

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO  
PRAHA**

bakalářské kombinované studium  
2008 – 2011

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

Jméno a příjmení autora

Štěpánka Hlaváčková

Název práce

Techniky vystupování tiskového mluvčího

**Praha 2012**

**Vedoucí bakalářské práce:**

**MgA. Magdalena Gracerová-Chrzová**

**COMENIUS UNIVERSITY PRAGUE**

Bachelor Combined (Part time) Studies

2008 - 2011

**BACHELOR THESIS**

Name and surname

Štěpánka Hlaváčková

Title

Techniques presentation press agent

**Prague 2012**

**The Bachelor Thesis Work Supervisor:**

**MgA. Magdalena Gracerová-Chrzová**

### **Prohlášení**

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne .....

.....  
Štěpánka Hlaváčková

## **Poděkování**

Chtěla bych poděkovat touto cestou mé vedoucí práce MgA. Magdaleně Gracerové-Chrzové za odborné vedení a rady při zpracování bakalářské práce. Dále bych ráda poděkovala všem tiskovým mluvčím, kteří odpověděli na můj dotazník a na jiné dotazy k odborné praxi, jmenovitě především panu Mgr. Jakubovi Hofmanovi a panu Bc. Radku Tulisovi za jejich odborné rady z jejich praxe.

## **Anotace**

Bakalářská práce se zabývá technikami vystupování tiskových mluvčích. Rozebírá rétoriku, rétorické žánry, monologické žánry, publicistické žánry, hlas, řeč, jazyk, verbální i neverbální stránku projevu, média. Všechny tyto poznatky jsou rozebírány, aby objasnili profesi tiskového mluvčí a jeho techniky vystupování. Jedná se o teoretická východiska uplatněná v profesi hlasového profesionála.

## **Klíčové pojmy**

Funkční styly, gestika, hlas, jazyk, jazyková stylistika, kinezika, masová média, národní jazyk, nespisovný jazyk, neverbální komunikace, normy, pohledy, posturika, publicistické žánry, rétorika, řeč, řečnické žánry, řečová kultura, spisovný jazyk, tiskový mluvčí, verbální komunikace, vnější vzhled.

## **Annotation**

Bachelor thesis deals with technique of press agent it defines rhetorical genres monological, genres publicistic voice, speech language verbal and nonverbal expression aspect, media. All of these knowledge are defined in order to reflect the press agent profession as well as its techniques and performativity. It is all about theoretical recurrence applied in voice professional profession.

## **Key words**

Rhetoric, speech genres, publicistic genres, verbal communication, nonverbal communication, voice, speech, speech culture, language, literary language, nonliterary language, national language, language stylistic, standards, gesticulate, views, resemblance, press agent, mass media,

## OBSAH

ÚVOD .....	9
<b>TEORETICKÁ ČÁST .....</b>	<b>10</b>
<b>1. VYMEZENÍ POJMU RÉTORIKA .....</b>	<b>10</b>
1.1 Řečnické žánry .....	13
1.2 Přehled základních monologických řečnických útvarů.....	14
1.3 Publicistické žánry .....	18
<b>2. VERBÁLNÍ STRÁNKA PROJEVU .....</b>	<b>22</b>
2.1 Hlas .....	23
2.1.1 Hlasové ústrojí .....	23
2.1.2 Vlastnosti hlasu .....	23
2.1.3 Poruchy hlasu.....	24
2.1.4 Základy hlasové hygieny.....	25
2.2. Řeč .....	25
2.2.1 Vývoj řeči .....	27
2.2.2 Členění řeči .....	28
2.2.3 Řečová kultura .....	29
2.3 Jazyk .....	30
2.3.1 Jazyk mluvený a jazyk psaný .....	30
2.3.2 Národní jazyk.....	31
2.3.3 Spisovný jazyk .....	31
2.3.4 Nespisovné útvary jazyka.....	32
2.3.5 Polóútvary národního jazyka .....	33
2.4 Jazyková stylistika.....	34
2.4.1 Normy .....	34
2.4.2 Funkční styly.....	35
2.4.3 Výslovnostní styly .....	37
<b>3. NEVERBÁLNÍ STRÁNKA PROJEVU_ .....</b>	<b>38</b>
3.1 Zásady neverbální komunikace .....	39
3.2 Typy neverbálních signálů .....	40
3.3 Složky neverbální komunikace .....	41
<b>4. VYMEZENÍ PROFESE TISKOVÉHO MLUVČÍ .....</b>	<b>45</b>
4.1 Masová společnost.....	46
4.2 Média, jejich role a působení.....	47
4.3 Veřejné mínění a média .....	51
4.4 Metody a prostředky manipulace v médiích .....	51
<b>5. TISKOVÝ MLUVČÍ JAKO HLASOVÝ PROFESIONÁL .....</b>	<b>54</b>
5.1 Zvuková stránka lidské řeči .....	55
5.2 Výcvik mluvidel.....	58
5.3 Komunikace ve stresu .....	59
5.4 Metody zvládnání trémy .....	60
5.5 Zásady mluveného projevu .....	61
5.6 Požadavky na moderního novináře .....	62

5.7	Krizová řízení.....	63
5.8	Vnitřní komunikace .....	65
<b>6.</b>	<b>APLIKACE TEORETICKÝCH VÝCHODISEK V RÁMCI PRAXE V TISKOVÉM ODDĚLENÍ .....</b>	<b>67</b>
<b>7.</b>	<b>PRAKTICKÁ ČÁST.....</b>	<b>71</b>
7.1	Popis průzkumu.....	71
7.2	Cíl a hypotézy průzkumu .....	71
7.3	Charakteristika výzkumného vzorku .....	72
7.4	Metody sběru dat .....	73
7.5	Sběr a zpracování údajů .....	73
7.6	Interpretace údajů .....	78
7.7	Shrnutí a doporučení.....	79
<b>ZÁVĚR</b> .....		<b>81</b>
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....		85
SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ .....		87
SEZNAM PŘÍLOH.....		88



## ÚVOD

Tato bakalářská práce se věnuje profesi tiskového mluvčího a teoretických východisek nezbytných pro vykonávání tohoto povolání. Téma práce jsem si zvolila po vykonání praxe v tiskovém oddělení, kde jsem se dostala do blízkosti skutečných profesionálů.

Cílem práce je nasbírat odborné informace a zpracovat je tak, aby bylo možné pochopit profesi tiskového mluvčí. Pomocí práce se seznámím s hlavními pojmy souvisejícími s profesí tiskového mluvčí a jejich uplatnění v praxi. Podstatou je získat reálný obraz o práci mluvčího jako hlasového profesionála. Dozvědět se o této profesi co nejvíce z hlediska profesního vystupování.

Práce je převážně založená na informacích z odborné literatury či ze zkušeností samotných tiskových mluvčí. Aby práce mohla být založena na vlastních praktických zkušenostech, museli by studenti mít delší praxi a větší možnost získat stáže i v zahraničních tiskových odděleních.

Abychom získali reálnější obraz o profesi tiskového mluvčího, napomůže nám k tomu průzkum pomocí dotazníku. Respondenti budou pouze tiskoví mluvčí z různých organizací, aby byl vzorek respondentů rozptýlený a obraz byl co nepřesnější.

Bakalářská práce obsahuje výklad odborných pojmů týkajících se profese tiskového mluvčí podle odborné literatury i vlastních poznatků. Zaměřila jsem se na podstatné informace, bez kterých by nemohl tiskový mluvčí správně fungovat.

# 1. VYMEZENÍ POJMU RÉTORIKA

Rétorika je známý obor již z dob starověku, kdy byla rétorika považována za umění. Rétorika neboli řečnictví je nepostradatelnou součástí práce tiskového mluvčího. Tiskový mluvčí je považován za hlasového profesionála, proto není možné, aby ve svém povolání nevyházal z rétorických dovedností.

Tradiční rétorika vznikla jako nesdílňá součást antické filozofie přibližně v 5. století př.Kr.. Za první učitele rétoriky jsou považováni sofisté, kteří tuto činnost vytvářeli za honorář. S praxí i teorií řečnictví v Antice jsou spojeny jména slavných filozofů, básníků i politiků např. Sokrates, Platón, Aristoteles, Cicero. V prvním století po Kristu napsal římský učitel řečnictví Kvintilán dílo, které nazval Dvanáct knih o výchově řečníků, kde shrnul své zkušenosti s touto disciplínou. Teoretická východiska užívaná v antickém řečnictví se později uplatnila ve středověkém kazatelství.<sup>1</sup>

Pojem rétorika se dnes používá ve více významech a v různých kontextech, proto slovo rétorika můžeme spojovat s více označeními, např. jako nauku o řečnictví, řečnické umění i řečnickou praxi.<sup>2</sup>

Kraus rétoriku považuje: „*Za schopnost vyjadřovat se vzhledem k tématu a k čtenáři nebo posluchači přiměřeně, srozumitelně, působivě a kultivovaně.*“<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> MĚCHUROVÁ, A., Jak dobře mluvit a úspěšně jednat, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání II., 2008, ISBN 978-80-86723-32-7

<sup>2</sup> KRAUS, J., Rétorika a řečová kultura, Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, Vydání I., Praha 2004, ISBN 80-246-0898-7

<sup>3</sup> KRAUS, J., Rétorika a řečová kultura, Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, Vydání I., Praha 2004, str. 24, ISBN 80-246-0898-7

Význam slovního spojení moderní rétorika můžeme chápat jako teorii o účinné komunikaci, která klade důraz na to jak získat a přesvědčit publikum všemi možnými vhodnými prostředky. Jako přesvědčovací prostředky můžeme využít:

**Obsahové prostředky:** argumenty, logické vyvozování, optimální kompoziční postupy.

**Jazykové prostředky:** volba vhodných jednotek syntaktických a lexikálních.

Rétorika je dnes považována za široce pojaté odvětví, které je součástí výrazů lidské kultury, jehož úmyslem je vyzdvižení etických principů a morální vyspělost současného řečníka, který své rétorické vědění prosazuje.

V dnešní literatuře si můžeme, často všimnou používaného pojmu neorétorika.

Neorétorika (nová rétorika) se věnuje vyzvednutí názoru argumentace.<sup>4</sup>

Tiskový mluvčí se může ve své profesi setkat s různými lidmi i obory. Rétorika se dá dělit i na antropologickou, beletristickou, emancipační, epistolární, feministickou a forézní.

Tyto specifické druhy rétoriky se zabývají různými tématy, která jsou v současnosti probíraná jako feminismus, etnické problémy a ve výjimečných případech se může dostat do oblastí jako je právo, výstavba korespondence. Přímo v řečnické praxi může využít antropologické a beletristické literatury.

---

<sup>4</sup> ŽANTOVSKÁ, I., Rétorika – teorie a praxe, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2008, ISBN 978-80-86723-57-0

**Feministická rétorika** kritizuje převládající mužské vzorce v komunikačním chování i v jazyce. Obhajuje ženská práva na individuálním i společenském uplatnění, rovnocenné právům mužů.

**Emancipační rétorika:** tato disciplína je považována za úsilí některých reprezentantů různých etnik, národů a jazyků o samostatnost a „čistotu“ své existence. Zdrojem některých emancipačních i etnických tendencí se stává rychlý rozvoj společenských integračních procesů v rámci Evropy.

**Forenzní rétorika** je oblastí bádání této disciplín je právo a normativní tvrzení.

**Epistolární rétorika** se zabývá zachováním závazné lineární výstavby textu pro privátní, veřejnou-diplomatickou a administrativní korespondenci.

**Antropologická rétorika** do popředí zájmu této rétoriky se dostává komunikující bytost, která má kritický úsudek, paměť, cit pro imaginaci, řečovou i společenskou zakotvenost v určitém společenství.

Pro tuto disciplínu jsou důležité poznatky z antické rétoriky, jsou vhodné ke studiu jazykového stylu, jehož řád by měl spočívat v rovnováze mezi naučeným respektováním jazykových a stylových pravidel, jedinečností a talentem mluvčího.

**Beletristická rétorika** se časem proměnila v teorii a praxi náležitého stylu, který je díky sdělovanému tématu i k psychickým vlastnostem autora funkční.

Základním úkolem řečníka je, aby podle svého vkusu a nabytých znalostí dokázal v příjemci textu rozvinout intelektuální zážitky a emoce, které se svým tématem spojuje. Beletristická rétorika stanovuje řečnictví novou

úlohu – ukázat v jazykovém projevu morálku, pravdu a vkusně vytříbenou představu přirozené krásy a harmonie.<sup>5</sup>

## 1.1. Řečnické žánry

**Předmět rétoriky původně představovaly tyto tři žánry:**

*Řeči poradní* (vztahující se, k budoucnosti)

*Řeči soudní* (vztahující se, k minulosti)

*Řeči demonstrativní* (vztahující se, k přítomnosti)<sup>6</sup>

Řeči demonstrativní můžeme členit do více žánrových podskupin např.: řeč svatební, řeč nad mrtvým, řeč při oslavě narozenin, řeč propagační (má za úkol vyvolat sympatie pro někoho, nebo pro něco). Prvky demonstrativních projevů už dříve pronikly do jiných žánrů, hlavně do řečí politických.

Tato snaha upoutat pozornost je příznačná pro současnou rétoriku, různá publicistická, politická i vědecká témata se předvádí jako poutavé příběhy nebo propagační a reklamní výzvy. Odtud pochází pronikání anglické přípony -tainment, z entertainment, zábava, do slov typu infotainment-informace podaná poutavý a zábavným způsobem politainment, edutainment.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> KRAUS, J., Rétorika a řečová kultura, Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, Vydání I., Praha 2004, ISBN 80-246-0898-7

<sup>6</sup> ŽANTOVSKÁ, I., Rétorika – teorie a praxe, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2008, ISBN 978-80-86723-57-0

<sup>7</sup> KRAUS, J., Rétorika a řečová kultura, Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, Vydání I., Praha 2004, ISBN 80-246-0898-7

„V současné době používáme klasifikaci rétorických žánrů od J. Mistríka (1977), který řečnické žánry rozděluje takto:

-agitační

-naučné

-příležitostné

-náboženské “<sup>8</sup>

Rozvoj individuálních typů i forem řečnických žánrů se v historii rétoriky různě pozměnil, při volbě řečnického žánru si vždy musíme uvědomit nejen to, co, proč a jak chceme říci, ale musíme brát v úvahu, také komu a kde veřejné vystoupení připravujeme. Pro dílčí typy řečnických výstupů se postupně utvořil řád zvyklostí, kterými jsme při přípravě řečnického proslovu existujícího žánru vedeni.

Agitační žánry nazývány někdy jako angažované, náleží mezi ně různé politické projevy, apelativní projevy, řeči soudní (hlavně obhajoba), filipika (řeč útočná).

Záměrem těchto proslovů je pokaždé získat a ujistit publikum, proto jejich dominantní komunikační funkcí je funkce apelativní.

Potřebou těchto žánrů je složka argumentační, která schvaluje vlastní přístupy a negaci rozlišných přístupů, obvykle se užívá mnoho argumentů, od těch nepochybných, logicky doložených až po emocionální argumenty, apely.

Naučné žánry: záměrem těchto žánrů je informovat, převažující funkcí je funkce informační. Mezi hlavní formy patří: přednáška, referát a koreferát, diskusní příspěvek, sdělení.

---

<sup>8</sup> ŽANTOVSKÁ, I., Rétorika – teorie a praxe, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2008, str. 25, ISBN 978-80-86723-57-0

Příležitostné žánry: mezi ně spadá např. slavnostní projev, smuteční projev, jubilejní projev, zdravice, přípitky atd. Úmyslem těchto žánrů je vyvolat jedinečnou atmosféru či emoce. Na přední místo se zde dostávají funkce rituálová, kontaktní a estetická.

Náboženské žánry – specifikou je náboženský obsah. Záměrem těchto žánrů je poučit, ovlivnit a získat posluchače, diváka pro svou víru. V křesťanském náboženství se jedná o různé formy kázání.<sup>9</sup>

## 1.2. Přehled základních monologických řečnických útvarů

*„Nejběžnějšími řečovými útvary (žánry), s nimiž se setkáváme v každodenní profesionální praxi, jsou přednáška, referát, diskusní příspěvek, vystoupení v panelové diskusi, na politickém fóru nebo v slavnostním přímém či mediálním pořadu. Struktura těchto projevů by neměla být nahodilá. Zvláštnosti výrazových prostředků v jednotlivých žánrech obvykle ozřejmují cíl vystoupení (poučit, informovat, ovlivňovat, utřídit, porovnávat, zamlžit apod.) V politických projevech rozeznáváme skutečnou informaci od fráze a klišé. Novější formou přímého i mediálního řečového vystoupení je tzv. moderování. Má oproti klasickým útvarům charakter zábavný a uplatní se v něm osobní přístup, image a tzv. charisma (kouzlo osobnosti).“<sup>10</sup>*

### Přednáška

Je tradičním útvarem veřejného naučného vystoupení. Mluví je v roli vzdělavatele, školitele.

---

<sup>9</sup> ŽANTOVSKÁ, I., Rétorika – teorie a praxe, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2008, ISBN 978-80-86723-57-0

<sup>10</sup> MĚCHUROVÁ, A., Jak dobře mluvit a úspěšně jednat, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání II., str. 44, 2008, ISBN 978-80-86723-32-7

Na přednášku přicházejí lidé zasvěcení do přednášeného tématu, ale i nezasvěcení posluchači. Posluchači předpokládají poučení od znalce. Tím může vyhovět jedině ten přednášející, který je v této sféře opravdu zblhlý.

Přednáška naslouchajícím skýtá informace a pomáhá jim vytvářet si náležité názory na danou problematiku, vyjadřuje nejen typy jednání, ale poskytuje i návod jednání, a to na bázi vědeckosti a splynutí teorie s praxí. Přednáška potřebuje skutečně vědění o dané problematice a velmi náročnou přípravu přednášejícího.

### **Referát**

Referát většinou obsahuje podrobné informace o záměrech, činnostech, výsledcích a úkolech, o stavu věci, která se má probírat. Jde o zprávu s jistým hodnocením a stanovení následujícího kroku.

Je to v mluveném projevu, podobnost hodnotící zprávy. Předkládá se přímou řečí k obecnstvu a nemá podobu knižně zápisovou nebo heslovitou, ale přednáší se v nepřetržitých větách a v souvislém znění přijatelném k poslechu. Je to proslov reálný, nestraně informativní, logicky hodnotící či odvolávající se na rozum. Nejedná se zde o efektní ukazování řečnických obratností.

Referát je považován v jádru věci za neosobní. Hovořící, ve většině situací nemluví za sebe, ale za společnou instituci.

Referát bývá základem k diskusi a k vyřešení specifických úkolů, potřebující určitost a výstižnost záznamů a výroků, nikdy nepřizná jakékoli fráze nebo klišé. Bývá nutné informace referátu přednést bohatou a členitou formou.



## **Diskusní příspěvek**

Používá se na zasedání a porady, předvedené referátem. Od pracovníka ve vedoucí pozici se předpokládá, že vystoupí v diskuzi, jestliže neměl hlavní referát. Diskuze se mohou zúčastnit všichni účastníci shromáždění.

Diskusní příspěvek má být reálný a sugestivní. Všechny výstupy by se měli týkat probíraného tématu.

Nejedná se o volnou diskusi, ale o přednášení příspěvků v posloupnosti, jak jsou přihlášení vyzýváni ke slovu. Jejichž vystoupení by měla být kritická nebo doplňující reakci, k tomu co bylo objektem jednání porady.

V diskusním příspěvku jde o záležitosti vybrané, jednotlivé. Je dobré diskusní příspěvek předem časově ustanovit. I krátký diskusní příspěvek, vyžaduje kvalitní osnovu: stručný přehled o věci - bližší rozbor otázky - vyhodnocení stavu řešení - podnět, získávací závěr.

