

Univerzita Jana Amose Komenského Praha

BAKALÁŘSKÉ KOMBINOVANÉ STUDIUM

2013–2016

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Eliška Horáčková

Verbální a neverbální komunikace ve veřejném prostoru

Praha 2016

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Jana Mikšovská

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

BACHELOR COMBINED (PART TIME) STUDIES

2013-2016

BACHELOR THESIS

Eliška Horáčková

Verbal and nonverbal communication in public space

Prague 2016

The Bachelor Thesis Work Supervisor: Mgr. Jana Mikšovská

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 použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 17. února 2016

Eliška Horáčková

Poděkování

Děkuji vedoucí této bakalářské práce paní Mgr. Janě Mikšovské za cenné rady, odborné připomínky, přínosné konzultace, ochotu, trpělivost a dohled nad vypracováním celé bakalářské práce.

Anotace

Bakalářská práce je koncipována jako teoreticky zaměřená práce. Rozebírá komunikaci jako proces z hlediska sociálně psychologického. Bakalářská práce popisuje a rozděluje druhy komunikace podle stanovených kritérií a hledisek, dále se zabývá komunikačním procesem, jeho složkami a funkcemi. Bakalářská práce je zaměřena na verbální a neverbální komunikaci ve veřejném prostoru a zabývá se jejími složkami. Tyto složky jsou pak konkretizovány v prostředí veřejného prostoru, konkrétně v případě veřejného projevu.

Klíčová slova

Komunikace, komunikační proces, neverbální komunikace, paralingvistika, rétorika, složky komunikace, stylistika, verbální komunikace, veřejný projev, veřejný prostor.

Annotation

This Bachelor thesis is based on theoretical research. It discusses communication as a process of different social-psychological perspectives. This thesis describes and classifies types of communication according to an established criteria and theory. It also discusses the process of communication, its components and functions. This thesis focus is on the components of verbal and nonverbal communication in public space. These components are concretized in the environment of public space, specifically in the area of public speech.

Keywords

Communication, communication component, communication proces, nonverbal communication, paralinguistic, public speaking, public space, rhetoric, stylistics, verbal communication.

OBSAH

ÚVOD	8
1 SOCIÁLNÍ KOMUNIKACE	10
1.1 Komunikace a její funkce	10
1.2 Dělení komunikace	14
1.3 Komunikační kanály, komunikační prostředky a komunikační schéma	19
2 VERBÁLNÍ KOMUNIKACE	24
2.1 Charakteristika verbální komunikace	24
2.2 Lingvistické prvky komunikace.....	25
2.3 Paralingvistické prvky komunikace	28
3 NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE	32
3.1 Charakteristika neverbální komunikace.....	32
3.2 Dělení neverbálních signálů.....	34
3.3 Složky neverbální komunikace	35
4 PROJEV VE VEŘEJNÉM PROSTORU	40
4.1 Příprava veřejného projevu	40
4.2 Osobnost řečníka	44
4.3 Verbální komunikace ve veřejném projevu	47
4.4 Neverbální komunikace ve veřejném projevu	50
ZÁVĚR	53
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	55

ÚVOD

Předkládaná bakalářská práce je věnována tématu mezilidské komunikace, jejím druhů a specifickým. Práce je zaměřena na problematiku verbální a neverbální komunikace v rámci veřejného prostoru. Důvodem výběru tohoto tématu práce je aktuálnost dané problematiky, neboť v demokratické společnosti je zveřejňování pluralitních názorů důležité. To ovšem neznamená, že jsou tyto projevy po verbální a neverbální stránce bezchybné, jak to bylo vyžadováno např. v antickém Řecku.

V současnosti je problematika komunikace široce rozpracována dle různých hledisek a oborových specializací. V této práci je zaměřena pozornost na komunikaci v rovině sociálně psychologické. Problematika verbální a neverbální komunikace je zařazena do studijního oboru Řízení lidských zdrojů. Při práci s lidskými zdroji je pozornost věnována mimo jiné právě také mezilidské komunikaci, a to jak po stránce verbální komunikace, tak i po stránce komunikace neverbální.

Bakalářská práce je rozdělena do čtyř kapitol. První kapitola je věnována komunikaci a její definici na základě pohledu různých autorů. Dále je v první kapitole rozebírán komunikační proces, druhy komunikace, její funkce a její účastníci. Ve druhé kapitole je rozebírána verbální komunikace jako základní dorozumívací prostředek ve sdělování informací mezi lidmi, její charakteristické rysy a lingvistické a paralingvistické prostředky. Ve třetí kapitole je popisována a charakterizována neverbální komunikace, její signály a složky, které jsou označovány za starší dorozumívací prostředek komunikace než její verbální složka. Čtvrtá kapitola této práce je zaměřena na projev ve veřejném prostoru. Jsou zde rozebírány faktory, které ovlivňují kvalitu projevu ve veřejném prostoru, pozornost je také věnována přípravě veřejného projevu, osobnosti řečníka a v neposlední řadě verbální a neverbální složce veřejného projevu. Verbální a neverbální komunikace v projevu ve veřejném prostoru je konkretizována v oblasti řečnického stylu, který je pro projev ve veřejném prostoru charakteristický a prostřednictvím něhož se uskutečňuje. Přestože se publikum domnívá, že svou pozornost věnuje převážně verbální složce komunikace, hraje neverbální složka komunikace velmi důležitou roli. Význam neverbální komunikace si lidé často ani neuvědomují a míru jejího působení nejsou často schopni posoudit.

Cílem této práce je zjistit, jaký má verbální a neverbální složka komunikace význam v lidské komunikaci a zejména pak v projevu realizovaném ve veřejném prostoru. Práce má poskytnout informace k vytvoření efektivního veřejného projevu, který splní předem stanovený cíl, kvůli němuž bude na veřejnosti prezentován. Cílem práce je také poskytnout pohled na problematiku komunikace z pohledu sociálně psychologického, a to nejen na problematiku celého komunikačního procesu a jeho účastníků, ale také na problematiku verbální a neverbální komunikace a jejich vzájemného vztahu. Metodologický přístup, který je v celé práci použit, je přístup deskriptivně-analytický.

1 SOCIÁLNÍ KOMUNIKACE

Komunikace je pojmem velice obsáhlým. I z tohoto důvodu se v odborné literatuře objevuje celá řada různých definic. Každý autor chápe význam pojmu komunikace dle svého zaměření a oboru. Pro srovnání tedy autorka bakalářské práce uvádí několik definic pojmu komunikace z odborné literatury, pozornost je věnována zejména definicím pojmu komunikace z hlediska sociálně psychologického. Dále se v této kapitole autorka blíže věnuje funkcím a druhům komunikace a popisuje základní komunikační schéma.

1.1 KOMUNIKACE A JEJÍ FUNKCE

V širším významu lze chápat význam slova komunikace jako spojení něčeho s něčím jiným. „*Může být použito jako označení pro dopravní síť, přemísťování lidí, materiálu, ale také myšlenek, informací, postojů, pocitů od jednoho člověka k druhému.*“¹ Pro tuto práci je důležitá druhá část výše uvedené definice, tedy sociální aspekt pojmu komunikace.

