínky “rozdvojením”, nebo takzvaným “odštěpením” části své osobnosti (únikem do imaginárního světa, ke zmatečné komunikaci, k nelogickým konstrukcím).