## **Slavnostní proslovy (proslov oslavný, smuteční, přípitek)**

Do života jedinců i společenství přicházejí okamžiky, které lze považovat za významné a zasluhující slavnostnější rámec. Při těchto výjimečných událostech pronáší společensky reprezentativní osoba proslov. Smyslem proslovu je projevit účast na životní události, osoby nám nějak blízké a přispět tím tak k citovému povznesení, jak to k dané příležitosti náleží.

Proslov k nějaké významné události, má být obsahově sevřený, slavnostnější a citlivě apelující na city. Úvod proslovu může být myšlenkově hlubší nebo pojat básnickým rázem, srdečným a nekonvenčním oslovením. Řeč vedeme do přání či výzvy směřující k vyšším životním hodnotám. Slavnostní proslov by měl vytvořit dekórum, které se liší od prosté gratulace.

*Smuteční řeč* je vzpomínkou na životní hodnoty, které zesnulý za svého života vytvořil. Je to uctivé poděkování za životní hodnoty, a navíc několik myšlenek na utišení zármutku. Při takové promluvě je třeba vynechat všechny gesta a hovořit klidným hlasem.

*Smuteční projev* nenecháváme na blízké osobě, která je smrtí dotčeného silně zasažena. Je dobré, aby řečník zesnulého znal a věděl o jeho životě, práci i osobních poměrech a zájmech apod.

*Přípitek* patří mezi krátké slavnostní proslovy. Krátký proslov s myšlenkou připomínající vzájemný vztah zúčastněných, smysl a hodnotu jejich spolupráce či životních snah, jejich cíle a ideály.

### **Řeč politická a slavnostní**

Tato forma projevu je vrcholem řečnického umění. Kterou můžeme rozlišit na řeč politickou a slavnostní. Dnes jsou oba typy řeči společně spojovány. Slavnostní řeč bývá spojována s programem politickým.

Jedná se o útvar dobře propracovaný. Velké „řeči“ mívají i dlouhý rozsah, který je dán velikostí tématu a společenským posláním. „Řeči“ bývají výborně strukturované, sledují účinek ve více směrech, podávají úvahu o určitém kulturním, ekonomickém, historickém, politickém tématu, vyjasňují význam některých otázek, které se vztahují k dané příležitosti či k politicky vytyčenému cíli.

Tiskový mluvčí se účastní tiskových konferencí, kde odpovídá na otázky novinářů. Pro každou tiskovou konferenci si připravuje případné odpovědi na dané téma, na které je tisková konference připravená.

### **Interview, tisková konference**

Specifické a přitom dnes velmi užívané formy informování veřejnosti se používají interview a tisková konference. Pro dotazovaného velmi náročné a někdy ošemetné způsoby sdělování.

Při podávání interview je důležité vědět, co potřebuji a co chci sdělit veřejnosti. Někdy musíme určovat sami směr hovoru, abychom se dostali k sdělením potřebnějším, jelikož nezasvěcený tazatel mnohdy neví na co se ptát a tím vznikají otázky i odpovědi o ničem.

Na tiskové konferenci jsme vystaveni různorodým i záludným dotazům. Množství tazatelů lze jen těžko ovlivnit. Dotazovaný by měl mít dostatečnou duchapřítomnost a pohotovost odpovědět, aby podal dostatečně kvalitní informaci veřejnosti. Tisková konference je považována za náročnější formu veřejného mluveného projevu. Jedná se zde o prověrku vědomostí dotazovaného. Tisková konference je časově ohraničená, řídí jí ten, kdo jí pořádá.<sup>11</sup>

### **1.3.Publicistické žánry**

Pro profesi tiskového mluvčího je nevyhnutelné setkávání s medií, tedy s novináři. Je tedy důležité znát hlavní publicistické žánry.

#### **Zpráva**

Textový útvar novin a časopisu, základní druh informačních žánrů. Zpráva je informace týkající se aktuální události. Seriozní média vydávají informace bez jakéhokoli názoru pisatele či vydavatele. Každá zpráva by nám měla poskytnout odpověď na otázky: KDO? CO? KDY? KDE?

---

<sup>11</sup> MĚCHUROVÁ, A., Jak dobře mluvit a úspěšně jednat, str. 44, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání II., 2008, ISBN 978-80-86723-32-7

Informační postup je na pisateli článku, i když je do určité míry zdůrazňující. Rozlišující je už řazení slov ve větě.

Čtenář by se měl cítit osloven. Za správné zpracování je považováno věcně, stručně a jasně. Zpráva by měla být vždy pravdivá, měl by být uveden zdroj.<sup>12</sup>

### **Článek (zpravodajský, autorský, odborný)**

Verner říká: „*Článek obecně je samostatný novinový žánr, který stojí na pomezí zpravodajství a publicistiky. Pokud neobsahuje osobní pohled autora, patří mezi zpravodajské žánry. Analyzuje, třídí fakta, rozebírá je z teoretického i praktického hlediska. Hledá zásadní logické objasnění společensky závažného problému. V rozboru dochází k zobecnění pomocí indukce, dedukce, analýzy syntézy. Autor v článku z objektivního pohledu vysvětluje souvislosti, odhaduje vývoj. Všeobecně známé druhy úvahových informačních žánrů – článků: úvodník, editoval, rozborový článek.*“<sup>13</sup>

Zpravodajský článek můžeme označit jako základní stavební kámen novin. Tento žánr je rozšířen na rozdíl od zprávy, o odpovědi na tyto otázky PROČ? a JAK?. Zpravodajský článek zůstává bez názoru autora. Když autor vyjadřuje v článku spekulace, úvahy, jedná se o článek autorský.

Odborný článek má speciální nároky na kompozici. Větné stavby úvahových textů se snaží o přesné vyjadřování v logických souvislostech, vztahů, podmínek, příčin, odlišností, protikladů, shodných vztahů. Má bohatou slovní zásobu. Kromě vět oznamovacích se odborné článku vyskytují věty zvolací, tázací i řečnické otázky.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> VERNER, P., Zpravodajství a publicistika, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2007, ISBN 978-80-86723-37-2

<sup>13</sup> VERNER, P., Zpravodajství a publicistika, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2007, str. 25, ISBN 978-80-86723-37-2

<sup>14</sup> VERNER, P., Úvod do praktické žurnalistiky, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2007, ISBN 978-80-86723-36-5

## Odborný styl

Verner říká: „*Předmětem odborného textu musí být poznatelný objekt, označený i definovaný tak, aby byl srozumitelný, popsany v nových souvislostech či nové kvalitě*“.<sup>15</sup>

Odborný text by měl obsahovat účel autora k vytvoření textu. Autorem by měl být odborník, který má nadměrné znalosti o popisovaném předmětu nebo jevu. Textem tohoto typu oslovuje autor čtenáře, kteří už o daném tématu něco vědí, mají základní znalosti.

Ve většině odborných textů nejsou autorovi vlastní poznatky, ale jsou převzaté od jiných odborníků, v textu jsou různě parafrázované, citované. Závěrem práce by měl být nějaký přínos pro čtenáře i pro autora jako zdokonalení v problematice.

## Glosa, poznámka a komentář

*Glosa* byla dříve výkladovou poznámkou. Dnes se glosa používá spíše jako kritická, ironická někdy i s použitím beletristických jazykových prostředků.

*Poznámka* je krátká, neobsahuje hlubší zamyšlení.<sup>16</sup>

*„Komentář se věnuje aktuální problematice v historických souvislostech, předpokládá hluboké informační zázemí, využívá k argumentaci často statistických údajů či v poslední době citaci výsledků výzkumů veřejného*

---

<sup>15</sup> VERNER, P., Zpravodajství a publicistika, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2007, str. 27, ISBN 978-80-86723-37-2

<sup>16</sup> VERNER, P., Zpravodajství a publicistika, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2007, ISBN 978-80-86723-37-2

*mínění. Autor komentáře fakta analyzuje, řadí, vyvozuje logické závěry a předkládá tak příjemci svůj ucelený názor ke ztotožnění.“<sup>17</sup>*

Dalším publicistickým žánrem je rozhovor. S rozhovorem se tiskový mluvčí ve své profesi setkává velmi často. Je v roli odpovídajícího. A musí se připravit podobně jako na tiskovou konferenci. Připravuje se na téma aktuálních událostí.

### **Rozhovor**

Rozhovor chápeme jako způsob získávání informací, novinářské zpracování informací nebo také metodu výzkumu.

Rozhovor používáme proto, abychom od odpovídajícího účastníka či svědka získali informace, které předáme dále čtenářům. Konečnou podobu interview ovlivňuje místo i čas setkání na rozhovor. Publicistický rozhovor při zpracování klade důraz na jejich estetickou funkci.

Novinář se na setkání musí připravit, vedle téma by si měl zjistit informace přímo o zpovídané osobě, aby měl dokonalý přehled.

### **Reportáž**

Reportáž můžeme označit jako publicistický útvar, kde autor vlastním svědectvím z určitého místa nebo v určité době, živě líčí skutečnou událost.

Reportáž má divákům nebo čtenářům názorně přiblížit prostředí se všemi jeho součástmi. Autor by měl odpovědět na všechny otázky (kdo, co, kdy, kde, proč a jak) včetně vzniku aktuálního problému.

---

<sup>17</sup> VERNER, P., Úvod do praktické žurnalistiky, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2007, ISBN 978-80-86723-36-5

Reportér vylíčí určitou událost, a na konci uvede nějaké řešení, podle kterého si diváci můžou udělat vlastní závěr a vzít si nějaké ponaučení.

### **Fejeton**

Fejeton je krátké vtipné zamyšlení o čemkoliv. Nejdůležitější je dobrý nápad pro téma. Tento útvar se vyznačuje bohatou slovní zásobou, vtipností zpracování, smyslem pro detail, jazykovou hrou se slovy. Podle zpracování fejetonu se pozná výborný spisovatel, novinář.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> VERNER, P., Zpravodajství a publicistika, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2007, ISBN 978-80-86723-37-2

## 2. VERBÁLNÍ STRÁNKA PROJEVU

Verbální stránka projevu je nejdůležitější součástí profese tiskového mluvčího. Pro tuto profesi je podstatné, aby mluvčí věděl vše o řeči, jazyku i hlasu, protože bez správného používání, nemůže být hlasovým profesionálem.

Verbální komunikace je komunikací zprostředkovanou pomocí jazyka a řeči. Člověk je jediný společensky žijící živočich, který využívá verbální komunikaci.

Verbální komunikace se vyznačuje používáním artikulované řeči, tvořenou hláskami, slovy, větami. Verbální komunikace je vázána na určitý jazyk. Slova jsou symboly s téměř stálým a určitým významem, který není úplně závislý na souvislosti a situaci.

Verbální komunikace vyjadřuje i témata a obsahy nepřítomné minulé, vzdálené nebo budoucí, dále vyjadřuje i neskutečné a fantazijní témata, která se používají v literatuře nebo mýtu.

### Předpoklady verbální komunikace:

Člověk má pro verbální komunikaci fyziologické vybavení, utvářené a umístěné hlasivky a svalovou ovladatelnost jazyka a rtů. Vrozenou schopnost se jazyk naučit. Jazyk patří do oblasti kultury a každý člověk se ho musí naučit.

Ve společnostech, kde neznají písmo, si předávají svůj jazyk z generace na generaci.

Jazyk a řeč propojeně souvisejí s intelektuálními schopnostmi a ovlivňují i lidské myšlení. Obtížnější formy spolupráce jsou bez verbální



komunikace téměř nemožné. Mezi tyto formy patří například organizace společnosti a hlavně shromažďování a předávání znalostí a myšlenek.<sup>19</sup>

## 2.1. Hlas

Hlasový projev je vizitkou každého mluvčího. Aby se mohl stát opravdovým profesionálem, měl by vědět vše o hlase a naučit se ho používat, tak, aby zaujal posluchače.

*„Hlas je s fyzikálního hlediska zvuk a vyznačuje se proto třemi vlastnostmi, které každý zvuk charakterizují, to je silou, výškou a barvou.“<sup>20</sup>*

Hlasové vyjádření každého jednotlivce je neopakovatelné a osobité. Každý jedinec pořád svůj hlas obměňuje. Akustický výraz, zní vždy jinak, když máme radost a jinak když pláčeme. Ve všech akustických prvcích řeči, se zřetelně objevuje citové naladění, stanoviska, skutečné rozpoložení. Na základě tónu hlasu, může všímavý pozorovatel vycítit konkrétní náladu. Z akustických neverbálních projevů hlasu vycítit strach, štěstí, obměnu postoje, moment váhání.

Hlas je základním komunikačním nástrojem lidského vyjadřování. Zkušený řečník by měl věnovat pozornost technikám, které ho učí s hlasem pracovat. Kultivovaný řečník dokáže mluvenou řečí poskytnout srozumitelný, zapamatovatelný a neopakovatelný zážitek, zúčastněným posluchačům.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> ŽANTOVSKÁ, I., Rétorika – teorie a praxe, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2008, ISBN 978-80-86723-57-0

<sup>20</sup> HÁLA, B., Fonetika v teorii a v praxi, Státní pedagogické v nakladatelství Praha, Vydání I., str. 25, 1975

<sup>21</sup> ŽANTOVSKÁ, I., Rétorika – teorie a praxe, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2008, ISBN 978-80-86723-57-0

### 2.1.1. Hlasové ústrojí

Výdechový proud postupuje z plic průdušnicí přes hrtan a nadhrtanové dutiny ven. Prvním místem, kde může vzniknout zvuk, je hrtan. Při běžném dýchání prochází výdechový proud hrtanem volně. Zvuk zde vzniká nejčastěji tím, že se výdechovému proudu zamezí překážka vytvořená hmotou hlasivek, které se při tom rozkmitávají. V důsledku jejich kmitání se vzduchový proud, do té doby homogenní, rozdrobí tak, že se víceméně pravidelně střídá vždy kvantum hustšího a řidšího vzduchu. Tento periodický proud vzduchových pulzů tvoří základ lidského hlasu. Bývá označován termínem základní tón a představuje nosný zvuk řeči. Pohyby hlasového ústrojí umožňují základní tón různým způsobem pozměňovat, zejména ve výšce a v síle.

Základní tón je při průchodu částí hrtanu nad hlasivkami a soustavou dutin nad hrtanem doplněn zesílením svrchních harmonických tónů. Vzniká složený zvuk, kterému říkáme hlas.

Základní tón z hlediska tvoření řeči představuje složku, která podmiňuje hlasitost řečového signálu v celku a také představuje bázi pro vznik segmentů neboli hlásek s tónovým charakterem.<sup>22</sup>

### 2.1.2. Vlastnosti hlasu

*Síla hlasu* závisí přímo na stupni rozkmitu hlasivek, na síle výdechového proudu a na anatomickém uspořádání hlasových orgánů.

Pro sílu hlasu není podstatné jen anatomické uspořádání, ale i správná artikulace, která je ovlivnitelná mluvčím. Dobrý řečník ovládá sílu hlasu, cvičením svého hlasového projevu.

---

<sup>22</sup> PALKOVÁ, Z., Fonetika a fonologie češtiny, Karolinum – nakladatelství Univerzity Karlovy, Praha 1997, Upravené vydání – dotisk, ISBN 80-7066-843-1

Výška hlasu je závislá na počtu kmitů hlasivek, na síle výdechového proudu, na napětí hlasivek. Výška hlasu je tím vyšší, čím je větší napětí hlasivek a tlak vzduchu. Běžná hlasová výška závisí na anatomickém uspořádání hrtanu i rezonančních dutin a to u každého jedince je individuální.

Barva hlasu je individuální a závisí na počtu, výšce a síle svrchních harmonických tónů, které zesilují základní tón při průchodu nadhrtanovými dutinami.

Barva hlasu je v jistých situacích proměnlivá s věkem i s psychickým stavem. Je jiná u mužů a žen, závisí i na národní příslušnosti.<sup>23</sup>

### 2.1.3. Poruchy hlasu

*„Organické poruchy vznikají při chorobných změnách hlasového ústrojí a dutin podél dechové cesty vůbec. Jsou to např. záněty, nádory sliznice, obrny.“*<sup>24</sup>

*Reflekční poruchy* vznikají, když hlasovou činnost ruší organické změny orgánů mimo hlasové ústrojí. Mohou to být např. chronické záněty mandlí, zubů, srdeční vady, některé poruchy duševní apod. Při silném afektivním podnětu může dojít a k úplné ztrátě hlasu.

*Funkcionální poruchy* jsou poruchy důsledkem nesprávného tvoření hlasu. Do této skupiny patří různé varianty chraptivého hlasu, zmíněné již návyky častého odkašlávání, únavnost hlasu atd.

---

<sup>23</sup> ŽANTOVSKÁ, I., Rétorika – teorie a praxe, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2008, ISBN 978-80-86723-57-0

<sup>24</sup> PALKOVÁ, Z., Fonetika a fonologie češtiny, Karolinum – nakladatelství Univerzity Karlovy, Praha 1997, Upravené vydání – dotisk, str. 59, 60, ISBN 80-7066-843-1

### 2.1.4. Základy hlasové hygieny

Hlasové ústrojí jedince je komplikovaný orgán, jehož křehký mechanismus je třeba hájit před poškozením. Hlasivkám ubližuje převážně nadměrné svalové napětí např. při indispozici, nachlazení, křiku, dlouhotrvající řečové činnosti apod., dále mluvení v prašném prostředí a za neobvyklých teplot, hlavně při podchlazení.

Důvodem přepínání a poruch hlasivek bývá nesprávné tvoření hlasu a špatné návyky, které souvisejí s psychickým stavem mluvčího např. časté odkašlávání.<sup>25</sup>

## 2.2. Řeč

Od slova řeč je odvozeno slovo řečník. Řečník je člověk profesionálně ovládající řeč, jazyk i hlas. Dnes jsou novodobí řečníci nazýváni jako tiskový mluvčí či moderátoři. Nové názvy pro tuto profesi, však nezmění, že řečník musí ovládat mluvenou i psanou řeč.

Dnešní jazykověda termín řeč chápe jako dovednost člověka užívat jazyka a vytvářet komunikáty podle potřeby v určité komunikační situaci.<sup>26</sup>

Řeč je výjimečnou schopností lidské společnosti. Řeč slouží lidstvu k dorozumívání, kdy někdo někomu sděluje své pocity, přání či myšlenky. Ve společnosti je důležité, aby všichni poslouchali, co jiní říkají. Když mluví mezi sebou dva či více lidí, vzájemně si naslouchají, tak si sdělují určité informace, tento proces se označuje jako sdělovací či komunikační. Při tomto

---

<sup>25</sup> PALKOVÁ, Z., Fonetika a fonologie češtiny, Karolinum – nakladatelství Univerzity Karlovy, Praha 1997, Upravené vydání – dotisk, ISBN 80-7066-843-1

<sup>26</sup> ČECHOVÁ, M., a kolektiv, Stylistika současné češtiny, ISV – nakladatelství, Praha 1997, Vydání I., ISBN 80-85866-21-8

vzájemném sdělovacím procesu, lidé přijímají řečové podněty. Lidé vytváří své vlastní odpovědi. Svoji řeč směřují zpět do společenského prostředí.

Řeč je schopnost používat sdělovací prostředky. Člověk má možnost sdělovat své pocity, myšlenky, přání všemožnými způsoby. Může je sdělovat řečí mluvenou nebo psanou nebo řečí znakovou. Řeč se dá označit jako jev individuální, který je vlastní všem lidem.<sup>27</sup>

### 2.2.1. Vývoj řeči

Vývoj řeči se nemusí zdát až tak podstatným pro techniky mluveného projevu, ale je zásadní pro poznání kdy člověk přichází do styku s řečí poprvé a jak se řečové schopnosti s postupem věku zkvalitňují.

Některé vývojové tendence jako je napodobování si udržujeme i v dospělém věku. Napodobujeme své mluvní vzory, a hledám pro sebe svůj mluvní vzor. Stejně jako malé děti napodobují své okolí.