Slovo komunikace je latinského původu, kde „*communicatio znamenalo původně ‚vespolné účastnění‘ a communicare ‚činit něco společným, společně něco sdílet‘*“². Komunikace není podle Zbyňka Vybírala „*jen proudění informace, ale i podílení se na celku komunikace a na povaze či dopadu zprávy třeba jen tím, že jsme přítomni. Komunikujeme, i když jen přihlížíme slovní výměně mezi dvěma účastníky...*“³ Další definici, která potvrzuje daný úhel pohledu na vymezení pojmu komunikace, přináší Irena Žantovská, která uvádí, že komunikace „*neznamená jenom přenos a sdělování informací, komunikace v sobě zahrnuje ještě jednu velikou oblast kromě procesu sdělování a to je oblast sdílení – součástí komunikace není jen přenos informací, ale také sdílení určitého postoje, názoru, atmosféry i sdílení procesu vytváření určitých společných postojů, norem, symbolů, významů*“⁴.

¹ MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi. 2., doplněné a přepracované vydání.* Praha: Grada, 2010, s. 19.

² VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace.* Praha: Portál, 2005, s. 25.

³ Tamtéž, s. 25.

⁴ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace.* Praha: Dokořán, 2015, s. 15.

Komunikaci tedy lze chápat jako nejdůležitější nástroj při dorozumívání mezi lidmi. Člověk je tvor komunikativní, jeho dorozumívacím prostředkem je komunikace. Důležitost mezilidské komunikace je tedy nesporná. Prostřednictvím komunikace, a to ve všech jejích formách, se lidé dorozumívají, předávají si informace, ovlivňují se a vytváří vztahy mezi sebou. V tomto případě se jedná o komunikaci, která představuje druh sociální interakce, tedy sdělování nebo vzájemnou výměnu informací mezi účastníky komunikace.⁵

Každého komunikačního procesu se zúčastní komunikátor, který vysílá zprávu, a komunikant, jenž vysílanou zprávu přijímá. Další složkou komunikačního procesu je komuniké, tedy „*vysílaná zpráva jako myšlenka nebo pocit, který jeden člověk sděluje druhému. Vyslaná zpráva má podobu verbálních a neverbálních symbolů.*“⁶ V komunikačním procesu je pak důležitý komunikační jazyk, tedy jazyk, ve kterém je zpráva předávána (podrobněji uvedeno v kapitole 2); komunikační kanál neboli forma, kterou je zpráva předávána (podrobněji uvedeno v kapitole 1.3); feedback, tedy zpětná vazba, způsob reakce na přijímanou zprávu; komunikační prostředí, ve kterém se komunikace odehrává. Další složkou, která ovlivňuje komunikační proces je komunikační kontext situace, tedy „*celkový rámec, ve kterém probíhá. Má svoji složku vnitřní a vnější. Vnitřní je to, co se odehrává v nás, v naslouchajícím, jak na nás komuniké působí. [...] Vnější kontextem jsou všechny stimuly, které na nás působily dříve a působí i nyní (prostor, kde se nacházíme, situace, čas, lidé a jejich chování...).* Kontext je záležitostí nejen psychologickou a sociální, ale i kulturní.“⁷

⁵ NAKONEČNÝ, M. Sociální psychologie. Praha: Academia, 2004, s. 157.

⁶ MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi. 2., doplněné a přepracované vydání.* Praha: Grada, 2010, s. 25.

⁷ Tamtéž, s. 24-28.

Každá komunikace plní jistý účel, má stanovený jistý cíl, za kterým je vedena a uskutečňována. Je tedy důležité si uvědomit důvod komunikačního procesu. Irena Žantovská⁸ uvádí devět základních komunikačních funkcí:

- 1) informační,
- 2) instruktážní,
- 3) manipulační,
- 4) přesvědčovací – apelativní,
- 5) (sebe)propagační,
- 6) zábavní,
- 7) kontaktní,
- 8) rituálová,
- 9) estetická.

Ad 1) Informační komunikační funkce plní základní funkci komunikování mezi lidmi. Jedná se tedy o předávání získaných informací dalším lidem, účastníkům komunikačního procesu. Tato funkce je bazální, lidé mají potřebu si informace předávat. V tomto smyslu se může jednat o přednášku, referát, výklad, v pracovním prostředí pak o seznámení se s novou technologií, produktem, interními i zákonnými předpisy apod.

Ad 2) Instruktážní komunikační funkce ve většině případů doplňuje funkci informační s tím rozdílem, že základním úkolem instruktážní komunikační funkce je nejen informaci předat, ale také ovlivnit interpretaci informace, tedy ovlivnit komunikanta, jak danou informaci pochopí a jak s ní bude dále pracovat či nakládat. Jedná se tedy o komunikační případy již výše jmenované (např. seznámení s interními a zákonnými předpisy, s novou technologií apod.) a dále také např. v případě zaučení pracovníka na nové pracovní místo.

Ad 3) Manipulační komunikační funkce si klade za cíl ovlivnit příjemce, ale způsobem, kdy tento cíl není zřejmý, je tedy zastírán a velmi často jsou předkládány jiné cíle tak, aby byl manipulační záměr skrytý a komunikant nerozpoznal, že je

⁸ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán, 2015, s. 20-23.

manipulován. Tento manipulační záměr je patrný zejména v projevech s politickým podtextem (propagandistické rétorické výroky apod.).

Ad 4) Cílem přesvědčovací neboli apelativní komunikační funkce je vyvolání žádoucího postoje, jednání či změny. Tato funkce bývá spojována s instruktážní funkcí, ale je doprovázena motivačními prvky a projevy. Cíl není nikterak zastírán, naopak je opakovan a otevřeně přiznáván. Příjemce by tedy měl být pozitivně ovlivněn a motivován k budoucímu plnění stanoveného cíle. Přesvědčovací neboli apelativní komunikační funkce je využívána např. při projevech manažerů či vedoucích pracovníků ke svým podřízeným, při soudních či politických projevech.

Ad 5) Sebepropagační komunikační funkce vychází zpravidla z vnitřní potřeby řečníka (komunikátora) se prosadit, upoutat pozornost či prezentovat své myšlenky a názory. V současné době se s propagační komunikační funkcí můžeme setkávat v poměrně širokém měřítku, a to díky rozvoji masové a mediální komunikace. Jedná se také o reklamu, v tomto případě se seskupují dohromady hned tři funkce, a to propagační, manipulační a propagační funkce. Hlavním účelem je dosažení pozitivního přijetí komunikační role nebo image.

Ad 6) Zábavní komunikační funkce plní svou roli pobavit a uvolnit nejen komunikanta. Nachází se ve všech typech komunikace a pramení právě z potřeby uvolnit atmosféru a rozesmát publikum, pobavit nejen sebe, ale i ostatní příjemce. Zábavní funkce má často silný vliv na to, jak bude celá komunikace efektivně přijata.

Ad 7) Kontaktní komunikační funkce plní jednu ze základních lidských potřeb, dle Maslowovy pyramidy potřeb se nachází na třetím stupni. Jedná se o pocit sounáležitosti a zároveň sdružování. Tato potřeba ovšem závisí na každém jednotlivci a její míra je velice individuální, proto i míra kontaktní komunikační funkce bývá rozlišná. Milan Mikuláščík⁹ nazývá tuto funkci jako funkci socializační a společensky integrující, kdy komunikace plní účel vytváření vztahů mezi lidmi a lidé tak vzájemně mezi sebou navazují kontakty a sbližují se.

⁹ MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi. 2., doplněné a přepracované vydání.* Praha: Grada, 2010, s. 21.

Ad 8) Rituálová komunikační funkce vychází z kulturních tradic, jedná se zejména o sdílení hodnot dané skupiny lidí či celého kulturního společenství. Tato funkce se opírá o sdílení významů, symbolů a přesvědčení.

