

Tyto názory nejsou ojedinělé ani v současné době. Můžeme je zaznamenat v různých obměnách. Použití verbálního jazyka v reklamě se zřiká firma Benetton (Toscani, 1996, podrobněji viz příspěvek Moniky Javorské). Velmi negativně posuzuje jazyk jako komunikační prostředek filosof Václav Bělohradský, který na konferenci Moc a média prohlásil, že „lidé definitivně přišli o iluze, že slova jsou kryta skutečností, podobně jako peníze zlatem...zjistili jsme, že za slovy není nic, žádná pravda, prostě nic“ (MF Dnes, 11. 11. 1995, s. 18).

Podobný postoj k jazyku jako prostředku komunikace byl prezentován na interdisciplinární konferenci pod názvem *Obečná porada - Komunikace mezi lidmi, státy a národy*, kterou pořádala v říjnu 1996 v Praze nadace Pangea. Na konferenci proběhla diskuse o efektivnosti komunikace při řešení ekonomických problémů, o překonávání komunikačních bariér etnického, náboženského, generačního charakteru, cvičilo se praktické použití her pro překonávání různých problémů komunikačního charakteru apod.

Příznačná pro tuto konferenci byla skutečnost, že se ji aktivně nezúčastnil žádný lingvista (možná i proto se původně ohlášený Noam Chomsky nakonec nedostavil). Komunikace pak zde byla interpretována interakcionalisticky jako prostředek harmonizování osobnosti, vytváření vztahů k jiným lidem. Prosadil se tedy imanentistický psychologizující a sociologizující přístup k chápání podstaty komunikace, ve kterých verbální jazyk nemusí hrát prvořadou úlohu. Chápání jazykových prostředků k dosažení efektů ležících mimo oblast komunikace (vyjádřené např. v kategoriích komunikační strategie a taktika) je nezajímavé, nepodstatné, druhořadé.

Pokusme se posoudit uvedené názory podrobněji a určíme motivace těchto názorů:

1. Na úvod je možné prohlásit, že uvedená prohlášení nejsou nová. V různých vědních oborech se již dříve tento problém posuzoval při zkoumání zastupitelnosti jazyka např. pro ty, kdo jazyk používat nemohou, nebo tuto schopnost ztratili v důsledku nemoci či úrazu, při posuzování forem reprezentace textu u neslyšících apod.

Dostí podrobně se úlohou jazyka a dalších systémů v komunikaci zabýval Roman Jakobson, který upozorňoval, že v komunikaci z hlediska systémů v ní používaných můžeme vyčlenit 3 soustředné kruhy znakových soustav, a to 1. systém jazyka, 2. jiné systémy sémiotické, tj. jazyk a další soustavy signálů, indexů a symbolů a 3. soustavy znaků ekonomických, sociologických, např. peníze jako znak. Jednotlivé znakové soustavy pak zkoumá lingvistika, sémiotika, ekonomie a sociologie. Jazyk je soustavou základní, nikoli vždy nejdůležitější (Jakobson, 1985, s. 320).

A do třetice můžeme uvést práce D. Hymese, který využívá americké tradice antropologie k tomu, aby viděl komunikaci jako součást společenského chování, v němž jazyk nemusí hrát hlavní roli (viz Hymes, 1968).

Argumentů o hlavní, či vedlejší úloze jazyka v komunikaci bychom mohli nalézt velmi mnoho, mohli bychom se např. ptát, proč je jazyk dosud používán, když je tak nedokonalý. Je-li totiž dosud aktivním prostředkem, pak musí být komunikace v něm úspěšná. A otázka po úspěšnosti, efektivitě prostředků v komunikaci používaných je podle nás základní. Dovedeme si jistě představit nejazykové formy komunikace, z nichž některé jsou dovedeny ke značné dokonalosti, např. balet, ne vždy si však uvědomíme, že všechny mají k jazyku blízko svou znakovostí, neboli specifickým vztahem mezi tím, co označují a jak to označují (vyjadřují).

2. Dalším důvodem, proč je jazyk posuzován jako méně dokonalý prostředek komunikace je *banalizace jazyka* (v terminologii již zmíněného Bělohradského), tj. sdělování od dialogu – od stanoviska adresáta sdělení a od konkrétné komunikační situace. Prioritní se stává planetarizace, zviditelnění našeho sdělení, nikoliv řešení komunikační úlohy, sledování nějakého konkrétního komunikačního cíle. Největších změn doznává banalizací tzv. masová komunikace (politická, reklamní), kde převládá výroba hesel, sloganů, manuálů, příruček a propagace i obrana takto vytvořených komunikačních produktů, což má často přednost před věcnou argumentací a interakcí komunikačních partnerů.

Jedním z projevů banalizace je přílišná uniformizace, standardizace jazyka. Takto banalizovaný, standardizovaný jazyk neslouží ke sdělování osobně viděné skutečnosti, ale opakuje někým obsahově i formálně uspořádané řečové vzorce. Přestože v užívání jazyka jako dorozumivacího prostředku je stereotyp, je toto chápáno jako podstatné omezování osobnostního přístupu v komunikaci. Banalizace tedy narušuje znakovost jazyka tím, že obsahově i formálně upřednostňuje v komunikaci jednu stránku znakovosti, stereotyp a náhodnost vztahu mezi označovaným a označujícím. To má zdůraznit snahu po všeobecném porozumění (např. v reklamě), ale vede zároveň k oslabení interpersonální interakce komunikantů vytlačováním osobnostního akcentu v komunikaci – tím se zdá, že jazyk ztrácí smysl.

3. Za jiné narušení kooperace znakových soustav v komunikaci bývá pokládán nerovnoměrný vztah mezi jazykovými a obrazovými znaky (lidé se např. víc dívají na televizi, méně čtou, tím vnímají všechno víc a lépe přes obraz, objevuje se mnoho piktogramů, jejichž cílem je překlenout různost jazyků při předávání všeobecných informací apod.). Na těchto procesech není podle našeho názoru pro jazyk nic alarmujícího, spíše je třeba zkoumat možnosti, které se takto vytvářejí pro kombinaci verbálního a neverbálního vyjádření, např. v multimediálních produktech počítačů.

4. Nedostatečná připravenost či ochota zaměřit zkoumání přirozeného jazyka a výsledků tohoto zkoumání aktuálním společenským potřebám. Katedra komunikace naší fakulty, například, má v rámci výzkumného grantu MŠMT *Výzkum podmínek malého a středního podnikání* za úkol hledat cesty a pros-