Člověk začíná mluvit kolem prvního roku života, pokud je tělesně i duševně zdravý. Počátkům vlastní řeči, předchází několik stupňů řeči.

#### Předběžná stádia vývoje řeči

Období křiku: v tomto období je dítě schopné díky křiku reflektovat na změnu prostředí, či na libé pocity.

Období žvatlání: toto období se prolíná s obdobím křiku. Ze začátku dítě využívá pudové žvatlání, které má zpěvavý tón. Pudové žvatlání je označováno jako hra s mluidly, doprovázená hlasem.

---

<sup>27</sup> ČECHOVÁ, M., a kolektiv, Stylistika současné češtiny, ISV – nakladatelství, Praha 1997, Vydání I., ISBN 80-85866-21-8

V prvních měsících života se začíná používat pud napodobování. Při napodobování zvuků, dítě užívá i smysl sluchový a díky schopnosti napodobovat i výrazy tváře a pohyby mluvidel, dítě dokáže uplatňovat i smysl zrakový. Díky napodobování se dítě učí prvnímu zvukovému hláskovému materiálu pro potřebu výstavby mateřského jazyka.

Mezitím se dítě zdokonaluje v hlasovém projevu. Později dokáže vyjádřit své přání i pocity, ale se změnami výšky, síly, melodie i rytmu hlasu.

Období rozumění řeči: předchází samotné schopnosti mluvení, dítě reaguje na řeč svého okolí. Jde hlavně o pohybové reakce. Kdy se dítě otáčí za matkou nebo dělá naučené pohyby rukou. Dítě není schopné reagovat na řeč, ale reaguje pouze na zvuk řeči.<sup>28</sup>

### **2.2.2. Členění řeči**

Řeč se dá členit dle smyslu a z hlediska logického a z hlediska rytmického.

Členění rytmické se vyskytuje v každém jazyce a to z důvodu přirozeného střídání slabik přízvučným a nepřízvučným a jejich sdružování v takty. Takty mají v každém jazyce svojí ustálenou podobu, která jim dává vlastní charakteristický rys. V češtině je charakteristickým rysem pro takty, jejich sestupnost, podmíněná začáteční slabiku přízvučnou po ní následují slabiky nepřízvučné. V češtině jsou časté takty dvou a tří slabičné, méně se vyskytují takty jedno a čtyř slabičné.

---

<sup>28</sup> SOVÁK, M., a kolektiv, Logopedie, Státní pedagogické nakladatelství Praha, Vydání II., 1965

Členění logické při členění logickém je podstatné, aby se modulačními prostředky nebo pauzami neodtrhávali slova, která tvoří uzavřený smyslový celek.<sup>29</sup>

### 2.2.3. Řečová kultura

Za předmět řečové kultury je považován proces stylizování vlastních textů a zároveň proces porozumění čtených i mluvených textů. Předmětem zájmu řečové kultury se stala i objemná komunikačně podstatná vrstva prostředků nespisovných, které se využívají funkčně v umělecké literatuře, řečnictví, v médiích.

Na úrovni řečové kultury v určitém časovém období se podílejí všichni, kteří jazyk používají, nejvíce ovlivňují soudobý jazykový úzus a hodnotové postoje, ti kteří svým veřejným, oficiálním nebo uměleckým projevem vystupují veřejně.<sup>30</sup>

## 2.3. Jazyk

Jazyk patří mezi další nepomíjitelné součásti mluveného projevu, proto není možné, aby se v této práci neobjevili jeho útvary a definice.

*„Jazyk je systém znaků sloužící k dorozumívání a myšlení. Dorozumíváním myslíme, sdělování informací mezi lidmi. Každá komunikační situace, která probíhá mezi dvěma či více osobami, je označována jako dorozumívání. Předpokladem vzájemného dorozumění je noremní ráz jazyka, že totiž se původce projevu a jeho adresát při užívání jazyka, nebo při porozumění projevu jazykově mohou ztotožňovat. Na podkladě myšlení si*

---

<sup>29</sup> HÁLA, B., Technika mluveného projevu z hlediska fonetiky, Státní pedagogické nakladatelství v Praze, Vydání I., 1958,

<sup>30</sup> KRAUS, J., Rétorika a řečová kultura, Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, Vydání I., Praha 2004, ISBN 80-246-0898-7

*člověk uvědomuje svůj vztah ke světu a společnosti. Je to činnost lidského mozku, která odráží jak poznání vlastní, tak (v různé míře) poznávací proces celého lidského rodu.*“<sup>31</sup>

### **2.3.1. Jazyk mluvený a jazyk psaný**

Tiskový mluvčí užívá jazyk mluvený, ale zároveň jazyk psaný. Tiskové zprávy nepodává jen ústně, ale i písemně, jeho psaný projev musí být stejně propracovaný jako jeho ústní projev.

Jazyk jako znakový systém používá ve funkci nosiče znaků dva různé materiály zvukový materiál a grafické značky.

*Zvuková forma* je starší než forma jazyková, která vznikla jako záznam formy mluvené. Nemůžeme však tvrdit, že by forma jazyková byla optickým záznamem formy zvukové.

*Psaná forma* jazyka má pokaždé vztah k formě mluvené, takový, aby bylo možné přiřadit sdělení vyjádřené jednou a druhou formou pokud možno věrohodně.<sup>32</sup>

### **2.3.2. Národní jazyk**

Národní jazyk v našem případě český představuje soubor výrazových prostředků územně vytyčený, uvnitř diferencovaný funkčně a teritoriálně, stratifikovaný sociálně.

---

<sup>31</sup> PALKOVÁ, Z., Fonetika a fonologie češtiny, Karolinum – nakladatelství Univerzity Karlovy, Praha 1997, Upravené vydání – dotisk, str. 66, ISBN 80-7066-843-1

<sup>32</sup> PALKOVÁ, Z., Fonetika a fonologie češtiny, Karolinum – nakladatelství Univerzity Karlovy, Praha 1997, Upravené vydání – dotisk, ISBN 80-7066-843-1



Slovo národní jazyk je spjat spíš s vědami společenskými než s jazykovědou. Útvar národního jazyka je v podstatě považován za jazykovou strukturu s jednou funkcí nebo s několika funkcemi. Funkcí jazykové struktury myslíme spětí významu a formy při sledování komunikačního cíle.<sup>33</sup>

Množinu jazykových vztahů mezi jazykovými jednotkami nazýváme jazykovou strukturou. Vzájemné vztahy mezi jazykovými útvary vytvářejí pro každý národní jazyk specifickou situaci.

### **2.3.3. Spisovný jazyk**

Spisovný jazyk je považován za nejdůležitější útvar národního jazyka. Jako jediný útvar se řídí kodifikací. Je užíván s komunikačním záměrem ve věcech národní kultury duchovní a hmotné, při sledování vyššího komunikačního cíle, jehož je markantním signálem. Má národně reprezentativní funkci.

Spisovný jazyk se používá ve výstupech, vyučování, poučování, uvědomování, u výchovy a racionálního objasňování, kolektivního apelování a dorozumívání na dálku a mimo čas promluvy, plánování a prognostikování, a ustanovování. Spisovného jazyka se užívá při oficiální a slavnostních výstupech. Může mnohdy působit neosobně, nezúčastněně, někdy až strojeně.

Spisovná čeština je kodifikovaný útvar národního jazyka, útvar, který má funkci národně a společensky reprezentativní. Spisovná čeština po stránce strukturní má bohatou variabilitu výrazových prostředků, která se zakládá na kulturní tradici českého národního života a vyvíjí se v souladu s potřebami naší společnosti.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> ČECHOVÁ, M., a kolektiv, Stylistika současné češtiny, ISV – nakladatelství, Praha 1997, Vydání I., ISBN 80-85866-21-8

<sup>34</sup> ČECHOVÁ, M., a kolektiv, Stylistika současné češtiny, ISV – nakladatelství, Praha 1997, Vydání I., ISBN 80-85866-21-8

#### 2.3.4. Nespisovné útvary jazyka

##### Tradičně teritoriální dialekt

Dialekt je útvarem národního jazyka, který je teritoriálně, přísně normovaný, stylově plochý, užívaný neprestíženě pro běžné mluvené dorozumívání. Díky stírání rozdílu mezi lidmi žijící v městech a na venkově dochází k odumírání dialektů.

##### Interdialekt

Interdialekt je nestabilizovaný útvar národního jazyka. Vzniká jako poslední vývojové stádium dialektů, spisovné vyjadřování ho ovlivňuje minimálně, protože má odlišnou komunikační funkci.

Čechová a kolektiv říkají: „ *Při vzniku interdialektu se rozšiřuje regionální a zároveň funkční působnost teritoriálně podmíněného vyjadřování a struktura dialektu svůj stabilizovaný charakter dílem ztrácí, dílem jej ve snaze o novou stabilizaci už v interdialektu hledá, ovšem pro krátkou dobu vývoje jen zřídka s plným úspěchem.*“<sup>35</sup>

##### Obecná čeština

Obecná čeština se v České Republice vyskytuje na celém území, kromě Ostravy, kde se užívá jazyk spisovný (tradiční teritoriální dialekt). Obecná čeština se řadí jako útvar národního jazyka, interdialektového typu a typu standardu s vyšší komunikační funkcí.

Obecná čeština se vyskytuje i v moderním dramatickém umění a v literárních dialozích, kde se používá jako výhradní reprezentant pro živou mluvenou řeč každodenního života, dostala se i do krásné literatury, kde se používá jako poetizační prostředek vypravování.

---

<sup>35</sup> ČECHOVÁ, M., a kolektiv, Stylistika současné češtiny, ISV – nakladatelství, Praha 1997, str. 44, Vydání I., ISBN 80-85866-21-8

Obecná čeština se stává celonárodním nespisovným a útvarem a odtrhuje se od své původní interdialektické podstaty.<sup>36</sup>

### **2.3.5. Polóútvary národního jazyka**

#### **Profesní mluva**

Profesní mluva je zvláštním souborem vyjadřovacích prostředků určité skupiny zaměstnanců, kteří při výkonu svého povolání užívají termínů nebo terminologických spojení bez ohledu na jejich spisovnost, a to pouze pro jejich spolehlivost jednoznačnost v pracovních souvislostech a pro jejich výrazovou úspornost.

Některé profesionalismy pronikají do spisovného jazyky a tak se rozšiřuje terminologie oborů.

Profesní mluva je nejvhodnější prostředek komunikace pro svou jednoznačnost, ekonomičnost, nezávislost na kodifikaci, pro sdělovaný signál společenské solidarity, odbornosti a pojmovosti.

#### **Slang**

Původně slang byl používán ve společných zájmech nebo v pracovním prostředí. Dnes slangové vyjadřování se tvoří a přijímá jako projev společenské solidarity. Vytváří se jako jazyková hra. Využívá se princip pojmenovávání na základě podobností.

Slangy se rychle mění a podle místa se i výrazně liší. Mezi zvláštní případy slangů patří myslivecká mluva, ta je stabilizovaná, územně rozšířená a pro mysliveckou komunitu závazná.

---

<sup>36</sup> ČECHOVÁ, M., a kolektiv, Stylistika současné češtiny, ISV – nakladatelství, Praha 1997, Vydání I., ISBN 80-85866-21-8

Existují i takové slangy, které jazykovými inovacemi překypují a jiné se vyznačují zřetelem k obecné srozumitelnosti.

### **Argot**

Argot je u nás tajnou mluvou izolovaných skupin občanů dříve ze sociálního podsvětí. Vznik argotu je podstatně podobný jako vznik slangu, vznikl z kolektivní solidarity jisté společenské skupiny, stejné záměry, cíle a zájmy, ale zašifrovány, aby zůstali, veřejnosti utajeny.

Z historie jsou i literárně doložené některé argoty např. pražské galerky a brněnské plotny.

Dodnes přežívají některé výrazy a fráze.<sup>37</sup>

## **2.4. Jazyková stylistika**

Stylistika je jazykovědný obor, který analyzuje jednotlivé texty a tímto zkoumáním dochází k zobecnění zákonitosti stylizace jazykových projevů. Stylistika má svou paradigmaticku a syntagmatiku jako všechny jazykovědné disciplíny. Paradigmatiku stylistiky můžeme označit jako soubor stylových vlastností výrazových prostředků tvořících stylovou stránku textu.

Výrazovým prostředkem je slovo i využití fonémů, volba morfémů, uplatnění slovo tvorných modelů, syntaktická stavba výpovědí i kompletní textová stavba.

Stylistika se často hodnotí jako lingvistická disciplína pomezí, má blízko k literární vědě, hlavně k literární teorii, která osvětluje uměleckou tvorbu i strukturu literárního díla a hledá zákonitosti jeho formy.

---

<sup>37</sup> ČECHOVÁ, M., a kolektiv, Stylistika současné češtiny, ISV – nakladatelství, Praha 1997, Vydání I., ISBN 80-85866-21-8

Předmětem stylistiky jsou všechny texty. Stylistika klade důraz na formu textu, jeho jazykovou stavbu a jako hlavní úkol si zadává poznání výrazových prostředků a určení jejich funkce v daném textu nebo pozoruje nějakou vlastnost v textu jako celku a ukazuje její signály v jazykové výstavbě. Stylistika je vědní obor, který zkoumá konkrétní texty.<sup>38</sup>

*„Styl se konstituje až v rámci určitého komunikátu, tj. až spojením výrazových prostředků, na úrovni jazyka existuje však inventář možností pro vyjádření některých stylových hodnot.“*

*„Stylová aktivnost prvků jednotlivých skupin jazyka se uplatňuje vedle vlastní pojmové náplně výrazového prostředku, tj. slovo, tvar slova, syntaktická konstrukce podržují svůj význam nociónální a k němu má i hodnotu stylovou.“*

*„Stylémy jsou prvky, které text stylově aktivizují. Stylémy v jazyce tvoří soustavu, která je ustálená.“*

*„Soustava stylémů je paradigmatickou stylistiky. Z tohoto hlediska rozlišujeme podle terminologie funkční stylistiky prostředky stylově neutrální a stylově příznakové.“<sup>39</sup>*

#### **2.4.1. Normy**

Normy uplatňujeme hlavně v teorii spisovného nebo národního jazyka, také při hodnocení struktury pravopisné, fonetické, gramatické, slovo tvorné, lexikální a poté jako východisko pro analýzy jazykové kultury.

Jazykovou normu je soubor prostředků a zákonitostí projevujících se v jazykovém útvaru, který je uživateli používán jako závazný a vhodný pro splnění komunikačního cíle. Je souborem otevřeným. Jazyková norma má dva

---

<sup>38</sup> PALKOVÁ, Z., Fonetika a fonologie češtiny, Karolinum – nakladatelství Univerzity Karlovy, Praha 1997, Upravené vydání – dotisk, ISBN 80-7066-843-1

<sup>39</sup> ČECHOVÁ, M., a kolektiv, Stylistika současné češtiny, ISV – nakladatelství, Praha 1997, str. 11, Vydání I., ISBN 80-85866-21-8

aspekty procesuální a operativní. Je garantem spolehlivého dorozumívání společnosti, jedním z integračních faktorů národa – norma takto pojímaná je stálým atributem jazyka – přesto jej příslušník národního jazyka nebo národní pospolitost ovlivňují nepřímo, norma jazyková jako by existovala ve vší konkrétnosti sama o sobě: k odlišení od norem ostatních lez ji výstižně nazývat normou strukturní.

*Strukturní norma* se skládá z norem dílčích: pravopisné, výslovnostní, mluvnické, slovtvorné, lexikální, slovosledné.

*Stylová norma* se zabývá výběrem i tříděním jazykových prostředků podle povahy a komunikačního cíle.

*Komunikační norma* je soubor specifických znalostí a zkušeností, zabývající se prostředky, pravidly a zvyklostmi komunikace. Komunikační normy patří mezi normy sociální.<sup>40</sup>

#### **2.4.2. Funkční styly**

Máme čtyři základní funkční styly: prostěsdělovací neboli hovorový, odborný, publicistický a umělecký v dnešní době se počet funkčních stylů, rozšiřuje o styl administrativní, řečnický a někdy i esejistický.

Jednotlivé styly vychází ze specifických funkcí, jíž plní individuální jazykové projevy ve sféře komunikace, v takzvané stylové sféře. Plněním této funkce se v jazyce vytváří specifická vrstva výrazových prostředků, stylová vrstva, a celková stavba textu se podřizuje stylové normě. Specifické normy se od sebe liší funkčními stylovými typy.

---

<sup>40</sup> ČECHOVÁ, M., a kolektiv, Stylistika současné češtiny, ISV – nakladatelství, Praha 1997, Vydání I., ISBN 80-85866-21-8

Při charakteristice funkčních stylů spisovného jazyka vycházíme z tří rovin stylových jevů. A jsou to stylová sféra, stylová vrstva, stylový typ. Podle převažujícího slohotvorného činitele, kterým je základní funkce projevu, dělíme styly na styly sdělovací a esteticky sdělné.

Lingvisté připouští existenci dalších funkčních stylů současného jazyka. Základní funkční styly označujeme jako primární a styly odvozené od primárních, nazýváme styly sekundárními.

*K odbornému stylu publicistickému* je přiřčlenován i v odborné literatuře styl řečnický. Který vzniknul, už někdy ve starém Řecku. Novodobá publicistika je považována za následovnici řečnického stylu. Protože tento styl má společné rysy se stylem publicistickým, tak je přiřčazován k základnímu funkčnímu stylu.

*Administrativní styl* je také přiřčazován ke stylu odbornému. Používá se v pracovní, odborné profesní činnosti, proto je také přiřčazován ke stylu odbornému.

**Funkčně složitý je styl esejistický** bývá považován za symbiózu stylu uměleckého se stylem odborným. Jde také o osobitý stylový typ.

Za svérázný stylový typ můžeme také považovat styl korespondence, styl učební, styl epistolární. Při mnohotvárnosti jazykové komunikace a při rozmanitosti funkcí, které spisovný jazyk plní, není nutné v rozmnožování základních funkčních stylů.

*Styly sdělovací* zahrnují oblast stylů prostěsdělovacích, odborných, administrativních, publicistických a styl řečnický. Projev prostě sdělovací se používá v běžné mluvě, jedná se o základní komunikační funkci, která realizuje formu mluvenou. Styl administrativní můžeme charakterizovat pomocí funkce direktivní. Styl řečnický se vymezuje pomocí persvazivní funkce.

*Styl estetický* nebo také *styl* umělecké literatury s oblastmi stylu epiky, lyriky a dramatiky se zakládá na deklarování estetické funkce textu.

Při posuzování rozpětí stylů, je důležité, že funkční stylová diferenciacie se v celkové šíři týká spisovného jazyka. Spisovný jazyk se nám jeví v porovnání s ostatními útvary národního jazyka, schopný plnit všechny nároky kladené na komunikaci ve vyspělých společnostech. Funkce spisovného jazyka se stále vyvíjí a to podle společenského vývoje.<sup>41</sup>

### 2.4.3. Výslovnostní styly

Na území ČR je výslovnost nejednotná a to zapříčinilo vznik výslovnostních stylů. Rozlišujeme výslovnost ortoepickou a neortoepickou. Neortoepická výslovnost, je výslovností, kde užíváme nespisovný jazyk např. v soukromých rozhovorech.

#### **Rozlišujeme 3 výslovnostní styly:**

Základní výslovnostní styl (neutrální) – je označován jako systémový, v češtině nejsou slova, která by neměla výslovnostní normy. Základní styl používáme v běžném hovoru.

Běžný výslovnostní styl (hovorový) – označuje se jako rychlejší tempo projevu, jsou při něm vynechávány některé hlásky apod. Používá se v soukromých projevech, kdy se nedodrží kvalita samohlásek, pohodlnější styl, nepečlivá artikulace, ledabylé vyjadřování.