Ad 9) Estetická komunikační funkce je zejména hodnocena v umělecké komunikaci. V běžném komunikačním projevu se vyskytuje méně často, zejména doprovází rituálovou a kontaktní funkci při projevech na oslavách, výročích, setkání se zvláštním významem (výroční vystoupení, představení nového produktu apod.).

Je třeba zmínit, že komunikační proces je velice složitý, komunikační funkce se v jednotlivých komunikačních situacích mohou prolínat, málokdy se vyskytuje pouze jedna komunikační funkce samostatně.¹⁰

1.2 DĚLENÍ KOMUNIKACE

Komunikaci lze dělit podle mnoha různých kritérií. Vzhledem k zaměření této bakalářské práce jsou zde vybrány a jmenovány tři činitele, které komunikaci ovlivňují a rozdělují: podle počtu zúčastněných osob, podle prostředí, ve kterém se komunikace uskutečňuje, a podle komunikační interakce.

Podle počtu zúčastněných osob v komunikačním procesu dělí komunikaci Joseph DeVito¹¹ na šest základních forem komunikace:

- 1) intrapersonální komunikace,
- 2) interpersonální komunikace,
- 3) komunikace v malé skupině,
- 4) veřejná komunikace,
- 5) počítačem zprostředkovaná komunikace,
- 6) masová komunikace.

¹⁰ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán, 2015, s. 20-23.

¹¹ DEVITO, J. A. *Základy mezilidské komunikace*. 6. vydání. Praha: Grada, 2008, s. 29-30.

Ad 1) Intrapersonální komunikací se rozumí takový typ komunikace, který člověk vede se sebou samým, jedná se o vnitřní hlas, vnitřní promluvy k vlastní osobnosti.

Ad 2) Interpersonální komunikace se uskutečňuje mezi dvěma osobami, probíhá zde interakce, účastníci komunikace na sebe reagují a ovlivňují se. Prostřednictvím interpersonální komunikace si lidé mezi sebou utváří vztahy (nově založené vztahy, udržování stávajícího vztahu, zničení či napravení osobního vztahu mezi účastníky komunikace).

Ad 3) Komunikací ve skupině se rozumí taková komunikace, která probíhá v rámci malé skupiny lidí, tj. pěti až deseti lidí. Komunikace ve skupině slouží zejména k uspokojení lidských potřeb jako je potřeba společenského styku, náklonnosti či podpory. Komunikace a vzájemné působení lidí ve skupině vede nejčastěji k řešení problémů, rozvíjení nových nápadů, sdílení znalostí a zkušeností.

Ad 4) Veřejná komunikace se odehrává mezi řečníkem (mluvčím) a posluchači. Komunikace na veřejnosti je charakteristická větším počtem posluchačů, zpravidla je přítomno publikum, kterému je vysílána zpráva určena. Do tohoto typu komunikace se řadí také formy mediální komunikace.

Ad 6) Základním principem masové komunikace je šíření informace z jednoho zdroje (jednoho místa) a tato informace je určena pro mnoho příjemců, kteří se ocitají na různých místech, často po celém světě. Nejvíce rozšířenými masovými médii je televize, rozhlas, noviny a film.

Na rozdíl od Josepha DeVita Milan Mikuláščík¹² nazývá komunikaci ve skupině komunikací skupinovou, jelikož je zde přítomno více komunikátorů, interakce těchto komunikátorů probíhá ve větší míře než v interpersonální komunikaci. Je tedy také větší pravděpodobnost vzniku nedorozumění či konfliktů mezi účastníky komunikace.

Je důležité si uvědomit, že v interpersonální komunikaci člověk jako účastník komunikace ovlivňuje způsob a průběh celého komunikačního procesu. Při běžném

¹² MIKULÁŠČÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi. 2., doplněné a přepracované vydání.* Praha: Grada, 2010, s. 33.

komunikačním procesu je každý účastník komunikace zároveň komunikátorem (vysílá zprávu) i komunikantem (přijímá vysílanou zprávu). Pokud se v procesu komunikace tyto role přirozeně střídají, označuje se tato komunikace za symetrickou. Na druhé straně také existuje komunikace asymetrická, tedy bez možnosti odpovědi a reakce účastníků. Asymetrickou komunikací je také komunikace masová.¹³

Podle prostředí, ve kterém se komunikace uskutečňuje, má vliv na způsob jejího průběhu, dělí komunikaci Zbyněk Vybíral¹⁴. V odlišném prostředí jeden a ten samý člověk komunikuje odlišně, rozlišují se proto následující druhy komunikace:

- 1) intimní párová komunikace,
- 2) soukromá komunikace partnerů,
- 3) jednostranně řízená komunikace,
- 4) neformální neřízená komunikace,
- 5) formální řízená komunikace,
- 6) komunikace samotného člověka na veřejném prostranství,
- 7) komunikace davu,
- 8) komunikace při obchodování, uzavírání smluv,
- 9) komunikace prostřednictvím masmédií,
- 10) interkulturální komunikace.

Ad 1) Intimní párová komunikace probíhá v soukromí, účastníky komunikace tak nikdo další nesleduje, chovají se přirozeně a spontánně.

Ad 2) Soukromá komunikace je chápána jako komunikace partnerů, kteří se ocitají na veřejnosti, jejich komunikace je tedy sledována dalšími lidmi. Ti se ale do této komunikace nezapojují, jsou jí jen přítomni.

Ad 3) Jednostranně řízená komunikace představuje komunikaci, kde mají její účastníci jasně rozdělené role a pozice v procesu komunikace. Jedná se o rozhovor nadřízeného s podřízeným, interview, přijímací pohovor apod.).

¹³ MUSIL, J. *Úvod do sociální a masové komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008, s. 11.

¹⁴ VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, 2005, s. 39.

Ad 4) Neformální neřízená komunikace probíhá v malé primární skupině, kterou představuje rodina či příbuzenstvo. Tato komunikace se neřídí žádnými formálními pravidly, tato pravidla určuje primární skupina.

Ad 5) Formální řízená komunikace se odehrává v malé skupině, jejím charakteristickým znakem je zdvořilost, příkladem je např. porada na pracovišti.

Ad 6) Komunikace jednoho člověka na veřejném prostranství, kde jsou přítomni posluchači, kterým je obsah sdělení určen. Příkladem této komunikace je např. vystoupení na předvolebním mítinku, vystoupení politiků.

Ad 9) Základním rysem komunikace prostřednictvím masmédií je oslovení většího počtu lidí, kteří jsou od sebe vzdáleni, nejsou v jednom okamžiku na stejném místě. Příkladem komunikace prostřednictvím masmédií jsou živě vysílané telefonáty do rozhlasového či televizního pořadu, televizní projev hlavy státu apod.

Ad 10) Interkulturální komunikace probíhá v cizím prostředí či s osobou jiné národnosti, odlišných kulturních zvyků a hodnot.

Podle rozdílné interakce komunikace dělí komunikaci Milan Mikuláščík¹⁵. Toto dělení komunikace je poměrně široké, je však nezbytné zdůraznit, že jednotlivé druhy komunikace obsažené v tomto dělení se navzájem prolínají a velmi často může být obsaženo v rámci jednoho komunikačního projevu více druhů následujících typů komunikace:

- 1) komunikace záměrná,
- 2) komunikace nezáměrná,
- 3) komunikace vědomá,
- 4) komunikace nevědomá,
- 5) kognitivní komunikace,
- 6) afektivní komunikace,
- 7) pozitivní komunikace.

¹⁵ MIKULÁŠČÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi. 2., doplněné a přepracované vydání*. Praha: Grada, 2010, s. 31.