Pečlivý výslovnostní styl (explicitní) – je používán ve specifických komunikačních situacích, klade se zde důraz převážně na formu estetickou. Užívá se při uměleckých přednesech a při slavnostních projevech.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> ČECHOVÁ, M., a kolektiv, Stylistika současné češtiny, ISV – nakladatelství, Praha 1997, Vydání I., ISBN 80-85866-21-8

<sup>42</sup> PALKOVÁ, Z., Fonetika a fonologie češtiny, Karolinum – nakladatelství Univerzity Karlovy, Praha 1997, Upravené vydání – dotisk, ISBN 80-7066-843-1



### 3. NEVERBÁLNÍ STRÁNKA PROJEVU

Neverbální komunikace je nezbytnou součástí úplného projevu řečníka. Pomáhá mu vyjádřit pocity, postoje, vztahy k přednášenému, dotváří rovinu jeho sebevyjádření a mimoslovního vlivu na publikum. Řečník by měl zvolit vhodné prostředky, aby byl jeho výstup co nejefektivnější, dále by měl být v průběhu přednesu schopný dešifrovat mimoslovní signály přicházející z publika a správně je vyhodnotit a využít jich v další fázi proslovu.

Neverbální komunikační projevy mohou ovlivňovat různé věci například: etnické rozdíly, kulturní rozdíly, rozdíly způsobené odlišnou rodinnou výchovou a rozdíly interindividuální. Etnické rozdíly je třeba myslet na narážky na rasové odlišnosti. V odlišných kulturách, jsou určité prvky, které se v některé zemi nehodí. Každá rodina má své zvyky, které se předávají výchovou a nejsou vždy stejné. Co je v nějaké rodinně běžné jinde nemusí být přijatelné. Interindividuální rozdíly se projevují podle temperamentu člověka. Temperamentnější člověk může mít výraznější gestikulaci.

*Pro správnou neverbální komunikaci je dobré procvičování neverbálních projevů:*

#### **Výcvik citlivosti**

Nejprve je dobré seznámit se s co nejvíce druhy neverbálních projevů, poznat jejich intenzitu, proměnlivost a různorodost a pokud možno pochopit i jejich význam. Při sledování neverbálních projevů jiných lidí, máme lepší schopnost rozeznat je.

#### Výcvik vlastních neverbálních projevů

Když poznáme neverbální projevy, jejich intenzitu, proměnlivost i různorodost. Potom můžeme cvičit projevy samotné.

### Uvolňování zablokovaných cest

Někteří lidé se bojí vstoupit do kontaktu s druhými lidmi. Proto je důležité odblokovat tento stres.<sup>43</sup>

## **3.1. Zásady neverbální komunikace**

Neverbální komunikace obsahuje mnoho signálů, které vysíláme beze slov nebo společně se slovy jako dotváření slovní komunikace. Neverbální kódy plní tyto základní funkce:

- Utvrzuji a zesiluji verbální informaci
- Nahrazují nebo doplňují verbální informaci
- Přinášejí odlišné informace

Neverbální komunikací můžeme úplně nebo částečně nahradit, řeč, napomáhá a podporuje řeč, vyjádření emocí, postojů, vztahů a sebevyjádření. Naše mimoslovní signály mohou být vrozené, naučené či kombinované. Mohou odpovídat ustálené konvenci a to záměrně či nezáměrně.

Řečník si musí umět připravit, kdy a jaké neverbální prostředky v daném výstupu použije např.: úsměv, oční kontakt, adekvátní gesta, formální dotyky, vhodná mimika, paralingvistické prostředky i styl oblečení. Dále by měl mluvčí mít vyšší vnímavost pro porozumění publiku, které vysílá neverbální signály, jako reakci na konkrétní projev.

Verbální i neverbální komunikační signály jsou vzájemně propletené. Neverbální prvky se dají nahrazovat, doplňovat, regulovat, opakovat,

---

<sup>43</sup> MĚCHUROVÁ, A., Jak dobře mluvit a úspěšně jednat, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání II., 2008, ISBN 978-80-86723-32-7

zdůrazňovat nebo rozporovat význam verbálního sdělení. Neverbální signály se téměř pokaždé kombinují.<sup>44</sup>

### **3.2. Typy neverbálních signálů**

Komunikační signály se v komunikaci kombinují mezi jednotlivými typy signálů. Nejsou žádná stálá pravidla, která by určovala jejich uspořádání, v závislosti na konkrétním významu. Při analýze neverbálních prvků komunikace zkoumáme výskyt, podoby, dynamické proměny a velikostí změn v průběhu komunikační změny.

#### **Rozdělujeme čtyři základní projevy typy neverbálních signálů:**

##### **Symboly**

Jsou to neverbální signály, které jdou přímo převést do verbálního jazyka. Chápání signálů se postupně ustálí a vzniká zdoluhavým procesem dohody, téměř vždy platí pouze v určitém kulturním kontextu. Užívání některých symbolů představuje přijetí nějaké identity v rámci specifické skupiny či etnika, poté se na prvotní význam nabaluje řada dalších konotativních rovin. Jako příklad symbolů můžeme uvést třeba vztyčené prsty do písmena „V“ znamenající vítězství nebo vztyčený palec označující vše je skvěle.

##### **Ilustrátory**

Jsou doprovodné, dokreslující, ilustrativní signály. Bývají vyjadřovány pomocí rukou, za ilustrátory můžeme považovat všechny pohyby těla, které doprovází verbální komunikaci. Frekvence využívaných ilustrátorů spjatých

---

<sup>44</sup> ŽANTOVSKÁ, I., Rétorika – teorie a praxe, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2008, ISBN 978-80-86723-57-0

s kulturou komunikace. Některé národy tíhnou více ke gestikulaci než jiné. Množství ilustrátorů je úměrné rychlosti a hlasitosti mluveného projevu. Aby byla komunikace funkční, tak mezi mluvou a pohyby těla musí být sjednocená.

### **Regulátory**

Regulátory jsou typy signálů, které usměrňují a řídí průběh komunikace. Mezi nejčastější signály patří kývání hlavou, pohledy a zařazujeme mezi ně i podání ruky. Regulátory signalizují změny v průběhu komunikačního procesu.

### **Adaptéry**

Jedná se o signály, které používáme k ovládnutí našich pocitů a reakcí. Většinou je užíváme, když jsme ve stresových situacích. Můžou to být gesta, pohyby automatické kontakty, které si ani neuvědomuje, často je provádíme opakovaně, bývají pro nás ve stresových komunikacích charakteristické. Například hraní si s vlasy, různými předměty, tření nosu, upravování oblečení.<sup>45</sup>

## **3.3. Složky neverbální komunikace**

### **Proxemika**

Zkoumá rozmístění účastníků komunikační situace jejich vzájemnou vzdálenost a jejich orientaci v prostoru. Každý z nás si při hovoru s jinými udržuje určitou vzdálenost, říkáme tomu distanční kód. Jednotlivé typy jednání mají takzvané proxemické zóny.

---

<sup>45</sup> ŽANTOVSKÁ, I., Rétorika – teorie a praxe, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2008, ISBN 978-80-86723-57-0

PROXIMITA je vzdálenost mezi komunikujícími a platí ve čtyřech zónách, které se můžou podle kultur mírně lišit:

Intimní vzdálenost je v prostoru do 45 cm, je vyhrazen pro rodinné příslušníky a jiné důvěrné styky. Pokud je narušen intimní prostor cizí osobou probouzí v nás pocit ostražitosti.

Osobní vzdálenost (45-120 cm) tato zóna je vytyčená pro blízké přátele a ostatní příbuzenstvo. Existuje širší osobní vzdálenost (přibližně 75-120 cm). Pokud probíhá už hovor mezi účastníky blízké komunikace, je nevhodné do něj vstupovat.

Společenská vzdálenost (120-370 cm) je vyhrazená pro neosobní setkání s cizími lidmi, neumožňuje dotykový kontakt. Používá se při pracovním jednání, různých poradách apod.

Veřejná vzdálenost do 3,7 m, využívá se v projevech k většímu kolektivu a publiku, například ve školách, na oficiálních vystoupeních. U oficiálních vystoupení se zvyšuje prestiž a autoritu, posiluje oficialitu. Maximální vzdálenost souvisí pouze se srozumitelností, a ta se posouvá dle prostoru a komunikační situace.

## **Haptika**

Věnuje se komunikaci prostřednictvím kontaktů, nejčastěji dotykem ruky, paží ramenem, hlavou. Dělíme na tyto typy dotyků: držení, ohmatávání, prodloužené držení, hlazení, protitlak, náhodné lehké zavadění, bodové dotýkání, žádný kontakt.

Dotyková komunikace je nejstaršími projevy sociálního kontaktu, vhodnost či nevhodnost dotykových projevů procházela dlouhým společenským vývojem a je ovlivněna faktory kulturního kontextu.

Dotyky můžeme také dělit na: funkčně profesionální, přátelské, sociální, milostné, sexuální

Mezi nejdůležitější prostředky haptiky považujeme podání ruky. Je možné ho sledovat z několika hledisek: vlhkost a teplota ruky, síla a délka stisku, provedení uchopení. Dle těchto hledisek rozlišujeme několik stylů stisku ruky:

- Styl dominantní
- Styl spojenecký
- Styl podřízený

Správné podání ruky učiníme tak, že použijeme otevřenou, suchou dlaň v kolmé poloze, s přiměřeně silným stiskem po dobu 4-6 sekund. Stisk by měl být doprovázen očním kontaktem, úsměvem a eventuálním potřásáním.

### **Posturika**

Posturika zkoumá komunikaci posuzováním postojů a držení těla. Fyzické postoje dávají najevo, zdali souhlasíme či nesouhlasíme s určitými názory. Podle postoje těla poznáme, do jaké míry partnera zajímá naše skutečné stanovisko.

### **Kinezika**

Je obor studující pohyby těla a jeho částí. Hlavní složkou je gotika, která se zabývá zejména rukou, ale také nohou a hlavou. Správné rozlišení gest, vyžaduje, posuzování gest jako celku. Gesta doprovázejí celé věty a vypovídají o pocitech a postojích mluvčího. Na gesta mají vliv konkrétní situace, etnické a kulturní vlivy, proto můžeme mezi jednotlivými vyjádřeními gest najít i rozdíly.

Gesta jsou mnohem starší než řeč a dělíme je na expresivní, imitační a pantomimické.

Některá gesta slouží jako záměrný projev, kdy nahrazují nebo doprovázejí mluvní projev, jiná poskytují zpětnou vazbu od publika nebo jiné informace.

*Konvenční gesta*- jsou používána jako dohodnutý znak, ale platí jen v určité kultuře.

### **Mimika**

Mimika jsou výrazy obličeje, kterými sdělujeme převážně vnitřní pocity. Tvář bývá po slovním, vyjádření nejdůležitějším sdělovacím prostředkem v mezilidské komunikaci. Mimická komunikace je naším hlavním vyjádřením emocí. Existuje sedm základních emocí – štěstí, smutek, strach, překvapení, znechucení, hněv, zájem.

Mezi nejvýraznější mimické signály patří smích a úsměv, může sloužit jako spouštěcí prvek komunikace nebo jí úspěšně ukončovat, jen si musíme dávat pozor, aby nepůsobil jako výsměch. K emoční inteligenci patří mít své mimické signály pod kontrolou.

Mimické výrazy lze předstírat a máme na to různé techniky. Přehnané zesílení nebo oslovení projevu určitého pocitu. Nastolení neutrálního nebo výrazného projevu za účelem maskování projevu jiného.

Publikum hodnotí vystoupení jako celek a proto je důležité si dávat pozor, aby publikum předstírané mimické výrazy nerozeznali jako lživé.

## **Pohledy**

Řeč očí prozrazuje komunikačnímu partnerovi, co v ten okamžik prožíváme a jaký k němu máme vztah. Oči nám pomáhají navázat a udržet kontakt. Pohled z očí do očí, je považován za důležitou komunikační výměnu. Sbíráme, jimi informace pro zpětnou vazbu.

Zrakový kontakt, je obvykle vrcholem určité komunikace. Má funkci poznávací, řídicí, koordinující nebo vyjadřující.

## **Vnější vzhled**

Náš vzhled souvisí s dojmem, který vytváříme na okolí. Vědomě formujeme náš vzhled, aby nás okolí vnímalo dle našich představ. Sledujeme celkový fyzický vzhled, styl oblékání, úprava vlasů, make-up, volba barev.<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup> ŽANTOVSKÁ, I., Rétorika – teorie a praxe, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2008, ISBN 978-80-86723-57-0



## 4. VYMEZENÍ PROFESE TISKOVÉHO MLUVČÍ

Tiskový mluvčí je v České Republice novou profesí. Tato profese se vyskytuje ve státních úřadech i soukromém sektoru. V dnešní době má téměř každý podnik, organizace, známé osobnosti, svého tiskového mluvčího. Tiskový mluvčí jsou v dnešní době módní záležitostí a určitou společenskou prestiží.

Má na starosti práci s veřejností. Pracuje s denním tiskem, vypracovává rešerše, sbírá informace týkající se firmy a její specializace. Předává informace médiím, vytváří a nabízí PR články, připravuje, svolává a moderuje tiskové konference, udržuje kontakty s novináři, připravuje výstupy pracovníků v médiích, snaží se utvářet co nejlepší obraz o instituci, v které pracuje a kterou zastupuje.

Tato práce je zodpovědná funkce, na kterou bývají vybíráni lidé, kteří mají žurnalistické vzdělání nebo jsou spjatí s oborem. Přesto některé instituce na tuto pozici přijímají osoby s příjemným vzhledem, ale bez zkušeností a vzdělání. Často bývají vybírány moderátorky bývalé miss, které strhávají pozornost bulvárního tisku a odpoutávají pozornost od instituce, kterou zastupují.

Nejčastěji jsou na tento post vybíráni lidé s novinářskou minulostí, převážně z České televize. Tito novináři jsou již známými osobnostmi a to je pro firmy významné. Znají rétoriku, řeč těla, zvládají stresové situace, mají dokonalý ústní i písemný projev, nemají trému před kamerou. Umí pracovat s informacemi, říkají většinou jen to, co vědí a to se cení. Jejich platy se pohybují od třiceti tisíc korun, ale u velkých firem a bank se může takový příjem vyšplhat až na sto padesát tisíc korun.

Po ukončení kariéry se někteří, špičkový mluvčí stávají úspěšnými podnikateli, členy vrcholového managementu, společníky v úspěšných firmách.

Občas se stane, že někteří vstoupí do vrcholové politiky a pracují na reklamě své politické pozice. Mezi nejúspěšnější české mluvčí patří: Ladislav Špaček tiskový mluvčí prezidenta Havla, Vladimír Železný mluvčí vlády Petra Pitharta, Martin Švehla mluvčí České národní banky, Barbora Tachecí mluvčí IPB, Klára Pospíšilová mluvčí vlády V. Klause.<sup>47</sup>

V dalších podkapitolách je důležité se zmínit o výrazech jako masová společnost, role médií a jejich působení, veřejné mínění a manipulativní praktiky v médiích se přímo týkají této profese a proto je třeba se o nich zmínit. Bez znalosti těchto pojmů by tiskový mluvčí, nemohl být profesionálem na slovo vzatým.

#### **4.1. Masová společnost**

Masová společnost je místem, kde se zrodila nová profese, kterou dnes nazýváme tiskový mluvčí. Masová média jsou tisk, rozhlas, televize, tiskový mluvčí v nich vystupují dnes a denně, a proto je třeba se dozvědět o jejich vzniku i funkci.

Během 19. a první poloviny 20. století se masově rozšířil tisk, rozhlas, film a televize. Prostřednictvím, těchto médiích je sdělováno velké množství informací a symbolických obsahů pro široký okruh veřejnosti. Masová média stále působí na společenské vědomí, ovlivňuje myšlení, jednání lidí, upravuje normy, vytváří obecné hodnoty. Rychlý vývoj techniky se promítá do životního stylu společnosti.

---

<sup>47</sup> VERNER, P., Vývojové trendy v českých médiích po roce 1989, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I. 2010, ISBN 978-80-7452-007-5

V masové společnosti v důležitých otázkách rozhodují politické a ekonomické elity, vliv veřejnosti upadá. Odstup mezi mocenskou elitou a veřejností se propadá.

Masová média ovlivňují náš život. Televize, rozhlas, film, podporují populární kulturu, která je většinou chápána jako druh domácí zábavy, která zásadně ovlivňuje rodinný život. V některých zemích se média stávají součástí vzdělávacích a výchovných institucí. Masovost je ovlivněna mnoha faktory, patří k nim vzdělanost, gramotnost, životní styl, rozsah volného času příjemce. Záleží také na záměru komunikátora, komu je zpráva (informace) určena.

Znakem masové společnosti je masová kultura. Masová kultura označuje kulturní vývoj a produkci určenou pro masy lidí.

Masová společnost je produkt demokratizace výroby a spotřeby životního stylu, který prosazuje princip rovnosti a změny společenského vědomí, způsobené vědecko-technickým rozvojem. Množství informací, kterými jsme zaplaveni, souvisí s postmoderním chápáním světa. Technické možnosti přesáhly už schopnosti percepce a kritického hodnocení informací.<sup>48</sup>

## **4.2. Média, jejich role a působení**

Média je označení pro sdělovací prostředky, které nesdílňě patří k profesi tiskového mluvčí. Proto je nezbytné zmínit se o jejich roli i působení na dnešní společnost.

---

<sup>48</sup> ŠTROBLOVÁ, S., Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa, Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2009, ISBN 978-80-86723-73-0

## **Mezilidská komunikace a média**

Mezilidská komunikace je ve stádiu, jehož úroveň určuje většinu lidských aktivit. Toto stádium můžeme označit jako informační společnost.

Rozhodujícím typem komunikace v mnoha směrech je masová komunikace prostřednictvím moderních elektronických médií.

Ve vyspělých zemích patří sledování médií na třetí místo mezi způsoby trávení času po práci a spánku a proto jsou média sociologicky i politicky velmi důležitá.

## **Elektronická média**

Za tradiční elektronická média je považován rozhlas a televize. V demokratické společnosti fungují elektronická média hlavně na tržním základu. Jejich trh i činnost patří mezi regulované oblasti, přesto představuje politicky citlivé specifikum mezi nimi.

Internet je elektronické médium, které se díky nejrychlejšímu rozvoji, stává nejpodstatnějším prostředkem lidské komunikace. Internet je schopný plnit všechny funkce běžných elektronických médií. Dokáže díky interaktivně a hypertextovým odkazům zdokonalovat ostatní funkce a působit jako databáze. Internet umožňuje jednotlivcům poskytnout své sdělení zájemcům z celého světa. Jelikož je mohutně rozšířen, přináší zvětšená mediální rizika, ale přináší i nová rizika, která jsou specifická pro internet.<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup> MUSIL, J., Úvod do sociální a masové komunikace, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání II., 2008, ISBN 978-80-86723-44-0

## **Specifická rizika internetu**

Jak jsem se zmínila výše, internet přináší specifická rizika, které jsou závažná a týkají se nás všech ať přímo či nepřímo a proto je podstatné se zmínit, jaká rizika internet přinesl.

Patří sem některé obsahy internetových stránek, které jsou ilegální obsahem a aktivitami odporující stávající legislativě jsou to například tyto činy: Organizování a šíření terorismu, šíření drog, obchod s bílým masem, pedofilie a ostatní druhy nebezpečné pornografie, může fungovat jako komunikační prostředek mafie, usnadňuje podvody způsobené anonymitou webu, zneužívání k finanční kriminalitě a poškozování trhu, praní špinavých peněz, rasismus, porušování autorských práv, šíření počítačových virů, nevyžádaná reklama.

### **Přínosy a rizika médií**

Jako přínosy médií jsou považovány pozitivní efekty například: Zpřístupnění kultury, zejména zábavy široké vrstvě veřejnosti, zvýšení aktuálnosti informací, mnohem kvalitnější poznání osobních vlastností politiků a skutečného průběhu a atmosféry vážných událostí, informační i názorové propojení společnosti, možnost rychlého šíření závažných informací.

Největším rizikem je zneužití médií, pro někoho toto riziko může být poškozující, ale pro jiné může být obohacující. Součástí rozhodovacích a řídicích procesů na všech úrovních je analýza rizik. Všechny výše zmíněná pozitiva můžeme přeformulovat na negativní aspekty. Široké zpřístupnění kultury, se někdy považuje za její znehodnocování, vulgarizaci či barbarizaci. Účinná audiovizualizace informací, umožňuje manipulaci. Poplašnou zprávu lze zneužít jako manipulativní poplašnou zprávu. Informativní a názorové propojení společnosti, způsobuje ztrátu mnohotvárnosti společnosti a způsobuje zkreslení myšlení.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> MUSIL, J., Úvod do sociální a masové komunikace, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání II., 2008, ISBN 978-80-86723-44-0

## **Média a zodpovědnost**

Každý redaktor by měl přiřazovat jím zveřejněným zprávám morální zodpovědnost nejen důsledky pozitivní, ale i negativní.

Novináři považují zodpovědnost za riskantní, protože umožňuje zneužití proti svobodě projevu, proto je zde akcentována kolektivní zodpovědnost. Tato zodpovědnost je příliš rozptýlená, znamená to, že zde není konkrétní osoba, která by přijala zodpovědnost sama za sebe.

Úzká vazba odpovědnosti na etiku a právo by při zamítavém postoji k zodpovědnosti vypovídala o popření etického rozměru a právních souvislostí činnosti médií. Vymezením v zákoně je možné nastavit společensky vhodnou míru odpovědnosti, s využitím součinnosti regulace a autoregulace médií a zabezpečením práva na spravedlivé soudní jednání nejasných případů.

Klasické povinnosti médií jsou popisovány tradičními pojmy jako objektivnost, nezávislost a obrana demokracie. Tradiční pojmy mají svůj smysl v běžné řeči a ve výpovědích o médiích, ale nelze je použít pro potřeby regulace, nejdou právně zakotvit jako podklad pro vynuovení. Lze je používat a jsou nezbytné pro eticky založenou autoregulaci a citlivost. Je zde potřeba objektivity, vyváženosti i pravdivosti.

*„Média a zejména současná elektronická média mají totiž podle názorů předních politologů a sociologů velkou moc, kterou bez skrupulí uplatňují, ale z povahy věci často za vyvolané důsledky nesou zodpovědnost vlády a politikové.“<sup>51</sup>*

I když jsou tyto úvahy potlačovány, je zcela jisté, že elektronická média mají takový vliv, kdy lze říci, že mění veřejné mínění.

---

<sup>51</sup> MUSIL, J., Úvod do sociální a masové komunikace, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání II., str. 49, 2008, ISBN 978-80-86723-44-0

### **Základní role elektronických médií v informační společnosti**

Tradiční pohled na role převzatý z tisku byl, že sdělovací prostředky přináší zprávy o událostech a jejich komentování a to je jediná a hlavní role.

V současné době mají média více rolí, které rozlišujeme na funkce informační a zábavnou, dále na reklamu.

Zastoupení těchto funkcí v médiích je různé, dříve se podle podílu zastoupení, dali média třídit. Dnes už nejsou ani veřejná média vyhraněná, ale jsou vyvážená, podíl informací stále převládá nad reklamou. Současně dochází ke stírání rozdílů mezi jednotlivými funkcemi, dochází k prolínání žánrů. Jde o velmi časté nedodržování funkce pořadů či článku. Nejrozšířenějším trendem je podávání informace zábavnou formou.

Další funkcí médií je výchova publika, vzdělávání prostřednictvím médií a působení sociální či politické apod., všechny tyto dílčí funkce lze zařadit do výše uvedených kategorií.

Vzdělávání prostřednictvím médií se stalo běžnou součástí působení tisku i elektronických médií, ale ty působí v menší míře. Je to zavedená cesta jak seznámit veřejnost s novými poznatky i možnostmi, které rychlý společenský vývoj přináší.<sup>52</sup>

### **4.3. Veřejné mínění a média**

Média nám podávají obraz o konkrétních osobách hlavně o politicích. Podle obrazu vytvořeného médii si většina z nás dělá obraz vlastní. Proto je pro politiku důležitý obraz, který média vytvoří. Dá se říct, že média utváří veřejné mínění a úspěšný politik se řídí veřejným míněním, tedy médii.

---

<sup>52</sup> McQUAIL, D., Úvod do teorie masové komunikace, Portál, Vydání III., 2007, ISBN 978-89-7367-338-3

Televize je v České republice považována za nejspolehlivější zdroj, nejvíce utváří naše veřejné mínění, na druhém místě je tisk (včetně internetových článků), rozhlas a poté další zdroje informací.

Média cíleně redukuje celou politickou sféru, pouze na to co se zrovna odehrává v médiích. Politici prochází různými pořady, kde se snaží udělat co nejlepší dojem na veřejnost, kdo tímto testem neprojde, dostává se do nepříznivé veřejnosti.

Z pohledu profese tiskového mluvčího je důležité být připraven i na závažné otázky, které by mohli tiskového mluvčí vyvést z míry a tím znemožnit jeho výstup. Tiskový mluvčí, který není schopen pohotově reagovat nebo odpovídá na něco jiného, než je tázán, může být mediálně znemožněn a to ho může stát i jeho místo.<sup>53</sup>

#### **4.4. Metody a prostředky manipulace v médiích**

Patří sem všechny mediální postupy používány za účelem ovlivňování vědomí i podvědomí diváka, čtenáře, posluchače. Za největšího manipulátora s informacemi je považována televize, kde je možné sestříhávat natočený materiál, podle toho jak se to televizi hodí a manipulovat tak s divákem, který upravenou reportáž nepozná. Manipulačních praktik lze využívat i v ostatních médiích.

*Možností jak manipulovat s diváky, čtenáři i posluchači je mnoho například:*

---

<sup>53</sup> MUSIL, Josef, Úvod do sociální a masové komunikace, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání II., 2008, ISBN 978-80-86723-44-0



## **Výběr zpráv**

O každém subjektu jde vytvořit několik zpráv jak pozitivních, negativních, tak neutrálních. Zmanipulovat zprávu lze negativním přístupem k informaci, kritickým komentářem, negativním hodnocením politické osobnosti nebo společensky závažného tématu. Všechny tyto negace se projeví odstupem času ve veřejném mínění.

## **Směšování zprávy a hodnotícího komentáře**

Často se stává, že se do zprávy přidává nějaký hodnotící komentář. Toto prolínání je nevhodné, protože působí a manipuluje se čtenářem, divákem i posluchačem. Někdy se stává, že nadpis zprávy vyznívá jinak, než obsah zprávy. Některé televizní zprávy jsou na začátku uvedeny hodnotící větou, kterou divák nepostřehne, ale v podvědomí si utváří zkreslený obraz.

Přehánění známe také jako dramatizování. Často se ukázalo, že funguje hlavně jako apel na strach.

## **Vynechání části obrazové nebo zvukové výpovědi**

Toto zkreslení výstupů pomocí sestřihání a vynechání některých informací, způsobilo, že někteří politici i známé osobnosti odmítají vystupovat jinak než živě.

## **Cílený výběr osob do diskusních pořadů**

Jedná se, o promyšlené předvádění mediálně nepřitažlivých osob, které může poškozovat osoby i politické strany při formálním zachování vyváženosti, tento příklad je příhodný pro tvrzení, že média mohou snadněji zničit pověst politika než vytvořit velkou politickou osobnost.

## **Jednostranné moderování diskusí a debat**

Toto jednání patří i agresivní forma vedení rozhovorů, kde jde o zesměšnění politika a ne o zprostředkování jeho názoru.

Existují i další metody a prostředky manipulace v médiích. Jako například: přeřazování záběrů, zkreslující nebo zavádějící slovní doprovod, ovlivňující barevné nebo tónové přeladění, podložení obrazu sugestivní hudbou, neobjektivní komentáře apod.

Uvedené i neuvedené metody lze různě kombinovat a tyto postupy je možné aplikovat téměř bez omezení.

Manipulativní postup není vždy využíván totalitně, často médiem divákovi přitakává a neposkytuje mu úplnou pravdu a přidává manipulativní obsah, který ovlivní jeho úsudek.

Výše uvedené manipulativní metody můžeme také považovat za metody, kterým by se měla média vyvarovat, pokud chtějí mít demokraticky pozitivní roli v politice. Při splnění této podmínky mohou média fungovat jako ochránci demokracie. Také mohou napomáhat voličům si udělat reálný obraz o politických stranách a napovědět jim koho volit.<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> MUSIL, J., Úvod do sociální a masové komunikace, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání II., 2008, ISBN 978-80-86723-44-0

## 5. TISKOVÝ MLUVČÍ JAKO HLASOVÝ PROFESIONÁL

V předešlých kapitolách byly vysvětleny pojmy rétorika jako teorie účinné komunikace, verbální stránka projevu komunikace pomocí jazyka, neverbální komunikace jako komunikace zprostředkovaná mimoslovními projevy, tiskový mluvčí jeho profese a jeho propojení s médii. Všechny tyto výrazy jsou spjaty s touto profesí.

Aby se o tiskovém mluvčí dalo hovořit jako o hlasovém profesionálovi, musí ovládat základní tematiku rétoriky, verbální komunikace, mimoslovní komunikace a měl by vědět, na jaké bázi fungují média. Samozřejmě musí být znalý oboru, kterým se zabývá instituce, kterou zastupuje.

Pojem hlasový profesionál nám říká, že to je někdo kdo používá svůj hlasový projev na vysoké úrovni. Správné vyjadřování, dokonalá jazyková stylistika, využívání nonverbální komunikace, znalost oboru do hloubky, pohotové odpovědi, příjemný vnější vzhled to je vše co od hlasového profesionála očekáváme.

V popisu práce tiskového mluvčí je reprezentovat nějakou instituci. Reprezentuje jí svým vystupováním a celkovým dojmem. V této kapitole se budu snažit vysvětlit další pojmy, které se používají v souvislosti s touto profesí.

### Další kapitoly se věnují těmto pojmům:

*Zvukové stránce lidské řeči*, do které patří již zmíněná fonetika a další pojmy, zasluhující objasnění ortofonie, ortoepie a eufonie. Výcvik mluvidel, kde se dozvídáme jak správně dýchat, cvičit hlas a artikulaci.

*Komunikace ve stresu*, její projevy a *metody jak zvládat trému*, jsou rozebrány v další navazující podkapitole.

*Zásady mluveného projevu*, jak si připravit podklady pro projev, kdy mluvit, jakou formu dodržovat apod.

*Požadavky na moderního novináře*, většina tiskových mluvčí jsou žurnalisticky vzděláni a ti kteří nejsou, se musí naučit jak pracovat s novináři. I tiskový mluvčí by měl mít správné vlastnosti novináře.

## 5.1 Zvuková stránka lidské řeči

Fonetika je věda zabývající se zvukovou stránkou lidské řeči. Má tři základní oddíly Ortofonii, Ortoepii a Eufonii.

### Ortofonie

Ortofonie se zabývá tvořením hlásek po artikulační i akustické stránce. Správné tvoření hlásek závisí na správném tvoření hlasu, kde je zásadní správné dýchání. Správné dýchání je takové, kdy ovládáme svůj dechový proud.

Správné tvoření hlásek: Mezi hlavní prvky souvislého mluvení, jimiž tvoříme slova a věty, jsou hlásky. Hlásky dělíme na samohlásky a souhlásky. Samohlásky zní z akustického hlediska jako tóny a souhlásky jako šumy.

Samohlásky: Samohlásky se artikulují tak, že se v ústech vytvoříme rezonanční dutinu jistého objemu a s ústním otvorem jisté velikosti a tvaru. Každá samohláska má svůj vlastní specifický tón, nejvyšší tón má samohláska i, postupně klesá e, a, o, nejnižší je u. České vokály zní, jako čisté hudební tóny, podporují zpěvnost češtiny. Samohlásky jsou krátké i dlouhé. Dlouhé jsou dvakrát až třikrát delší než krátké.<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup> LUKAVSKÝ, R., *Kultura mluveného slova*, Akademie múzických umění, Praha, Vydání I., 2000, ISBN 80-85883-61-9

Souhlásky: Správné tvoření souhlásek je pro většinu lidí samozřejmé, kultura mluveného slova, jejich správné tvoření předpokládá. Zdvojením souhlásky vznikají dvojhlásky, typickou českou dvojhláskou je ou, ale ve slovech cizích se vyskytují eu a au. Souhlásky, dělíme na párové hlásky znělé a neznělé. Trvání souhlásek je rozmanité.

## **Ortoepie**

Ortoepie se zabývá správnou výslovností spisovného jazyka. Určuje základní výslovnostní normu spisovné češtiny, ale k mluvní praxi připouští odchylky jejímu zpevnění i uvolnění, proto se mluví o třech stupních výslovnosti:

Základní stupeň, je označení pro styl veřejných mluvních projevů.

Nižší stupeň, je označení pro běžnou výslovnost, a za tu je považována spisovná mluva v běžném styku.

Vyšší stupeň, je označení pro pečlivou výslovnost, která se využívá v slavnostních proslovech.

Z hlediska mluvní praxe je pro hlasové profesionály důležité znát *základní ortoepické zásady a pravidla*: spisovnou výslovnost jednotlivých hlásek, užívání rázu, správnou výslovnost hláskových skupin.

Ortoepická výslovnost hlásek odpovídá v českém jazyce ve většině případů psané podobě, to znamená, že je čteme, tak jak jsou psány.

Ráz je tvořen nevědomky a přirozeně před každou samohláskou na začátku slova po sebekratší hlasové pauze. Ráz je nenahraditelný v základním a zejména ve vyšším stupni spisovné výslovnosti. Nižší stupeň v běžném rozhovoru dovoluje i výslovnost bez rázu, jestliže neporušuje výslovnost. Ráz je jednoznačně nezbytný, při pečlivější výslovnosti,

při volném tempu mluvy, při důrazném zesílení hlasu, při silném citovém vzrušení.

*„Hlavní ortoepická zásada je, že všechny napsané hlásky mají být i v rozličných spojeních, případně ve skupinách ortofonicky správně a řádně vysloveny, ať už jejich vžitá zvuková podoba pravopisné podobě odpovídá, nebo neodpovídá. Takové je pravidlo vyššího stylu.“<sup>56</sup>*

## **Eufonie**

Eufonie se zabývá libozvučností slovního projevu. Eufonická pravidla jsou zaměřena na libozvučnost všech mluvních prvků naší řeči a na hlasovou techniku.

Libozvučná výslovnost je založena na správném ortofonickém tvoření i spojování všech hlásek. Špatná výslovnost sykavek a hlásek r, ř i jiných působí rušivě, stejně jako různé pazvuky. Základ libozvučnosti nebo nelibozvučnosti mají jednotlivé hlásky už v sobě.

Další podmínkou libozvučné mluvy je technická a fyziologická stránka, jako dobrý hlas, síla hlasu, dýchání, hlasová technika.<sup>57</sup>

## **5.2. Výcvik mluvidel**

### **Cvičení dýchání**

Nesprávné užívání, vadné i nedostatečné dýchání vede u profesionálních mluvčů k přepínání a tím poškozování hlasu, někdy dochází k úplné ztrátě hlasu.

---

<sup>56</sup> LUKAVSKÝ, R., Kultura mluveného slova, Akademie múzických umění, Praha, str. 25  
Vydání I., 2000, ISBN 80-85883-61-9

<sup>57</sup> LUKAVSKÝ, R., Kultura mluveného slova, Akademie múzických umění, Praha, Vydání I.,  
2000, ISBN 80-85883-61-9

### Cvičení lze zaměřit dvojím způsobem:

Ke zvýšení kapacity plic, to je množství nadechovaného vzduchu, čím větší je tato kapacita, tím jsou lepší podmínky pro dobrou fonaci a dikci.

Zvětšovat kapacitu plic a prohlubovat dech jde dvojím způsobem přímým a nepřímým.

Nepřímý způsob je, ten kdy k dosažení uvedeného cíle přispívají tělesné výkony, které zvyšují činnost plic. Doporučuje se například pochodování plavání, stoupaní do mírných svahů, bruslení, mírný běh, tělocvik. Tyto činnosti nesmí být příliš namáhavé, nelze o výkon, ale o cvičení plic a dýchání. Tato cvičení by se měla provádět v čistém a vzdušném prostředí. Pohyby by měli být rytmicky sladěné s dýcháním.

Ke správné ekonomii výdechu, to je ovládnutí nakládání s nadechnutým vzduchem při jeho užití pro řeč. Výdechová ekonomie je snížení počtu nutných vdechů při mluvním projevu v rozumné míře, i zde je třeba jistý výcvik.

Výcvik výdechové ekonomie by měl směřovat k snížení počtu vdechů, aby bylo při jednom výdechu bylo vysloveno co nejvíce slov.

Nejprve se zaměříme na délku trvání samotného výdechu. Postupně se prodlužuje výdech, vždy jen o nepatrnou dobu. Poté začneme cvičit souhlásky neznělé, potom na výdech cvičíme souhlásky znělé, pak souhlásky m, n, ň, l, nakonec nasadíme samohlásky. Poslední nejdůležitější cvičení je cvičení přednesu celého textu.

### **Cvičení hlasu**

#### U hlasu cvičíme sílu a ohebnost

*Síla hlasu* se musí cvičit přiměřeně, aby nedošlo k poškození hlasu. Nejprve cvičíme různé stupně hlasové síly, text nebo proslov pronášíme v třech sílách, z hlediska nosnosti a slyšitelnosti. Poté cvičíme možnosti

zvládnutí prostoru, zkoušíme od ovládnutí menších prostorů až po větší. Nakonec procvičujeme známým pěveckým cvičením zvaným „*messa di voce*.“

*Ohebnost hlasu* cvičíme modulováním hlasu, to znamená pohybovat jím v určité tónové škále a v určitém rozmezí síly. Je třeba získat hlas dostatečně ohebný, aby bez námahy proměňoval žádoucí toniku i dynamiku. Užitečný je zvukový záznam, který prozradí mluvčímu chyby, kterých se dopouští.

### **Cvičení artikulace**

Artikulace je tvoření hlásek. Cvičení artikulace je práce se skutečně existujícími hláskami v určitém jazyce.

Samotné cvičení probíhá tak, že nejprve praktikujeme cvičení pro uvolnění dutiny ústní, poté cvičení rtů, jazyky a cvičení měkkého patra.

Cvičení vyžadují dosti času, péče a hlavně vytrvalosti.<sup>58</sup>

### **5.3. Komunikace ve stresu**

Člověk vystupující na veřejnosti musí mít vnitřní odvahu a odolnost proti stresu, aby mohl vzdorovat stresovým faktorům, které většinu lidí při veřejném vystupování přepadají.

#### *Ve stresu se u nás projevují přirozené mechanismy například:*

Zrychluje se nám tepová frekvence, srdeční činnost, stoupá nám krevní tlak, pocítujeme napětí svalů, zrychluje se nám dýchání, zvyšuje se u nás potivost, přehnaně nebo nulově využíváme gestikulaci, často nám vysychá v ústech, změní se naše držení těla, děláme nelogické pauzy, mění se náš hlas,

---

<sup>58</sup> HÁLA, B., *Technika mluveného projevu z hlediska fonetiky*, Státní pedagogické nakladatelství v Praze, Vydání I., 1958



mluvíme příliš rychle či pomalu, hůře artikulujeme a čteněji se u nás vyskytují parazitní zvuky.

Zkušený řečník je schopný zvládat trému a zabránit jí, aby jeho tělo ovládala. Zvládnutá tréma nás může vybudit k lepšímu výkonu.<sup>59</sup>

## **5.4. Metody zvládnání trémy**

Tréma je přirozená obrana našeho organismu. Jak trému zvládnout? Existují metody jak trému zvládat.