Ad 1) Při záměrné komunikaci má komunikátor pod kontrolou sdělovanou informaci, přesně ví, co chce prezentovat a způsob komunikace odpovídá jeho cíli. Příkladem takové komunikace mohou být proslovy politiků.

Ad 2) Projev je komunikátorem prezentován jiným způsobem, než komunikátor původně plánoval, výsledek takové komunikace může být ovlivněn trémou či dalšími emocemi. Emoční vypětí komunikátora tak zkresluje jeho původní komunikační záměr.

Ad 3) Do jisté míry se jedná o komunikaci záměrnou. Komunikátor si uvědomuje obsah i formu svého sdělení s tím rozdílem, že způsob jeho komunikace nemusí vždy odpovídat cíli komunikátora. Vědomá komunikace je uskutečňována např. ve školách v průběhu komunikace učitele se studenty či žáky.

Ad 4) Komunikátor neovlivňuje způsob či obsah svého projevu, nemá projev pod kontrolou. Komunikace nevědomá se z velké části překrývá s významem nezáměrné komunikace, velký vliv tedy má emoční stav a aktuální rozpoložení komunikátora.

Ad 5) Hlavním rysem kognitivní komunikace je racionalita, přesnost a logičnost. Tato komunikace je smysluplná a obsahuje řadu argumentů a příkladů. Příkladem kognitivní komunikace je seznamování pracovníků s novou technologií či zaváděným postupem.

Ad 6) Afektivní komunikace je zaměřena na citovou stránku člověka, jejím úkolem je působit na city posluchače, a tím způsobem ho naklonit na svou stranu. Při afektivní komunikaci jsou prezentovány příklady, které jsou emočně vypjaté a jejich úkolem je citově zasáhnout účastníky komunikace. Příkladem afektivní komunikace jsou motivační rozhovory nadřízeného pracovníka s podřízeným.

Ad 7) Pozitivní komunikace představuje prezentaci nadšení, přijetí či obdivu. Prostřednictvím pozitivní komunikace lze prezentovat i nepříjemná témata, příkladem jsou rozhovory manažerů ve společnostech, kdy např. prezentují kritiku přijatelně právě prostřednictvím pozitivní komunikace.

1.3 KOMUNIKAČNÍ KANÁLY, KOMUNIKAČNÍ PROSTŘEDKY A KOMUNIKAČNÍ SCHÉMA

Komunikační kanály označují způsob, jakým celý proces komunikace mezi lidmi probíhá, jakým způsobem se informace přenáší a je přijímána. Komunikačním kanálem může být kterýkoliv smysl člověka nebo kombinace několika těchto smyslů. Je důležité si uvědomit, že způsob, jakým komunikace probíhá a je vnímána ovlivňuje způsob přijetí, pochopení a porozumění obsahu předmětu komunikace.

Josef Musil¹⁶ rozlišuje šest druhů komunikačních kanálů nebo také způsobů dorozumívání, a to zrakové neboli optické, vizuální (postoje, pohyby), zvukové či akustické (řeč), dotykové čili taktilní, termální, chemické (pach, chuť) a ostatní (elektrické výboje apod.). V lidské komunikaci jsou nejvýznamnějšími komunikačními kanály ty zvukové a vizuální. Největší měrou tedy člověk při komunikaci využívá sluch a zrak, tyto dva smysly mu pomáhají dekodovat informace obsažené ve sdělení komunikace.

Výše jmenované komunikační kanály se nevyskytují pouze v případech, kdy komunikace probíhá tváří v tvář, účastníci komunikace jsou ve stejný čas na stejném místě a předávají si informace osobně, ale také v případě, kdy předávání a výměna informací probíhá neosobní formou, když účastníci komunikace nejsou v přímém osobním kontaktu. Ve druhém případě není nositelem informace přímo člověk jako konkrétní osoba, ale tyto informace jsou ve většině případů předávány prostřednictvím technického vybavení, např. prostřednictvím tisku, televize, rozhlasu a internetu. I v případech, kdy je komunikace předávána prostřednictvím výše jmenovaných komunikačních prostředků, využívá člověk nejvíce zrakového a sluchového smyslu, opět převažuje využívání vizuálního a zvukového komunikačního kanálu.¹⁷

¹⁶ MUSIL, J. *Úvod do sociální a masové komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008, s. 11-12.

¹⁷ Tamtéž, s. 11.

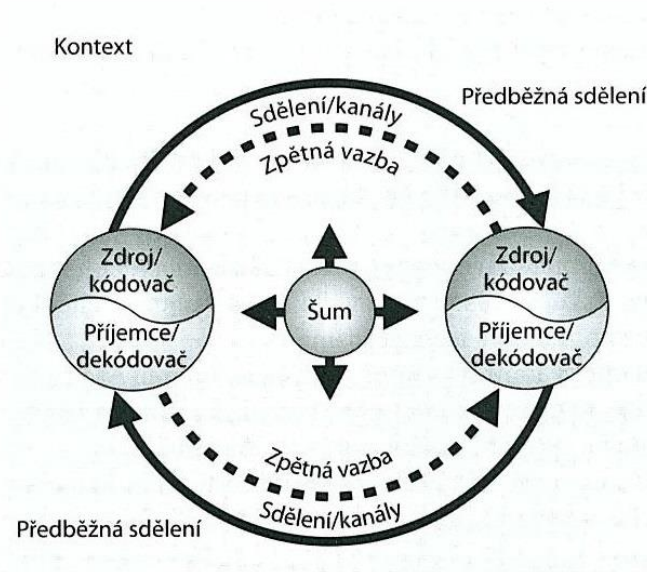
Základní komunikační prostředky představují nástroje, které řečník využívá při svém projevu za účelem předání sdělení, se stanoveným cílem svého projevu, při využití všech svých kompetencí a dovedností. Jako základní komunikační prostředky dle jejich charakteru lze označit prostředky skládajících se ze skupiny verbální, neverbální a paralingvistické. Skupina verbální označuje mluvenou složku projevu, neverbální skupinu pak tvoří prostředky, které jsou mimoslovní. Skupinou paralingvistických prostředků jsou označovány prostředky, které automaticky doprovází verbální složku mluveného projevu, tedy řeči (podrobněji uvedeno v kapitole 2.3).¹⁸

Volba a využívání komunikačních prostředků je velice důležitá pro efektivitu a dosažení stanovených cílů komunikačního procesu či projevu. Spojení komunikačních prostředků a složek verbální a neverbální komunikace dodává komunikačnímu projevu specifický ráz, odráží osobnost řečníka a určuje pochopení a případné přijetí projevu jako celku komunikantem. Toto základní dělení komunikačních prostředků je výchozí pro výstavbu projevu a pro průběh komunikačního procesu. V dalších kapitolách této bakalářské práce jsou blíže popsány a specifikovány komunikační prostředky skládající se z verbálních a neverbálních prostředků komunikace.

Každý proces komunikace probíhá podle určitého schématu. Schéma interpersonální komunikace je předem stanoveno, jednotlivé složky komunikačního schématu jsou pak proměnné, závisí vždy na konkrétním druhu komunikačního procesu. Vzájemné vazby mezi jednotlivými základními složkami komunikačního schématu jsou znázorněny na následujícím Obrázku 1: Základní schéma interpersonální komunikace. Základní složky komunikačního schématu jsou: předběžná sdělení, kontext, sdělení (kanály), zpětná vazba, zdroj (kódovač), příjemce (dekódovač) a komunikační šum.

¹⁸ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán, 2015, s. 27.

Obrázek 1: Základní schéma interpersonální komunikace



Zdroj: DEVITO, J. A. *Základy mezilidské komunikace*. 6. vydání. Praha: Grada, 2008, s. 33.