### **Pozitivní formulace**

Je třeba před výstupem přeformulovat své negativní myšlenky. Doporučuje se, si vytvořit několik pozitivně formulovaných vět, které si opakujeme několikrát denně, aby se nám dostala do podvědomí.

### **Soustředění pozornosti**

Toto cvičení používáme před výstupem nebo při zaplavení pocitem trémy. Soustředíme pozornost na jednu věc a potlačujeme ostatní myšlenky.

### **Rychlá relaxace**

Tohle cvičení se provádí před vystoupením na rychlé relaxování. Střídáme prudké stříhové střídání fází kontrakce při nádechu, udržujeme napětí při zadržném dechu a při výdechu prudké celkové uvolnění. Můžeme ho, provádět v sedě i ve stoje.

---

<sup>59</sup> ŽANTOVSKÁ, I., Rétorika – teorie a praxe, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2008, ISBN 978-80-86723-57-0

## **Dechové cvičení**

Používáme k uklidnění před vystoupením. Snažíme se co nejvíce zpomalit dýchání, soustředíme se na prodloužení výdechové fáze. Výdech by měl být delší nejmíň o třetinu, než nádech.

## **Asociační metoda**

Metoda vzpomínek, vybavujeme si okamžiky, kdy nám bylo dobře, byli jsme uvolnění a klidní. Musíme docílit intenzity zpětného prožitku, abychom si mohli vybavit provázenou tělesnou reakci. Můžeme se přenést do budoucna, kdy nás po projevu čeká uvolnění, úleva, pocit uspokojení.

Způsob jak zvládnout trému, je účastnit se plánovaně situací, v kterých se trémou setkáme a opakovaným cvičením nad trémou získat kontrolu.<sup>60</sup>

## **5.5. Zásady mluveného projevu**

Existuje několik zásad, kterých bychom se měli držet aby, jsme mohli být kvalitními řečníky.

Mluvíme pouze tehdy, pokud máme co říci. Lidé zajímají o čerstvé informace.

Důležité je nepodcenit přípravu, která je klíčová, abychom vytříbili a uspořádali informace dle důležitosti. Připravíme si projev písemně, několikrát si ho přeříkáme, můžeme si připravit bodový scénář.

---

<sup>60</sup> ŽANTOVSKÁ, I., Rétorika – teorie a praxe, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2008, ISBN 978-80-86723-57-0

Mluvní projev by měl být připraven v kvalitní jazykové formě. Podstatné je dbát na výběr slov, využívat bohatou slovní zásobu, vyhýbat se abstraktním výrazům. Proslov si připravte ve spisovném jazyce, vyhněte se nespisovným slovům.

Udržujte klid, chovejte se přirozeně. Sledujte svůj hlas, jeho sílu, výšku, barvu. Přiměřeně gestikulujte, od očí do pasu. Naučte se ovládat mimiku obličeje, mluvte pouze ústy a očima.

Nestavte mezi sebe a posluchače bariéru, nejste posluchačům nadřízený. Nevyhrožujte pravdami, ostrými výrazy, postihy. Pokud chcete posluchače před něčím varovat, udělejte to prostřednictvím údajů a otevřených faktů.

Udržujte oční kontakt s posluchači. Usmívejte se a navodte pozitivní atmosféru.

Projev ukončete včas, zbytečně neprotahujte své výstupy, aby se posluchači nenudili. Pokud vás posluchači nesledují, je to většinou vaše vina, že nedokážete udržet pozornost diváka.<sup>61</sup>

## **5.6. Požadavky na moderního novináře**

-Povolání novináře je už staré mnoho let, ale doba se mění a požadavky na novináře také.

-Profesní kvalifikace, znalost žurnalistických a souvisejících profesí, nezávislost, porozumění, originalita, oddanost novinářskému poslání.

-Publicistická i literární znalost.

---

<sup>61</sup> MĚCHUROVÁ, A., Jak dobře mluvit a úspěšně jednat, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání II., 2008, ISBN 978-80-86723-32-7

- Dokonalá znalost českého jazyka a schopnost porozumět cizojazyčným textům.
- Předpoklad pro věcnost a proporce ve zpravodajství.
- Schopnost objektivně hodnotit situace
- Umění řešit rešerše, výzkumy veřejného mínění, statistiky zpětné vazby.
- Ovládat práci s fotoaparátem a počítačem.
- Mít organizační schopnosti a umět pracovat s veřejností.

Požadavky na moderního novináře, jsou požadavky, které by měl tiskový mluvčí také splňovat.<sup>62</sup>

## **5.7. Krizové řízení**

Krizové řízení je součástí práce tiskových mluvčích. Většina institucí má své krizové plány, kterých by, měl využít tiskový mluvčí v případě krizové situace. Krizová situace je ta, kdy je ohrožena organizace, kterou zastupuje. Ovládat krizový management je pro kvalitního hlasového profesionála nezbytností.

Krizový management vyjadřuje řízení ekonomických subjektů v případě nenadálé situace, která ohrožuje ekonomickou stabilitu nebo integritu. Často jde o personálně, ekonomicky, organizačně nebo podobné krizové situace, při kterých se zastaví klesající vývoj krizové křivky nejprve do vyrovnané polohy, poté pokračuje vzrůstajícím směrem.

---

<sup>62</sup> VERNER, P., Zpravodajství a publicistika, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2007, ISBN 978-80-86723-37-2

Krizové plány chránící společné zájmy zpracovávají orgány veřejné správy. Plány pro krizovou připravenost vypracovávají nejčastěji právnické osoby a také podnikatelské subjekty v oboru svého působení. Pravidla krizového řízení stanovuje Krizový zákon a jeho prováděcí předpisy.

Odpovědnost za vytvoření krizového plánu nese vedení organizace nebo subjektu, který ho zpracovává. Větší organizace mívají samostatný útvar, který vede bezpečnostní manažer.

Součástí krizového managementu je monitoring možných rizik, nejistot a nebezpečích plynoucích z negativních událostí, což umožňuje mí věšší kontrolu nad organizací.<sup>63</sup>

### **Krizová situace**

Za krizovou situaci je většinou považována mimořádná událost, například záplava, nehoda, požár či porucha, výpadek energií, dodavatelů, surovinových zdrojů apod.

### **Krizový plán**

*„Požadavky na krizové plány a plány krizové připravenosti a jejich náležitosti stanoví na základě Krizového zákona v § 15 až 18 nařízení vlády č. 462/2000 Sb.“<sup>64</sup>*

- Seznam mimořádných událostí a možnosti jejich výskytu. Možnosti výskytu může napomocet při rozhodování řešení případného rizika nebo plánování nákladů.

---

<sup>63</sup> Zdroj: Internetové stránky, [online] [cit. 2012-02-02]  
[http://cs.wikipedia.org/wiki/Krizov%C3%A9\\_%C5%99%C3%ADzen%C3%AD](http://cs.wikipedia.org/wiki/Krizov%C3%A9_%C5%99%C3%ADzen%C3%AD)

<sup>64</sup> Zdroj: Internetové stránky, [online] [cit. 2012-02-02]  
[http://cs.wikipedia.org/wiki/Krizov%C3%A9\\_%C5%99%C3%ADzen%C3%AD](http://cs.wikipedia.org/wiki/Krizov%C3%A9_%C5%99%C3%ADzen%C3%AD)

- Třídění událostí do skupin podle toho, jaké části infrastruktury je můžou ovlivnit. Pro dané skupiny jsou navrženy společné postupy pro mnohé události v jedné skupině.
- Strukturu organizace společnosti s ustanovením zodpovědných osob.
- Zahrnuje kontakty, na osoby které kontaktovat v případě mimořádné události.
- Seznam zdrojů a potřeb pro skupiny událostí (záložní vybavení, jiné vybavení, náhradní prostory).
- Jednoduchý soupis hlavních činností v organizaci, zadání stupně jeho významu pro správný chod instituce a možné dopady nečekaných událostí, na jednotlivé procesy.
- Odkazy důležité při odstraňování důsledků události, které mohou pomoci uvést organizaci do běžného chodu.
- Jednotlivé návody pro skupiny mimořádných událostí. Popisují kde, kdo a jak provádí činnost. Kdo komu podává informace, kdo za co nese odpovědnost a kdy končí stav náhlé události. Patří mezi nejdůležitější část dokumentu a záleží na jeho kvalitě, pro obnovu rychlosti a míry obnovy běžného chodu organizace.<sup>65</sup>

### **Krizová komunikace**

Krizová komunikace je součástí PR aktivit. Zásadou pro krizovou komunikaci je rychlá reakce na negativní aspekty, které poškozují zájmy instituce a můžou, tak vytvářet negativní pohled na instituci v očích veřejnosti.

---

<sup>65</sup>Zdroj: Internetové stránky, [online] [cit. 2012-02-02]  
[http://cs.wikipedia.org/wiki/Krizov%C3%A9\\_%C5%99%C3%ADzen%C3%AD](http://cs.wikipedia.org/wiki/Krizov%C3%A9_%C5%99%C3%ADzen%C3%AD)

Mezi časté příčiny krizové komunikace patří útoky konkurenčních společností na zájmy instituce, nepředvídatelné pohromy, ale i nevhodné jednání konkurenčních společností. Na tyto i jiné skutečnosti je důležité včasné reagovat.

Krizová komunikace je nástrojem na odražení nežádoucích útoků a je proto třeba značná znalost mediálního trhu.<sup>66</sup>

## 5.8. Vnitřní komunikace

Pro chod každé firmy je důležitý kontakt mezi zaměstnavatelem a zaměstnanci, mezi nadřízenými a podřízenými. Tiskoví mluvčí v případě vnitřní komunikace slouží jako jejich prostředník. Nefunguje jen jako prostředník mezi subjektem a novináři nebo veřejností. Je klíčovou osobou při jednání vně firmy.

Jednou ze zásad vnitřní komunikace je být co nejvíce otevřený i pravdivý. Kvalita vnitřní komunikace se projeví nejvíce v krizových situacích, kdy každá nepravdivá informace, může poškodit správnost postupů managementu a souvisí i s případným dopadem na zaváděná krizová opatření.

V případě krizové situace je dobré zaměstnance seznámit s hospodařením společnosti a s postupy jak se z nepříjemné situace dostat. I když to může znamenat nepříjemné propouštění, chce to dát najevo zaměstnancům podporu firmy v nepříznivé situaci, že oni jsou nezbytným článkem pro chod společnosti.

Komunikace se v těchto souvislostech stává velmi citlivou, proto je dobré, když je tiskový mluvčí seznámen s možnostmi této problematiky.

---

<sup>66</sup>Zdroj: Internetové stránky, [online] [cit. 2012-02-02]  
[http://cs.wikipedia.org/wiki/Krizov%C3%A9\\_%C5%99%C3%ADzen%C3%AD](http://cs.wikipedia.org/wiki/Krizov%C3%A9_%C5%99%C3%ADzen%C3%AD)

## **6. APLIKACE TEORETICKÝCH VÝCHODISEK V RÁMCI PRAXE V TISKOVÉM ODDĚLENÍ**

Jak ve skutečnosti fungují tiskový mluvčí? Řídí se nějakými pravidly? Studují nějaká teoretická východiska? Je práce tiskového mluvčí něčím náročná? Jak se stát tiskovým mluvčí? Všechny tyto otázky mě zajímaly, měla jsem možnost si ověřit odpovědi na ně v rámci praxe v tiskovém oddělení a odpověděli mi na ně odborníci v oboru.

Práce tiskového mluvčí podléhá nějaké instituci, kterou reprezentuje. Dostává pokyny, na co může reagovat a jak na to reagovat má. Dostává otázky od novinářů, ale i od běžných občanů.

Otázky přímá telefonicky, e-mailem, běžnou korespondencí, osobními schůzkami, a na tiskových konferencích.

Denně odpovídá na spoustu dotazů, připravuje si odpovědi na různé otázky, které konzultuje se svými nadřízenými. Musí neustále sledovat současnou situaci týkající se oboru, ve kterém se instituce pro níž pracuje, pohybuje. Musí se učit znát zmíněný obor, aby ho nemohla zaskočit žádná otázka.

Jeho pracovní doba není vždy od, do, často se stává, že je zaměstnavatelem povolán řešit nějakou krizovou situaci a musí si rychle připravit odpovědi na všetečné otázky novinářů. Toto operativní jednání není zrovna jednoduché, mluvčí musí využít svých nabytých zkušeností a poskytnout veřejnosti dostatečně obsáhlé odpovědi na otázky.

Tiskový mluvčí se musí řídit pravidly, které mu určí jeho zaměstnavatel, dále pravidly slušného chování. Dobří, tiskový mluvčí využívají pravidla spisovné češtiny a využívají i rétorické postupy. Většina tiskových mluvčí má žurnalistické vzdělání nebo navštěvují různé kurzy, kde se



vzdělávají po stránce rétoriky, verbální stránky i neverbální stránky mluvního projevu.

Zaměstnavatelé většinou dávají do pracovních smluv tiskových mluvčí, že nesmí vynášet interní informace. Nesmí bez souhlasu nadřízených podávat informace, které by mohli firmu poškodit.

Pravidla slušného chování by měli využívat všichni občané. Ale ten kdo veřejně vystupuje, a reprezentuje nějakou instituci, si musí dávat obzvlášť pozor, aby se nenechal nějakými dotazy vyvést z míry a neudělal, nějakou nerozvážnost, které by ho znemožnila, a tím by zároveň znemožnil i instituci kterou zastupuje.

Dodržování spisovného jazyka z hlediska veřejného vystupování se bere v této profesi jako samozřejmost. I když občas vidíme některé tiskové mluvčí, kteří se těmito pravidly neřídí. Přesto by každý tiskový mluvčí, který chce být považován za hlasového profesionála, měl mluvit spisovně. A nejen mluvit, tiskový mluvčí neodpovídá jen ústně, ale často i písemně proto je nezbytné, aby ovládal správný pravopis a měl dobrou stylistiku projevu.

Rétorické postupy se učí na žurnalistických školách i kurzech. Každý mluvčí jako dobrý řečník musí znát, řečnické žánry i monologické žánry a hlavně žánry publicistické, se kterými se ve své praxi setkává denně.

Kromě toho, že tiskový mluvčí studuje teoretická východiska, nezbytná pro praxi tiskového mluvčí. Jak již zmíněnou rétoriku, verbální i neverbální stránky projevu. Věnuje se neustálému zdokonalování v oboru, kterým se instituce, kterou zastupuje, zabývá.

Již z předchozích odpovědí na začátku položené otázky vyplývá, že povolání tiskového mluvčího není zrovna jednoduché. Náročnost neustálého zdokonalování jak v mluveném projevu, tak ve všeobecném přehledu

a v oboru, kterým se zabývá instituce, kterou zastupuje, je velmi časově náročné. Odpovědět na mnoho dotazů, přípravy na výstupy před novináři i širokou veřejností a organizování tiskových konferencí je velmi náročné.

Tiskového mluvčí nemůže dělat každý, musí to být člověk schopný naučit se velké množství informací, být pohotový, zvládat stresové situace, umět se výborně vyjadřovat.

Stát se tiskovým mluvčím není jednoduché. Instituce hledající tiskového mluvčího bude nejprve hledět na vzdělání a schopnosti. Vzdělání vysokoškolské, většina poptávající očekává, žurnalistické obory nebo profesionála v oboru, kterým se firma zabývá.

Další hledisko, na které se zaměstnavatel dívá, bývají jazykové znalosti, které jsou podstatné, aby byl tiskový mluvčí komunikovat minimálně v anglickém jazyce případně v jazycích jiných. Čím větší firma, tím očekává hlubší znalosti.

Zaměstnavatelé se zajímají také o zásadní věci, typu mluvní projev, slovní zásoba, kompozice textů, pohotovost odpovědí, všeobecný přehled v médiích i v daném oboru.

Samozřejmostí je, že je zajímavá praxe. Dále se zajímají o schopnost člověka reprezentovat nějakou instituci. V některých firmách je podstatný i fyzický vzhled.

Při výběru tiskového mluvčího se dělá výběrové řízení, kterého se účastní psychologové a různí lidé znalci oboru. Tento zaměstnanec je pro firmu důležitý, proto se snaží vybrat co nejkvalitnějšího profesionála. Který je podrobován různým testům, otázkám i praktickým cvičením.

Každý kdo by se chtěl ucházet o práci v tiskovém oddělení, by měl být připraven na tvrdé výběrové řízení, kde vyhraje ten nejlepší.

Práce tiskového mluvčí není jednoduchá, není to jen o mluvení a psaní zpráv a odpovědí na otázky. Je to zodpovědná práce, kde se vychází z teoretických východisek. Práce vyžadující pohotovost, odolnost proti stresu, trémě a někdy i proti hloupým otázkám.

Tiskový mluvčí se musí naučit být profesionálem, kterého nic nerozhodí. Často se setkává s lidmi, kteří se ho snaží nachytat otázkami, které se kolikrát netýkají ničeho, k čemu by se měl nebo mohl vyjadřovat, přesto musí najít odpověď, která nikoho nepoškodí.

Tiskový mluvčí je člověk, který jednou odpovědí může přijít o zaměstnání, proto je nutné, aby byl duchapřítomný a nenechal se ničím vyvádět z míry.

# 7. PRAKTICKÁ ČÁST

## 7.1. Popis průzkumu

Pro vypracování praktické části bakalářské práce jsem zvolila průzkum, data získám na základě položených otázek.

### Harmonogram průzkumu:

#### **Přípravná fáze**

- V průzkumu se pokusím zjistit, jaký vztah zaujímají tiskoví mluvčí ke své profesi
- Vymezím si hypotézy průzkumu. K ověření hypotéz použiji dotazník.

#### **Realizační etapa**

- Data získám technikou kvantitativního průzkumu tzv. dotazování prostřednictvím dotazníku, který rozešlu elektronickou poštou.

#### **Zpracování výsledků a jejich interpretace**

- Vyhodnotím získaná data.
- Zamítnu, či potvrdím určené hypotézy.
- Vyhodnotím nastíněný problém a poskytnu možná řešení.

## 7.2. Cíl a hypotézy průzkumu

Jaké vzdělání mají tiskoví mluvčí? Považují se za hlasové profesionály? Jaká teoretická východiska využívají ve své profesi? Cílem je na položenou otázku najít odpověď a na základě zjištění konkrétních dat vyhodnotit výsledek.

### Hypotézy průzkumu:

- 1) Profesi tiskového mluvčího vykonávají většinou ženy.

- 2) Mluvčí mají vzdělání převážně v oboru organizace, pro kterou pracují.
- 3) Tiskoví mluvčí se považují za hlasové profesionály.
- 4) Mluvčí ve své praxi využívají monologických řečnických útvarů.
- 5) Tiskoví mluvčí používají hlasová cvičení, ale nepoužívají je pravidelně.
- 6) Nejužívanější složky neverbální komunikace jsou pohledy, kinezika, mimika, vnější vzhled, posturika, proxemika, haptika.
- 7) Mluvčí nejčastěji používají metody na zvládnání trémy, nejvíce užívaná jsou dechová cvičení.
- 8) Většina organizací, pro které pracují tiskoví mluvčí, mají své krizové plány a mluvčí se je snaží dodržovat.
- 9) Tiskoví mluvčí jsou často podceňováni ze strany manažerů a vedení společností, pro které pracují.
- 10) Tiskový mluvčí sledují zahraniční trendy ve své profesi.
- 11) Mluvčí nedokážou zhodnotit reálnou úroveň tiskových mluvčích v České republice a tiskových mluvčích v zahraničí.

### **7.3. Charakteristika výzkumného vzorku**

Pro průzkum byli vybráni tiskový mluvčí soukromého i státního sektoru. Respondenti jsou ze všech oborů a odvětví, vyskytujících se v České Republice.