Podle Josepha DeVita¹⁹ jsou součástí komunikačního schématu jednotlivé složky znázorněné v Obrázku 1:

- 1) kontext komunikace,
- 2) zdroje - příjemci (kódovač a dekódovač),
- 3) sdělení/kanály,
- 4) zpětná vazba,
- 5) komunikační šum.

Ad 1) Kontext komunikace určuje důležitost, naléhavost či ležérnost průběhu celého komunikačního procesu. Kontext je fyzický, tedy konkrétní prostředí, ve kterém komunikace probíhá (např. kancelář, park, restaurace), dále existuje kulturní kontext, který zahrnuje přesvědčení, životní styl a způsoby jednání (pravidla chování, která jsou stanovena konkrétní společenskou skupinou, stanovení hodnot, co je považováno za správné a naopak), dalším druhem kontextu komunikace je sociálně psychologický

¹⁹ DEVITO, J. A. *Základy mezilidské komunikace*. 6. vydání. Praha: Grada, 2008, s. 33-42.

kontext, který spočívá v postavení účastníků komunikace a v jejich vzájemných vztazích (např. návštěva nadřazeného, setkání s přáteli, návštěva divadla s rodinou).

Ad 2) Účastníci komunikace působí zároveň jako zdroj (komunikátor, mluvčí) i příjemce (komunikant, posluchač). Převedení myšlenek, tedy jejich přeměna do řeči se označuje jako kódování, naopak následný převod zvukových vln na myšlenky je označován jako dekódování.

Ad 3) Sdělení (obsah komunikace) je v komunikaci prezentováno několika způsoby. Jedná se o verbální a neverbální předávání a přijímání sdělení. Sdělení jsou tedy vysílána a přijímána jedním smyslovým orgánem, nebo kombinací několika různých smyslů (komunikační kanály). Předběžná sdělení jsou taková, která předchází hlavnímu, zásadnímu sdělení. Jejich účelem je posluchače připravit na to, co bude následovat (např. předmluva, obsah, úvod řečnického projevu).

Ad 4) Zpětná vazba poskytuje mluvčímu informaci o přijímání sdělení (tedy o dekódování informace) posluchačem. Tato zpětná vazba se odehrává prostřednictvím verbálního (slovní reakce, dotazy, připomínky) i neverbálního sdělení (přikývnutí, úsměv).

Ad 5) Komunikační šum představuje zkreslení předávané informace, narušuje přímé sdělení informace na jeho cestě od komunikátora (mluvčího) ke komunikantovi (posluchači). Lze rozlišit několik druhů komunikačního šumu, a to fyzický šum, který vychází ze zdrojů mimo mluvčího i posluchač (zvuky z okolí, vedlejší sdělení, sluneční brýle, nečitelný rukopis, nedostatečná výslovnost), dále fyziologický šum, jenž představuje fyziologickou bariéru mluvčího či posluchače (vada zraku, sluchu, výslovnosti). Také existuje psychologický šum, který je označován jako mentální interference (vzájemné ovlivňování, prolínání). Psychologický šum zkresluje předávané sdělení na základě psychických vlastností a rozpoložení posluchače (předpojatost, předsudky, emotivnost, předjímání myšlenek ostatních účastníků komunikace). V neposlední řadě také existuje sémantický komunikační šum. Původ sémantického šumu je v rozdílnosti významu používaných verbálních prostředků (odlišnosti jazyka, dialekt, složité termíny, odborné výrazy, profesionální slang).

V průběhu komunikace dochází nejen ke sdělování informace, ale také k ovlivňování vztahů a postojů mezi účastníky komunikace. Pro pochopení souvislostí, ve kterých jsou sdělení předávána, Milan Mikuláščík²⁰ rozděluje pravidla základního komunikačního schématu do následujících kroků:

- 1) Vnímání dat: Jedná se o individuální schopnost každého jedince vnímat svět kolem sebe, tedy data a podněty z okolí. Vnímání dat závisí z největší části na významu podnětu pro účastníka komunikace a také na jeho vlastní pozornosti.
- 2) Spojování dat významem: V tomto kroku dochází k přeměně dat na informaci. Informace získává vlastní obsah (význam) a umožní pak chápat kontext sdělení i chronologickou návaznost.
- 3) Vkládání záměru a postoje: V této fázi se do sdělení promítá osobnostní složka účastníka komunikace. Informace je ovlivňována postojem účastníka, jeho záměrem, snažením a citovým vztahem.
- 4) Sebereflexe a sebekoncepce: Do komunikačního procesu nyní vstupuje i osobní vnímání vlastní role ve vztazích s ostatními účastníky komunikace (snaha působit na ostatní určitým způsobem, snaha vyvolávat reakce ostatních účastníků).
- 5) Soubor předpokladů, očekávání a pravidel: Do komunikačního schématu zasahují naučené vzory chování, pravidla chování, životní styl a hodnoty účastníků komunikace. Komunikační proces je tak ovlivňován specifickými rysy a vzory chování jednotlivých účastníků.
- 6) Kulturní model: Vztahy, normy a hodnoty, které jsou určeny danou kulturou či subkulturou, v níž účastník komunikace žije. Jedná se nejčastěji o politické, ideologické standardy či celkový kulturní rámec dané společnosti. Do popředí také vstupuje náboženství, jeho specifika a nároky, které se promítají do vystupování a ovlivňují chování účastníků komunikace. Kulturní model tedy velice ovlivňuje, jaká bude interakce mezi účastníky komunikace.

²⁰ MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi. 2., doplněné a přepracované vydání.* Praha: Grada, 2010, s. 23-24.

2 VERBÁLNÍ KOMUNIKACE

Verbální komunikace představuje jeden ze základních prvků dorozumívání se mezi lidmi navzájem, jedná se tedy o základní komunikační prostředek, prostřednictvím kterého si lidé sdělují informace, předávají si poznatky a sdílejí své zážitky. Verbální komunikace se skládá z lingvistických a paralingvistických prvků, které jsou v této kapitole blíže specifikovány.

2.1 CHARAKTERISTIKA VERBÁLNÍ KOMUNIKACE

Základem verbální komunikace je řeč, která je chápána jako nositel určitého sdělení. *„Verbální komunikace je specificky lidským způsobem komunikace, který má formu mluvené nebo psané řeči v užším smyslu (tj. formu jazyka). Mluvenou řeč umožňuje specificky lidská schopnost artikulace, jemné pohyby mluvidel, umožňující při mluvení článkování hlásek.“*²¹

Verbální komunikace je uskutečňována prostřednictvím mluveného nebo také psaného projevu. Prostřednictvím slov, pomocí řeči a jazyka je vyjadřována myšlenka, informace, obsah sdělení. *„Verbální (slovní) komunikací rozumíme dorozumívání se jedné, dvou a více osob pomocí jazyka anebo jinými znaky jazykového systému. [...] Slovní komunikací rozumíme výběr, kombinování a produkci jazykových znaků (psaní projevu, rozmyšlení řeči, artikulaci, řečovou strategii a ‚diplomacii‘, volbu stylu), proces vzájemného sdělování, percepce (vnímání) a recepci (příjem).“*²²

Verbální komunikaci lze označit za prostředek komunikace mezi lidmi. Potřeba jeho používání je spjata s vývojem lidského druhu a jeho potřebou vzájemného sdělování informací, poznatků a zážitků. Význam verbální komunikace je nepopíratelný zejména ve sféře sociálního života každého jednotlivce.²³

²¹ NAKONEČNÝ, M. Sociální psychologie. Praha: Academia, 2004, s. 163.

²² VYBÍRAL, Z. Psychologie komunikace. Praha: Portál, 2005, s. 106.

²³ MIKULÁŠTÍK, M. Komunikační dovednosti v praxi. 2., doplněné a přepracované vydání. Praha: Grada, 2010, s. 98-99.

2.2 LINGVISTICKÉ PRVKY KOMUNIKACE

Lingvistika je vědní disciplína, která se zabývá zkoumáním určitého přirozeného jazyka.²⁴ Tento obor se skládá z několika disciplín, které zkoumá a které pak tvoří lingvistické prvky komunikace. Podle Františka Čermáka²⁵ je součástí lingvistiky tyto disciplíny:

- 1) sémiotika - studium znakových systémů jazyka,
- 2) fonetika a fonologie - zvuková stránka jazyka
- 3) gramatika (morfologie a syntax) - tvorba slov a větných celků,
- 4) lexikon a sémantika – slovní zásoba a význam slov.

Každý přirozený jazyk se řídí pravidly, která jsou stanovena právě výše uvedenými disciplínami. Každý člověk se učí svému rodnému jazyku, učí se zvládat jeho fonologický (zvukový) systém, sémantický systém (systém významů slov) a v neposlední řadě také jeho syntaktický systém neboli řazení slov do smysluplných vět.²⁶ V současné době se odhaduje, že na Zemi se vyskytuje asi šest tisíc jazyků, prostřednictvím kterých se lidé v různých částech světa dorozumívají.²⁷ Český jazyk se dělí na jazyk spisovný, nespisovné útvary a poloútvary českého jazyka. Jazyk spisovný je nejdůležitějším útvarem národního jazyka, jeho podoba se řídí kodifikací neboli uzákoněním (existuje kodifikace pravopisná, tvaroslovná i výslovnostní). Mezi nespisovné útvary českého jazyka patří tradiční teritoriální dialekt, interdialekt a obecná čeština. Poloútvary národního jazyka pak jsou takové útvary, které nemají specifickou gramatickou stavbu, jedná se o profesní mluvu, slang a argot.²⁸

Co se týče slovní zásoby, existují dva typy, a to slovní zásoba aktivní a pasivní. Aktivní slovní zásobou se rozumí taková slova a slovní spojení, která jedinec běžně užívá, a to jak v mluveném, tak i psaném projevu. Velikost aktivní slovní zásoby je různá a u každého člověka odlišná. Obvykle se uvádí, že aktivní slovní zásobu tvoří 3 000 – 10 000 slov. Pasivní slovní zásobou tvoří slova a slovní spojení, která má

²⁴ ČERMÁK, F. *Jazyk a jazykověda*. Praha: Karolinum, 2011, s. 14.

²⁵ Tamtéž, s. 23-223.

²⁶ DEVITO, J. A. *Základy mezilidské komunikace*. 6. vydání. Praha: Grada, 2008, s. 124.

²⁷ VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, 2005, s. 105.

²⁸ ČECHOVÁ a kol. *Současná česká stylistika*. Praha: ISV nakladatelství, 2003, s. 45-56.

jedinec v paměti, ale běžně (aktivně) je nevyužívá, ačkoliv jim rozumí. Bývá uváděno, že pasivní slovní zásoba je třikrát až šestkrát vyšší než aktivní slovní zásoba a průměrně ji tvoří asi 50 000 slov.²⁹

Je důležité si uvědomit význam jednotlivých slov, co pro člověka jako jedince znamenají různá slova. Jednotlivá slova mají svůj denotační a konotační význam. Pojem denotace znamená objektivní význam daného termínu. Naproti tomu konotace vystihuje emoční, subjektivní význam termínu, pro každého člověka tedy odlišný význam. Konotační významy slov jsou ovlivněny momentálním rozpoložením člověka, prožitky a zážitky z minulosti, které se ke slovu vztahují a dávají mu tak specifický význam. Při verbální komunikaci je tedy nezbytné dbát na tuto vlastnost jazyka a jednotlivých slov.³⁰ Konotace je častější u slov abstraktních, kdy pojem, který je vyjadřován (má svůj přesný denotační význam) není jasně a přesně specifikován. Konotační význam slov je v průběhu interpersonální komunikace velmi častý, jeden výraz má tak jeden denotační význam, významů konotačních ale vlastní celou řadu. Tento fakt je ovlivněn měrou eufemismu a citu, kterou výraz obsahuje.³¹

Při verbální komunikaci se rozlišují různé funkční styly jazykového projevu. Podle komunikační funkce jazykového projevu lze podle Marie Čechové³² rozlišit následující funkční styly jazykového projevu:

- 1) prostě sdělovací (běžnědorozumivací),
- 2) administrativní,
- 3) odborný,
- 4) publicistický,
- 5) řečnický,
- 6) umělecký.

²⁹ TINKOVÁ, E. *Rétorika aneb Řeč jako nástroj*. Praha: Computer Media, 2010, s. 34-35.

³⁰ DEVITO, J. A. *Základy mezilidské komunikace*. 6. vydání. Praha: Grada, 2008, s. 124.

³¹ MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi*. 2., doplněné a přepracované vydání. Praha: Grada, 2010, s. 25.

³² ČECHOVÁ, M., KRČMOVÁ, M., MINÁŘOVÁ, E. *Současná stylistika*. Praha: Lidové noviny, 2008, s. 97-100.

Ad 1) Prostě sdělovací styl je běžný při každodenní komunikaci. Primárně slouží k předání informací, postojů a názorů mezi účastníky komunikace. Prostě sdělovací styl je užíván jak v neformálním prostředí (rodina, přátelé), tak v prostředí formálním (pracovní prostředí). Prostě sdělovací styl se vyznačuje svou nepřipraveností, spontánností, neoficiálností a emocionalitou.

Ad 2) Styl, který je používán při oficiálním styku se státními institucemi či soukromými subjekty (firmami). Tento styl je oficiální a mezi jeho základní znaky patří stručnost, přehlednost, věcnost, oficiálnost, objektivnost, pravdivost, formálnost a spisovnost.

Ad 3) Funkcí odborného stylu je funkce vzdělávací, tedy seznámit posluchače se současnými či novými poznatky daného tématu a problematiky. Charakteristickými znaky je jednoznačnost, úplnost, přehlednost, přesnost a oficiálnost.

Ad 5) Styl řečnický lze také nazvat stylem veřejných mluvených projevů. Mezi znaky řečnického stylu se řadí oficiálnost, připravenost, kultivovanost, působivost, zřetelnost, srozumitelnost, plynulost, gramatická správnost, souvislost a vhodnost. Slohové útvary, které se řadí k řečnickému stylu, jsou: projev, proslov (projev menšího rozsahu, určen pro menší počet posluchačů), řeč (politická, soudní, duchovní, slavnostní, smuteční) a přednáška.

Irena Žantovská³³ dále rozděluje žánry spadající do řečnického stylu do čtyř kategorií: agitační (politické projevy, apelativní projevy, soudní řeč), naučný (přednáška, referát, koreferát, diskusní příspěvek, sdělení), příležitostný (různé druhy projevů – slavnostní, smuteční, jubilejní, dále zdravice, přípitek) a žánr náboženský. Cílem agitačního řečnického stylu je přesvědčit publikum, výrazným prvkem je tedy argumentace, v agitačním projevu převažuje apelativní komunikační funkce. Charakteristickým znakem naučného řečnického stylu je věcnost, přesnost a odbornost jazyka, cílem je informovat a seznámit publikum s daným tématem. Převažující komunikační funkce je informativní. Příležitostné projevy plní zejména komunikační funkci rituálovou a kontaktní, cílem je navodit slavnostní atmosféru a vyvolat u publika

³³ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán, 2015, s. 184-192.

požadované emoce. Cílem náboženského řečnického stylu je upoutat posluchače a naklonit je k víře, charakteristické znaky pak vychází z tradic konkrétního náboženství.