Respondenti byli vybráni z různých odvětví, protože nabízí různý pohled na užívání teoretických znalostí pro výkon profese tiskového mluvčího. Vzorek nabízí bezproblémovou dostupnost k získání dat.

Tento průzkum byl vytvořen pouze pro tiskové mluvčí. Důvodem je, že celá práce se zabývá touto profesí. Dotazování se zúčastnilo 100 respondentů. Průzkum by byl validní v případě, že bychom se dotazovali 400 – 500 lidí.

### **7.4. Metody sběru dat**

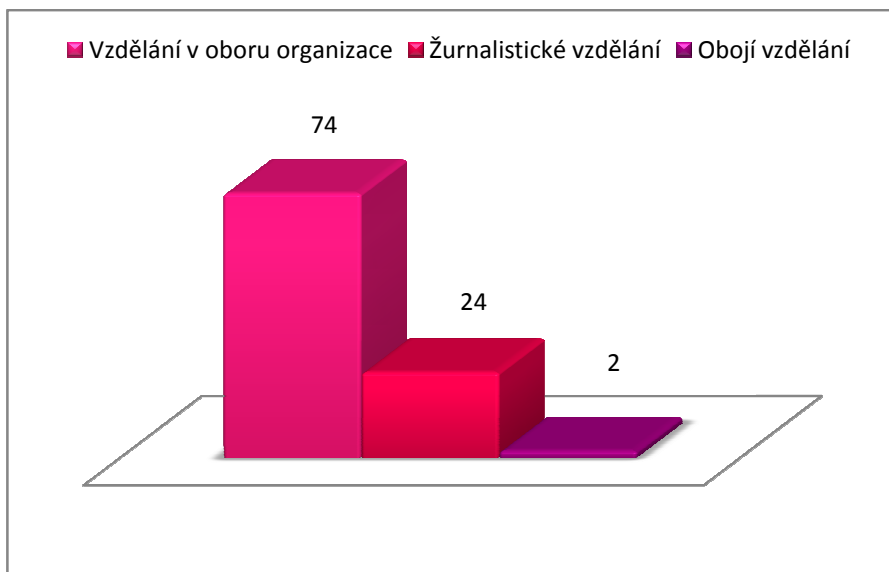
Pro sběr dat jsem využila techniku kvantitativního průzkumu takzvané dotazování. K dotazování jsme použili dotazník, který byl sestaven prostřednictvím otevřených, doplňujících a uzavřených otázek. Dotazník byl posílán prostřednictvím elektronické pošty.

### **7.5. Sběr a zpracování údajů**

V dotazníkovém šetření odpovídalo 57 procent žen a 43 procent mužů.

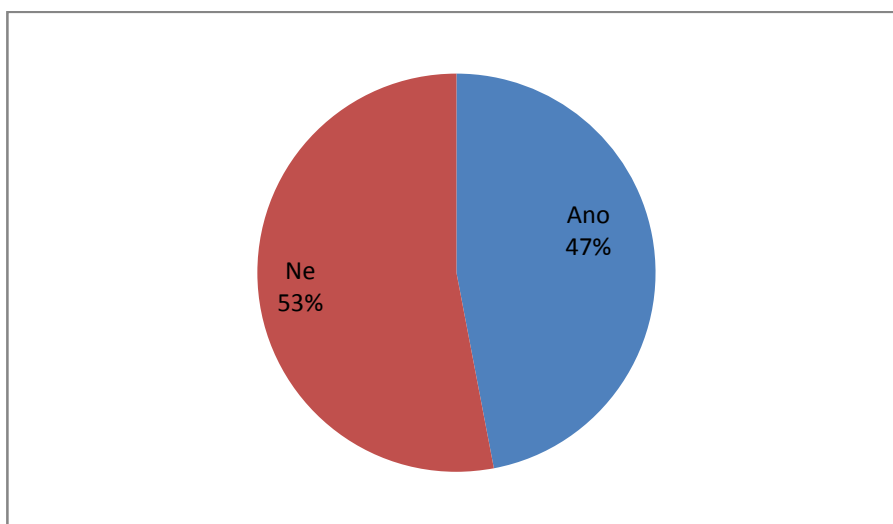
Na otázku zda respondenti mají žurnalistické vzdělání odpovědělo 24 procent respondentů, že mají toto vzdělání. Vzdělání v oboru organizace pro kterou pracují má 74 procent a pouze 2 procenta dotázaných má obojí vzdělání.

**Graf1: Vzdělání tiskových mluvčích**



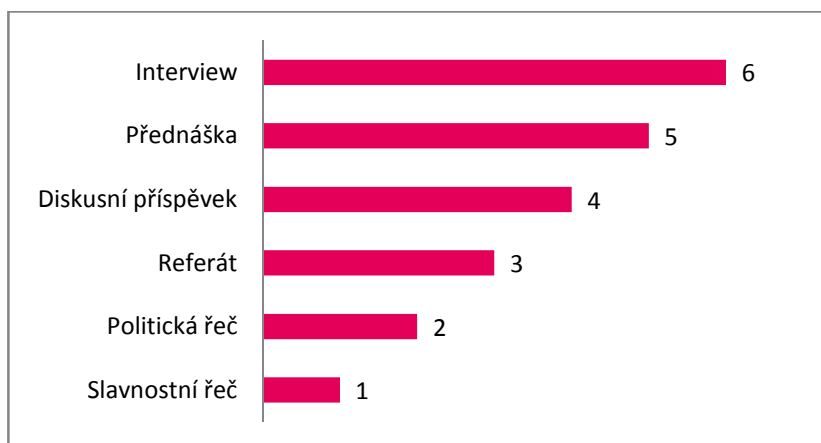
V další otázce byli respondenti dotazováni, zdali se považují za hlasové profesionály. Dotázaní respondenti odpověděli, tak že 47 procent se považuje za hlasové profesionály a 53 procent se za hlasové profesionály nepovažuje.

**Graf 2: Hlasový profesionál**



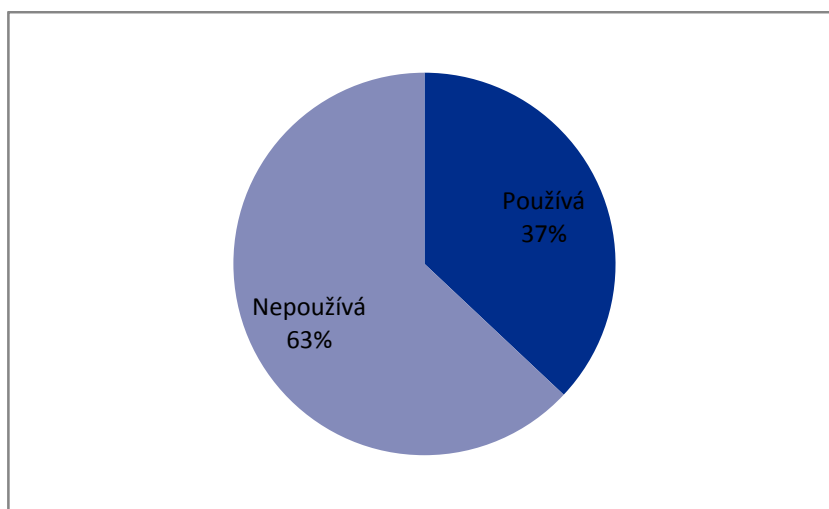
Na otázku jestli mluvčí ve své praxi využívají základní monologické útvary 90 procent respondentů, odpovědělo ano. Pouze 10 procent odpovědělo, že ne. Nejužívanějším útvarem je interview, druhým nejvíce užívaným útvarem je přednáška, třetí nejvíce užívaný útvar je diskusní příspěvek, čtvrtý je referát, pátým je politická řeč a nejméně užívaným jsou slavnostní proslovy.

**Graf 3: Nejužívanější monologické řečnické útvary**



V další otázce byli respondenti dotazováni, na to jestli užívají hlasová cvičení. Kdy 37 procent dotazovaných odpovědělo, že hlasová cvičení používá a celých 63 procent respondentů odpovědělo, že je nepoužívá.

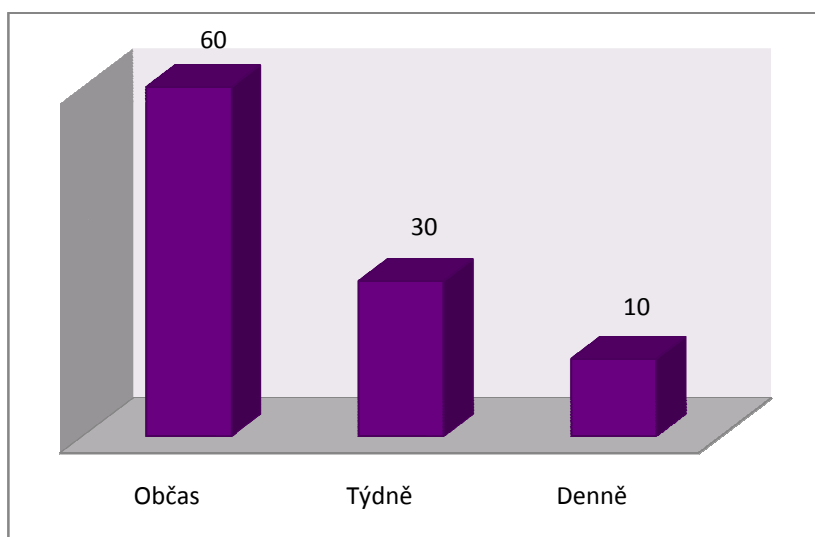
**Graf 4: Používání hlasových cvičení**





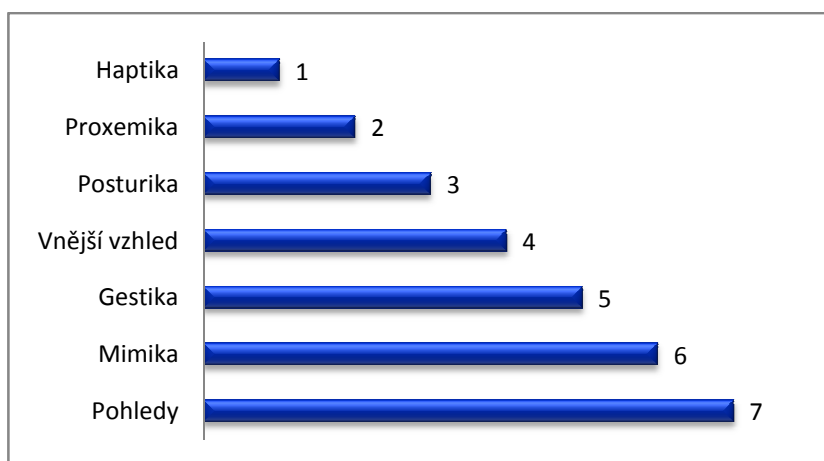
Na otázku jak často provádějí respondenti hlasová cvičení, z 37 procent odpovídajících, kteří hlasová cvičení používají, odpovědělo 60 procent občas, 30 procent týdně, 10 procent denně.

**Graf 5: Jak často provádí hlasová cvičení**



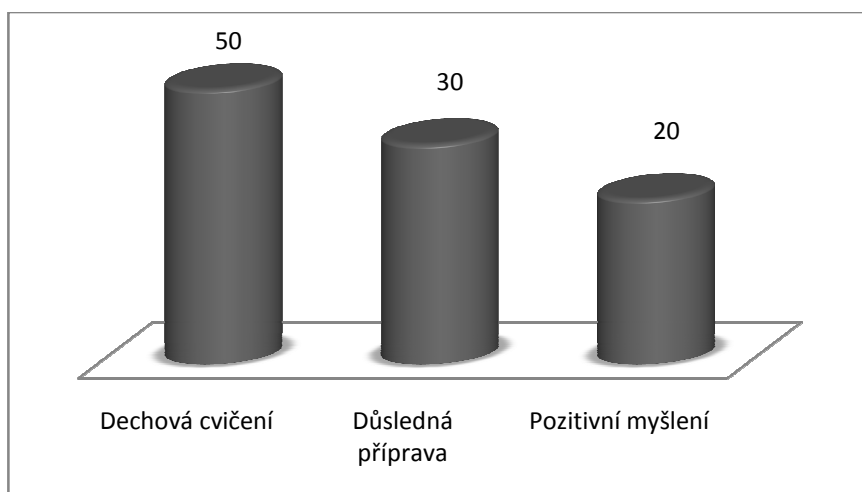
Na otázku jaké složky neverbální komunikace nejčastěji používají, odpověděli dotazovaní tak, že nejčastěji užívají pohledy. Jako druhou nejčastěji užívanou složku označili mimiku, poté gestiku, vnější vzhled, posturiku, proxemiku, jako nejméně užívanou označili haptiku.

**Graf 6: Nejčastěji užívané složky neverbální komunikace**



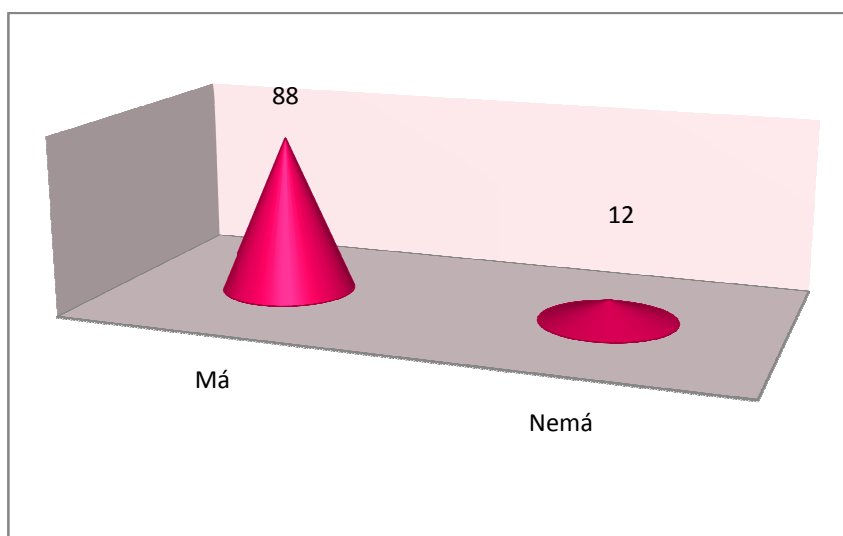
Otázka, zdali užívají respondenti nějaké metody na zvládnání trémy, odpovědělo 80 procent respondentů, že žádné techniky neužívá. Ze zbylých 20 procent odpovědělo: 50 procent používá dechová cvičení, 30 procent důslednou přípravu a 20 procent pozitivní myšlení.

**Graf 7: Nejužívanější techniky na zvládnání trémy**



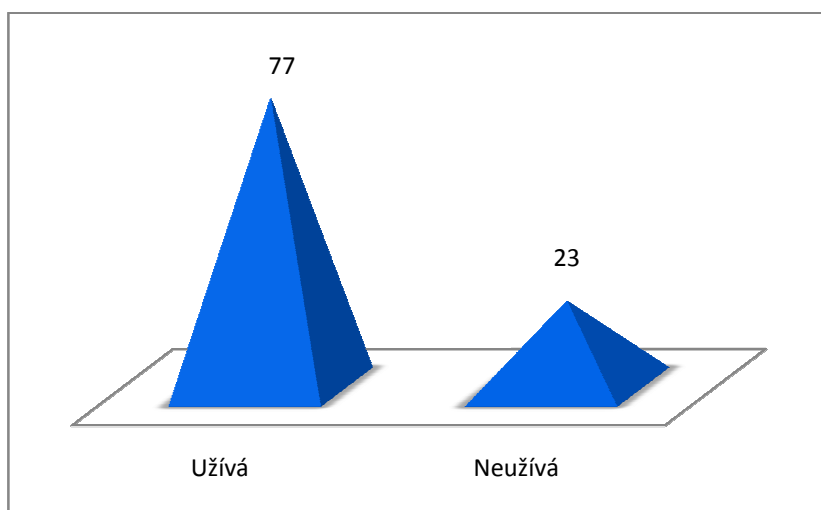
Na otázku jestli má organizace, kterou mluvčí zastupují krizový plán, odpovědělo 88 procent respondentů, že krizový plán má. Zbylých 12 procent odpovědělo, že instituce krizový plán nemá.

**Graf 8: Má instituce krizový plán**



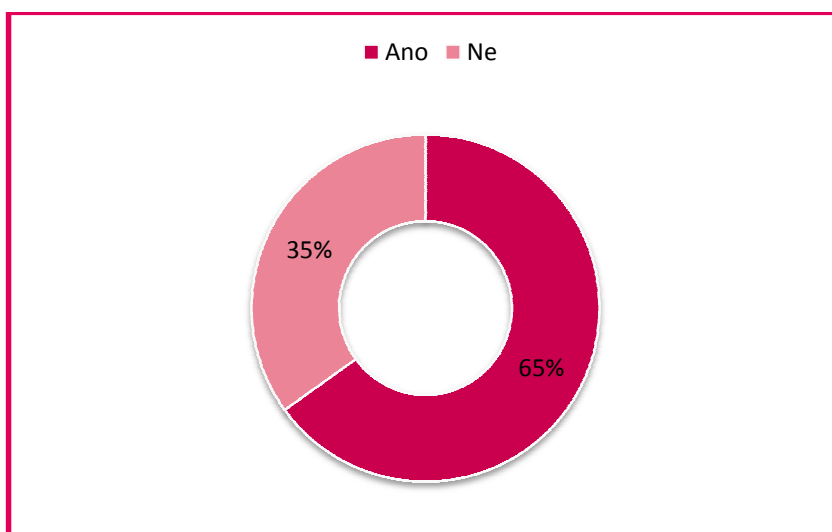
Otázku, jestli se respondenti krizovým plánem řídí, odpověděli v celých 73 procentech, že se krizovým plánem řídí, pouhých 27 procent dotázaných se krizovým plánem neřídí.

**Graf 9: Užívání krizového plánu**



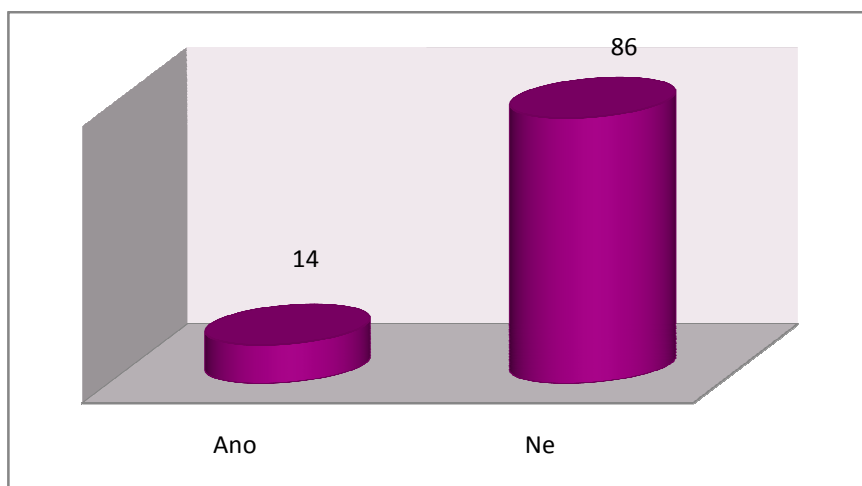
Na otázku zda-li se respondenti cítí podceňováni ze strany manažerů či vedení organizace pro kterou pracují, odpovědělo 65 procent odpovídajících, že ano, 35 procent odpovědělo, že se podceňováni necítí.