Právě styl řečnický je tím stylem, jehož specifika jsou využívána ve veřejném prostoru. Je nezbytné, aby řečník měl povědomí také o charakteristických znacích ostatních funkčních stylů a případně se vyvaroval užívání takových výrazů, které jsou typické pro ostatní styly, ale ve stylu řečnickém jejich používání není vhodné.

2.3 PARALINGVISTICKÉ PRVKY KOMUNIKACE

Součástí verbální komunikace jsou paralingvistické prvky, které jsou v této podkapitole blíže specifikovány a popsány. Mezi paralingvistické prvky patří také prostředky, které dotváří verbální komunikaci. Podle Ireny Žantovské³⁴ se jedná o následující prvky:

- 1) hlasitost řeči,
- 2) výška tónu řeči,
- 3) rychlost řeči,
- 4) objem řeči,
- 5) plynulost řeči,
- 6) intonace,
- 7) chyby v řeči,
- 8) správnost výslovnosti,
- 9) kvalita řeči,
- 10) věcnost hovoru,
- 11) členění řeči,
- 12) frázování.

Ad 1) Síla hlasu, která udává hlasitost řeči, je tvořena správnou prací hlasových orgánů. Síla hlasu je uzpůsobována zejména prostředím, ve kterém se verbální komunikace odehrává. Jedná se např. o velikost místnosti a její akustiku či vzdálenost řečníka od publika.

³⁴ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán, 2015, s. 37-39.

Ad 2) Výška tónu hlasu je u každého člověka individuální. Výška hlasu je ovlivněna počtem hlasivkových kmitů, napětím hlasivek silou výdechového proudu. Výška tónu hlasu také ovlivňuje, jak je vysílaná zpráva přijímána publikem.

Ad 3) Rychlost verbálního projevu je stanovena podle počtu pronesených slov za určitý časový úsek, nejčastěji za minutu. Rozlišuje se národní mluvní tempo a individuální mluvní tempo, které je různé pro každou osobnost. Národní mluvní tempo je specifické pro každý jazyk, v češtině je toto tempo vyčísleno na cca 80-100 slov za minutu, řadí se tak do jazyků s průměrným tempem.

Ad 4) Objem řeči či délka verbální komunikace vždy závisí na konkrétní situaci a prezentovaném tématu komunikace. Při verbální komunikaci uskutečňované jedním mluvčím (monolog), je důležité, aby byla komunikace rozdělena do jednotlivých bloků a délka celého mluveného projevu byla přímo úměrná a adekvátní k publiku i tématu. V případě komunikace dvou a více lidí (dialog) je nezbytné, aby byl rovnocenný poměr verbální aktivity účastníků komunikace (respektování stejných časových vstupů účastníků), pokud je rovnocenné postavení všech těchto účastníků komunikace.

Ad 6) Při verbální komunikaci je důležité správně používat větnou intonaci, tedy měnící se melodii hlasu v průběhu mluveného projevu. Každý jazyk využívá intonaci jinak a má svá vlastní pravidla, existuje intonace (melodie) stoupavá či klesavá, při správném mluveném projevu jsou pravidla intonace vždy dodržována přesně tak, jak daný jazyk vyžaduje.

Ad 8) Artikulací je míněna přesná a pečlivá výslovnost hlásek. Mezi základní zásady ve výslovnosti českého jazyka patří zejména dodržování správné délky dlouhých samohlásek, nevynechávání souhlásek, správná výslovnost zdvojených souhlásek, dostatečné otevírání úst při mluveném projevu či správná výslovnost cizích nebo přejatých slov.

Ad 12) Správné frázování řeči je nezbytné pro lepší porozumění sdělovanému. Je vhodné střídat rychlost a tempo řeči včetně dodržování správného slovního i větného přízvuku. Slovní přízvuk znamená zdůraznění jedné slabiky slova. V českém jazyce je slovní přízvuk pevně dán, a to na první slabiku slova. Větným přízvukem se rozumí

kladení většího důrazu na jedno vybrané slovo ve větě. Odlišuje se tak a zdůrazňuje podstatné sdělení věty. Řečník tak vyjadřuje svůj postoj i emoce ke sdělovanému.

Co se týče síly hlasu, Milan Mikuláščík³⁵ uvádí, že je dobré během projevu intenzitu hlasového projevu měnit, projev pak nepůsobí monotónně. Tichý tón hlasu budí dojem nesmělosti nebo stydlivosti, hlasitý tón pak značí sebevědomí a přiměřenou uvolněnost řečníka. Síla hlasu také poskytuje publiku informaci o přístupu a vnímání přednášeného tématu řečníkem – zaujetí pro danou problematiku, snaha o upoutání pozornosti publika apod.

K otázce výšky tónu řeči Milan Mikuláščík³⁶ doplňuje, že důvěryhodnější a přesvědčivější je hlubší hlas než vyšší. Výška tónu hlasu je dána barvou hlasu jedince. Barva hlasu nebo také témbra hlasu je individuální u každého jedince. Záleží zejména na věku, psychickém stavu jedince, pohlaví, národnostní příslušnosti i povahových rysech konkrétního člověka. Barva hlasu také vypovídá o emočním prožitku řečníka, a to nejen o emočním stavu dlouhodobém, ale také krátkodobém (momentální emoční rozpoložení a nálada řečníka).

K rychlosti řeči Milan Mikuláščík³⁷ blíže uvádí, že rychlost mluveného projevu závisí na osobnosti mluvčího, na jeho osobnostních charakteristikách (rychlé tempo řeči je typické pro lidi temperamentní a impulzivní, zároveň může být projevem momentální nervozity řečníka). V průběhu verbální komunikace je vhodné měnit tempo řeči. Pomalejší tempo řeči pomáhá zdůraznit sdělovanou informaci, technické a věcné informace je naopak možné prezentovat v rychlejším tempu.

Větnou intonaci popisuje také Eva Tinková³⁸ jako změněnou výšku hlasu buď v průběhu, nebo na konci věty či větného útvaru. Větná intonace může být stoupavá neboli antikadence (věty tázací – zjišťovací, na něž je odpověď ano či ne), klesavá čili kadence (věty oznamovací, práci, zvolací, rozkazovací, otázky doplňovací, na něž se

³⁵ MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi. 2., doplněné a přepracované vydání*. Praha: Grada, 2010, s. 103.

³⁶ Tamtéž, s. 103.

³⁷ Tamtéž, s. 104.

³⁸ TINKOVÁ, E. *Rétorika aneb Řeč jako nástroj*. Praha: Computer Media, 2010, s. 32.

musí odpovědět jiným slovem než ano/ne, případně celou novou větou) a intonace stoupavě klesavá (otázky vylučovací).

K frázování je ještě možno doplnit vyjádření Evy Tinkové³⁹, která uvádí, že větný přízvuk je považován za jeden ze zásadních činitelů, který ovlivňuje, jak bude předávaná informace přijímána a pochopena. Větný přízvuk tedy musí být v souladu s obsahovou složkou komunikace. Do zásad správného frázování také patří umístování pauz. Pauzy upřesňují, jak má být chápána předávaná informace. Takové pauzy mohou být dle Ireny Žantovské⁴⁰ fyziologické sloužící k nádechu, umístěny jsou zpravidla na konci větného celku, gramatické, napomáhají logickému členění větných celků, dále pauzy řečnické, jež kladou důraz na prezentované sdělení a napomáhají větší dynamičnosti mluveného projevu a formulační, které se objevují neplánované a slouží k nalezení vhodného výrazu pro řečníka.