**Graf 10: Podceňování role tiskového mluvčího, ze strany manažerů či vedení organizace**



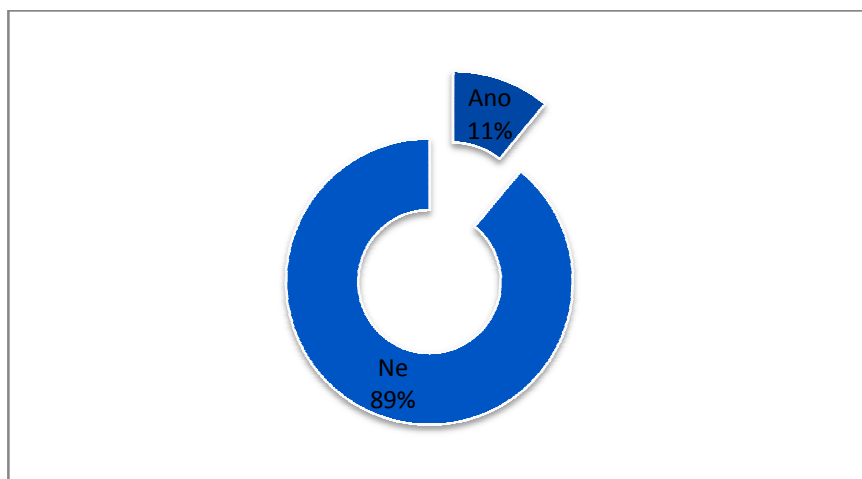
Na otázku jestli tiskoví mluvčí sledují používání zahraničních trendů v jejich profesi. 86 procent respondentů odpovědělo, že zahraniční trendy nesledují, jen 14 procent tázaných odpovědělo, že zahraniční trendy sledují.

**Graf 11: Sledování používání zahraničních trendů v profesi tiskového mluvčí**



Na poslední otázku, zda-li tiskoví mluvčí, dokážou ohodnotit reálnou úroveň tiskových mluvčích v České Republice a v zahraničí. 89 procent odpovědělo, že ne. Jen 11 procent si myslí, že dokáže zhodnotit reálnou úroveň.

**Graf 12: Dokázat zhodnotit reálnou úroveň TM v ČR a TM v zahraničí**



## 7.6. Interpretace údajů

Z průzkumu vzešlo, že dotazovaní mluvčí mají jen v 24 procentech žurnalistické vzdělání. Většina dotázaných a to 74 procent odpovědělo, že má vzdělání v oboru organizace, pro kterou pracuje. Zbylá 2 procenta odpověděla, že mají vzdělání v obou oborech.

Respondenti v dotazníku byli dotazováni, zda se považují za hlasové profesionály, z výsledků vyšlo najevo, že se za profesionály považuje 47 procent dotazovaných, zbylých 53 procent se za profesionály nepovažuje.

U respondentů nás zajímalo, zdali využívají základní monologické útvary typu interview, přednáška, referát, diskusní příspěvek slavnostní proslovy, politická řeč. Převažovali kladné odpovědi, 90 procent uchazečů používá monologické řečnické útvary.

Dotazovaní odpovídali na otázku, jestli používají hlasová cvičení a jak často? Ukázalo se, že hlasová cvičení používá méně respondentů, pouhých 37 procent. Z respondentů, kteří odpověděli kladně, 60 procent provádí hlasová cvičení občas, 30 procent respondentů cvičí týdně a 10 procent cvičí denně.

Šestá otázka se dotazovala na to, jaké složky neverbální komunikace respondenti používají nejčastěji, kde jako nejčastěji využívanou složku vybrali pohledy, poté mimiku, kineziku, vnější vzhled, posturiku, haptiku.

Na otázku číslo sedm respondenti odpověděli jen ve 20 procentech. Kde užívají jako opatření proti trémě v 50 procentech dechová cvičení, 30 procent vypralo důslednou přípravu a 20 procent označilo techniku pozitivního myšlení.

Osmá a devátá otázka se dotazuje na to, zdali mají organizace, pro kterou pracují vlastní krizový plán a jestli se ho respondenti drží. Průzkum ukázal, že vlastní krizový plán má 90 procent dotázaných a 85 procent z nich se ho drží.

Otázka deset se respondentů dotazuje na to, jestli se cítí podceňováni ze strany manažerů nebo ze strany vedení organizace pro kterou pracují. Tiskový

mluvčí odpověděli tak, že 65 procent se cítí podceňováno a 35 procent tento názor nesdílí.

Jedenáctá otázka se dotazuje respondentů na to zda-li sledují zahraniční trendy v profesi tiskového mluvčího. 86 procent vůbec nesleduje zahraniční trendy, jen 14 procent dotázaných sleduje zahraniční trendy.

Poslední otázka na to jestli dovedou tiskový mluvčí zhodnotit reálnou úroveň tiskových mluvčí v ČR a v zahraničí. 11 procent odpovědělo, že dokáže zhodnotit reálnou úroveň tiskových mluvčích, celých 89 procent tiskových mluvčích odpovědělo, že nedokážou zhodnotit reálnou úroveň

## **7.7. Shrnutí a doporučení**

Z nastavených hypotéz, které jsme si uvedli a zároveň ověřili prostřednictvím dotazníku. Vyšlo následující.

V první hypotéze jsem se zabývala tím, že v profesi tiskových mluvčí je více žen, tato hypotéza se potvrdila i když s těsným výsledkem.

Druhá hypotéza byla podána, že většina mluvčích má vzdělání v oboru organizace, pro kterou pracují. Tato hypotéza se také potvrdila.

V následující hypotéze jsem se zabývala, zda se tiskovní mluvčí považují za hlasové profesionály. Avšak se prokázalo, že se nepovažují za hlasové profesionály.

Další hypotéza se ukázala pravdivá, že mluvčí využívají monologických řečnických útvarů.

Pátá hypotéza, zabývající se hlasovými cvičeními, prokázala, že hlasová cvičení moc respondentů nepoužívá, a pokud je používá tak průzkum prokázal malou četnost používání.

Následující hypotéza o nejužívanějších složkách neverbální komunikace, byla průzkumem téměř prokázána, až na prohození kineziky s mimikou.

Další hypotéza o nejčastěji používaných metodách na zvládnání trémy se prokázala, nejužívanější metodou jsou dechová cvičení.

Osmá hypotéza se také prokázala, většina organizací, pro které pracují tiskoví mluvčí má své krizové plány a mluvčí se jich ve většině případů drží.

Devátá hypotéza dokázala, že tiskový mluvčí, se cítí podceňováni ze strany manažerů a vedením společností, pro které pracují.

Hypotéza číslo deset se nepotvrdila, z průzkumu vyplynulo, že tiskový mluvčí nesledují zahraniční trendy ve své profesi.

Poslední hypotéza se potvrdila, mluvčí nedokážou zhodnotit reálnou úroveň tiskových mluvčích v České republice a tiskových mluvčích v zahraničí.

Průzkum nám poskytl odpověď na naši otázku. Tiskový mluvčí stále dodržují teoretická východiska ve své praxi. I když to pokaždé není možné.

V naší zemi máme tento obor teprve 22 let, je to obor, který u nás nemá tradici, přesto se neustále rozvíjí. Z průzkumu vyplývá, že se současní tiskoví mluvčí drží klasických teoretických východisek.

Můžeme se domnívat, že časem do naší země začnou pronikat novější a modernější pohledy na profesi tiskového mluvčí a tato profese se v ČR bude nadále utvářet.

## ZÁVĚR

V úvodu práce byl vytyčen hlavní cíl, nasbírat odborné informace z odborné literatury a zpracovat je tak, aby vznikla práce, která osvětlí profesi tiskového mluvčího a techniky vystupování. Není téměř možné sehnat odbornou literaturu, kde by se psalo o tiskových mluvčích. Tato profese u nás vznikla až po roce 1989, proto o ní zatím není v literatuře mnoho zmínek.

Za pomoci vedoucí práce se podařilo vybrat vhodnou literaturu, ze které se dali čerpat informace spojené s touto profesí. Dalším cílem bylo vybrat z těchto knih co nejstručnější a nejrealnější obraz o rétorice, verbální i neverbální stránce projevu, o médiích.

Bylo důležité vytvořit práci, kde bude možné teoretická východiska aplikovat v praxi. Každá kapitola je uvedena, jak se dotýká profese tiskového mluvčího.

První kapitola nazvaná jako VYMEZENÍ POJMU RÉTORIKA, pojem rétorika byl vysvětlen pomocí několika knih, tato kapitola se věnuje rétorice jako samotné, řečnickým žánrům, monologickým řečnickým útvarům a publicistickým žánrům, všechny tyto informace tvoří základ řečníka.

Rétorika vznikla už v Antice, od té doby se už mnoho změnilo, ale podstata řečnictví zůstává. Tiskový mluvčí by bez základních znalostí z rétoriky nemohl fungovat.

Řečnické žánry jsou různé typy projevů k publiku, kterých se tiskový mluvčí může účastnit, proto mi přišlo smysluplné se o nich zmínit.

Základní monologické žánry jsou řečové útvary, s kterými přicházíme do styku všichni jak v práci, škole, tak v soukromém životě.

Publicistické žánry přímo souvisí s profesí mluvčího, toto povolání je s novinářskou prací spjato a využívá poznatky ze žurnalistiky.



Druhá kapitola s názvem VERBÁLNÍ STRÁNKA PROJEVU se zabývá verbální komunikací, kterou využíváme k dorozumívání pomocí řeči a jazyka. Předešlá věta nám logicky říká, že práce tiskového mluvčí je na komunikaci za pomocí řeči a jazyka založená. Tiskový mluvčí pracuje s hlasem, řečí, jazykem a proto bylo zcela nevyhnutelné rozebrat verbální stránku projevu.

Kapitola s číslem 3. NEVERBÁLNÍ STRÁNKA PROJEVU se věnuje, další složce řečnického projevu. Řečnický výstup by měl obsahovat neverbální stránku, dotváří a doplňuje mluvní proslov. Pro veřejné výstupy je několik pravidel užívání neverbální komunikace, proto je nutné, aby tiskový mluvčí znal řeč těla a také jí uměl používat.

Čtvrtá kapitola nazvaná VYMEZENÍ PROFESE TISKOVÉHU MLUVČÍ shrnuje povolání tiskového mluvčího do několika bodů. V podkapitolách se věnuje masové společnosti, médiím jejich roli a působení, veřejnému mínění, metodám a prostředkům manipulace v médiích. Dnešní společnost je nazývána masovou někdy mediální, protože žijeme ve světě technického pokroku, jsme ovlivněni převážně elektronickým mediem. Mluvčí je výtvozem mediální společnosti, je ovlivňován mediem, vystupuje v médiích, proto je vhodné se o médiích a jejich vlivech zmínit.

Kapitola s číslem pět nazvána TISKOVÝ MLUVČÍ JAKO HLASOVÝ PROFESIONÁL se zabývá pojmem hlasový profesionál, jaké vlivy dotváří mluvního do hlasového profesionála. V průběhu práce byly probírány stránky mluvního projevu i neverbální komunikace a média. Tato kapitola se dotýká témat, které byly okrajově nastíněny a zaslouží si větší rozbor, pro svou důležitost v profesi hlasového profesionála.

Zvuková stránka lidské řeči, z hlediska tvoření hlásek, správné výslovnosti a libozvučnosti mluveného projevu. Výcvik mluvidel, jak správně dýchat, cvičení síly a ohebnosti hlasu a také cvičení artikulace.

Vystupování před lidmi většinou lidí způsobuje stres, jak se projevuje stres a jak s ním bojovat, metody zvládnání trémy jsou podstatnou součástí každého, kdo vystupuje před lidmi. Zásady mluveného projevu, co dodržovat, aby řečnický projev byl považován za kvalitní.

Zmínit se o požadavcích na moderního novináře je také nevyhnutelné, jelikož tyto požadavky jsou spjaty s povoláním mluvčího, který chce být profesionálem.

Krizové řízení a vnitřní komunikace patří k důležitým pracovním povinnostem mluvčích. Je nezbytnou součástí profesního života mluvčích ve větších organizacích.

Kapitola s názvem **APLIKACE TEORETICKÝCH VÝCHODISEK V RÁMCI PRAXE V TISKOVÉM ODDĚLENÍ** je odpovědí na několik položených otázek, které jsou zajímavé v souvislosti s povoláním tiskového mluvčí. Zároveň jsou zde aplikována teoretická východiska, která jsou využívána v praxi tiskových mluvčích.

Poslední kapitolou je **PRAKTICKÁ ČÁST** má za úkol prozkoumat, zdali tiskový mluvčí využívají v praxi teoretická východiska.

Tato práce mi pomohla proniknout blíže k povolání tiskových mluvčích. Propojenost teorie s praxí je v tomto oboru nutná. Ti kdo jsou považováni za špičky v tomto povolání, se teorií řídí a podle mého názoru obohacují naši kulturu kvalitním mluveným slovem, které už tak málo slyšíme.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

ČECHOVÁ, M., a kolektiv, *Stylistika současné češtiny*, ISV – nakladatelství, Praha 1997, Vydání I., ISBN 80-85866-21-8

HÁLA, B., *Fonetika v teorii a v praxi*, Státní pedagogické v nakladatelství Praha, Vydání I., 1975

HÁLA, B., *Technika mluveného projevu z hlediska fonetiky*, Státní pedagogické nakladatelství v Praze, Vydání I., 1958,

LUKAVSKÝ, R., *Kultura mluveného slova*, Akademie múzických umění, Praha, Vydání I., 2000, ISBN 80-85883-61-9

KRAUS, J., *Rétorika a řečová kultura*, Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, Vydání I., Praha 2004, ISBN 80-246-0898-7

McQUAIL, D., *Úvod do teorie masové komunikace*, Portál, Vydání III., 2007, ISBN 978-89-7367-338-3

MĚCHUROVÁ, A., *Jak dobře mluvit a úspěšně jednat*, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání II., 2008, ISBN 978-80-86723-32-7

MUSIL, J., *Úvod do sociální a masové komunikace*, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání II., 2008, ISBN 978-80-86723-44-0

PALKOVÁ, Z., *Fonetika a fonologie češtiny*, Karolinum – nakladatelství Univerzity Karlovy, Praha 1997, Upravené vydání – dotisk, ISBN 80-7066-843-1

SOVÁK, M., a kolektiv, *Logopedie*, Státní pedagogické nakladatelství Praha, Vydání II., 1965

ŠAUR, V., *Pravidla českého pravopisu*, Ottovo nakladatelství, Vydání I., 2004, ISBN 80-7181-133-5

ŠTROBLOVÁ, S., *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa, Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2009, ISBN 978-80-86723-73-0

VERNER, P., *Úvod do praktické žurnalistiky*, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2007, ISBN 978-80-86723-36-5

VERNER, P., *Vývojové trendy v českých médiích po roce 1989*, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I. 2010, ISBN 978-80-7452-007-5

VERNER, P., *Zpravodajství a publicistika*, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2007, ISBN 978-80-86723-37-2

ŽANTOVSKÁ, I., *Jazyková komunikace v dějinách lidstva*, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2006, ISBN 80-86723-23-2

ŽANTOVSKÁ, I., *Rétorika – teorie a praxe*, Univerzita Jana Amose Komenského Praha, Vydání I., 2008, ISBN 978-80-86723-57-0

[http://cs.wikipedia.org/wiki/Krizov%C3%A9\\_%C5%99%C3%ADzen%C3%AD](http://cs.wikipedia.org/wiki/Krizov%C3%A9_%C5%99%C3%ADzen%C3%AD)

# SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

## Seznam grafů

GRAF 1: Vzdělání tiskových mluvčích.....	78
GRAF 2: Hlasový profesionál.....	78
GRAF 3: Nejužívanější monologické řečnické útvary.....	79
GRAF 4: Používání hlasových cvičení.....	79
GRAF 5: Jak často provádí hlasová cvičení.....	80
GRAF 6: Nejčastěji užívané složky neverbální komunikace.....	80
GRAF 7: Nejužívanější techniky na zvládnání trémy.....	81
GRAF 8: Má instituce krizový plán.....	81
GRAF 9: Užívání krizového plánu .....	82
GRAF 10: Podceňování role tiskového mluvčího, ze strany manažerů či vedení organizace .....	82
GRAF 11: Používání zahraničních trendů v profesi tiskového mluvčí.....	83
GRAF 12: Zhodnocení reálné úrovně TM v ČR a v zahraničí.....	83

## SEZNAM PŘÍLOH

PŘÍLOHA A – DOTAZNÍK.....	I
---------------------------	---

# PŘÍLOHY

## **Příloha A – Dotazník**

Vážený /á respondente/ko,

jmenuji se Štěpánka Hlaváčková a jsem studentkou 3. Ročníku UJAK obor Sociální a masová komunikace. V rámci mé bakalářské práce na téma Techniky vystupování tiskových mluvčí si Vás dovoluji požádat o vyplnění krátkého dotazníku, jehož cílem je zjistit jaká teoretická východiska využívá tiskový mluvčí ve své praxi.

Dotazník je anonymní a nezabere Vám více než 5 minut. Vaše odpovědi budou použity pouze pro účely této práce.

Děkuji Vám za pomoc i čas, který jste věnoval/a vyplnění tohoto dotazníku.

.....

Legenda: Dotazník se skládá z několika druhů otázek. Na otázky otevřené nebo doplňující odpovězte na vyhrazené linky. Na otázky s odpovědí ano/ ne, odpovězte, tak že tučně zvýrazníte otázku, která Vám je nejbližší. Na otázky, kde je napsáno seřad'te dle četnosti, seřad'te slova či slovní spojení, od nejužívanějších po méně užívané.

### **Jste muž nebo žena?**

- a) muž
- b) žena

### **1. Máte žurnalistické vzdělání?**

- a) ano
- b) ne

### **2. Máte vzdělání v oboru organizace, pro kterou pracujete?**

- a) ano
- b) ne

**3. Považujete se za hlasového profesionála?**

- a) ano
- b) ne

**4. Využíváte ve své praxi tyto základní monologické řečnické útvary?**

**Pokud ano seřad'te od Vámi nejvyužívanějších po méně využívané útvary.**

- a) ano
- b) ne

- 1a) Přednáška
- 1b) Referát
- 1c) Diskusní příspěvek
- 1d) Slavnostní proslovy
- 1e) Řeč politická, slavnostní
- 1f) Interview, tisková konference

**5. Používáte hlasová cvičení?**

- a) ano
- b) ne

**6. Jak často provádíte hlasová cvičení?**

- a) denně
- b) týdně
- c) občas

**7. Jaké složky neverbální komunikace nejčastěji využíváte jako doprovod mluveného projevu? Seřad'te dle nejvíce Vámi využívaných složek neverbální komunikace.**

- a) Proxemika (dodržování proxemických zón)
- b) Haptika (dotyková komunikace)
- c) Posturika (postoje)
- d) Kinezika (pohyby těla – gestika)



- e) Mimika (výrazy obličeje)
- f) Pohledy (udržování očního kontaktu)
- g) Vnější vzhled (systematické udržování vnějšího vzhledu, pro utváření vnějšího dojmu)

**8. Používáte nějaké techniky na zvládnání trémy? Pokud ano vypište jaké.**

.....

**9. Instituce, kterou zastupujete má vlastní krizový plán?**

- a) ano
- b) ne

**10. Pokud dojde k nějaké krizové situaci, držíte se krizového plánu?**

- a) ano
- b) ne

**11. Cítíte se podceňováni, manažery nebo vedením organizace, pro kterou pracujete?**

- a) ano
- b) ne

**12. Sledujete zahraniční trendy, které užívají tiskoví mluvčí v jiných částech?**

- a) ano
- b) ne

**13. Dokázali byste zhodnotit reálnou úroveň tiskových mluvčích v ČR a tiskových mluvčích v zahraničí?**

- a) ano
- b) ne

## **BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE**

**Jméno autora:** Štěpánka Hlaváčková

**Obor:** Sociální a masová komunikace

**Forma studia:** Kombinované

**Název práce:** Techniky vystupování tiskových mluvčí

**Rok:** 2012

**Počet stran příloh:** 3

**Počet stran bez příloh:** 86

**Počet titulů české literatury:** 17

**Vedoucí práce:** MgA. Magdalena Gracerová-Chrzová