Výše uvedené paralingvistické prvky jsou pro projev ve veřejném prostoru, jemuž je věnována poslední kapitola této práce, velmi důležité. Používání paralingvistických prvků v souladu s obsahem řeči přispívá ke zvýšení kvality celého veřejného projevu, a stejně tak má pozitivní vliv na přijetí a pochopení projevu posluchači.

³⁹ TINKOVÁ, E. *Rétorika aneb Řeč jako nástroj*. Praha: Computer Media, 2010, s. 33.

⁴⁰ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán, 2015, s. 221-222.

3 NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE

Ve veřejném prostoru je na komunikaci kladen důraz, jelikož jejím prostřednictvím může řečník ovlivnit publikum, naklonit si ho na svou stranu, případně o jeho sympatie přijít. V mluveném projevu je kromě verbální složky velmi důležitá také složka neverbální. Ta mluvený projev doplňuje a dokresluje. Neverbální komunikace by měla být v souladu s verbální komunikací, může se ale stát, že tyto dvě složky budou v rozporu. V této kapitole bakalářské práce je blíže popsán význam neverbální komunikace, její znaky a složky.

3.1 CHARAKTERISTIKA NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE

Neverbální komunikace lze charakterizovat jako jakýkoliv komunikační prostředek, jehož základem není slovo. „*Neverbální komunikace zahrnuje velkou škálu toho, co signalizujeme beze slov či spolu se slovy jako doprovod slovní komunikace.*“⁴¹ Neverbální komunikace tedy dle Ireny Žantovské⁴² slouží k potvrzení, zesílení nebo doplnění verbální informace nebo jejímu nahrazení, ale i k vyjádření odporu, zároveň ale také může přinášet odlišné informace.

Podle Milana Mikuláščíka⁴³ je neverbální komunikace spíše emotivní, člověk ji používá nevědomě, aniž by si uvědomoval signály, které jeho tělo automaticky vysílá v komunikačním procesu. Neverbální komunikaci člověk používá k vyjádření emocí, postojů a vztahů a sebe prezentaci, neverbální komunikace také může úplně či částečně řeč nahradit, či ji jinak podpořit. Je ovšem důležité si uvědomit, že neverbální komunikace není ve většině případů tak efektivní jako komunikace verbální. „*Neverbální chování je sice dobře viditelné, ale nesnadno interpretovatelné. Snadno dochází k paušalizování, generalizování a přeceňování neverbálního chování. [...]* Riziko nesprávné interpretace můžeme snížit tím způsobem, že se vyvarujeme

⁴¹ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán, 2015, s. 39.

⁴² Tamtéž, s. 39.

⁴³ MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi. 2., doplněné a přepracované vydání*. Praha: Grada, 2010, s. 107.

*předčasněmu děláni závěrů, protože mnohé signály se mohou interpretovat několika možnými způsoby. Teprve když se sečtou všechny signály verbální a neverbální, je možno interpretovat je s větší spolehlivostí.*⁴⁴ Neverbální komunikace se může projevat různými mimoslovními signály. „*Mimoslovní signály vysílané do okolního světa mohou být vrozené, naučené či kombinované, mohou být záměrné či nezáměrné, odpovídat ustálené konvenci či nikoliv. V každém případě je však nutno jejich významy sledovat v závislosti na daném reálném komunikačním kontextu.*“⁴⁵ Je nezbytné si uvědomit, že verbální a neverbální prvky komunikace jsou vzájemně provázány.⁴⁶

Neverbální komunikace je ovlivněna kulturními vlivy. Kromě těchto kulturních vlivů je základ neverbální komunikace položen již v dětství, kdy děti pozorují své rodiče a následně je napodobují v pohybech, jako jsou např. gesta či mimika. Dětem jsou vkládány základní zásady chování, jak by se měly či neměly chovat ve společnosti, což jim udává základ neverbální komunikace v jejich kulturním a společenském prostředí. Kromě sociálních rozdílů neverbální komunikace je třeba počítat i s individuálními odlišnostmi jedinců. Vliv na projevy neverbální komunikace včetně intenzity těchto projevů má totiž také temperament a osobnost každého člověka.⁴⁷

Podle Milana Mikulášťika⁴⁸ je největší význam neverbálních signálů přikládán oblasti obličeje a hlavy. Tato oblast ovlivňuje vnímání obsahu celé komunikace dalšími účastníky komunikace (jedná se tedy o oční kontakt, mimiku). Pohyby rukou a paží jsou v oblasti neverbální komunikace vnímány až sekundárně. Pozice a pohyby těla či nohou nejméně ovlivňují vnímání neverbální komunikace posluchačem (komunikantem). Tato struktura vnímání neverbálních signálů ovšem závisí na vzdálenosti mezi účastníky komunikace v jejím průběhu. Čím je tato vzdálenost větší, tím dochází ve větší míře k vnímání pohybů rukou a paží i pozice a pohybů těla a nohou. Pokud je vzdálenost malá, největší pozornost je věnována vnímání oblasti obličeje a hlavy.

⁴⁴ MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi. 2., doplněné a přepracované vydání.* Praha: Grada, 2010, s. 107.

⁴⁵ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace.* Praha: Dokořán, 2015, s. 39.

⁴⁶ Tamtéž, s. 40.

⁴⁷ MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi. 2., doplněné a přepracované vydání.* Praha: Grada, 2010, s. 106.

⁴⁸ Tamtéž, s. 107.

3.2 DĚLENÍ NEVERBÁLNÍCH SIGNÁLŮ

Podle Ireny Žantovské⁴⁹ lze neverbální komunikační signály rozdělit do čtyř základních typů. Tyto typy se v reálné komunikaci kombinují a nelze je příliš striktně oddělit. Zároveň neexistují žádná pevně stanovená pravidla, která kodifikují jejich přesné uspořádání v závislosti na konkrétním významu a obsahu sdělení. Základní typy neverbálních komunikačních signálů jsou tedy tyto:

- 1) symboly,
- 2) ilustrátory,
- 3) regulátory,
- 4) adaptéry.

Ad 1) Symboly jsou takové neverbální signály, které mají svůj přesný význam ve verbální rovině komunikace. Význam symbolů je dán dlouhodobým vývojem, jejich přijetím a chápáním určitou skupinou. Symboly a jejich významy jsou tedy různé v rámci kultury, etnické či jiné specifické skupiny. Příkladem univerzálního symboly je např. zdvižená paže, která signalizuje povel stát.

Ad 2) Ilustrátory jsou doprovodné signály většinou vyjadřovány pomocí horních končetin, které dokreslují a podporují význam slov. Ilustrátorem ale může být v podstatě každý pohyb těla. Pro srozumitelnost a funkčnost komunikace je důležité, aby samotná řeč a pohyby těla byly synchronní. Množství užívaných ilustrátorů během komunikace je zpravidla přímo úměrné rychlosti a hlasitosti řeči (čím hlasitější a rychlejší verbální projev, tím je používání ilustrátorů častější).

Ad 3) Regulátory jsou takové signály, které usměřňují, koordinují a řídí průběh komunikace. Patří sem pohyby hlavy, dotykové signály, oční pohledy, ale i konvenční gesta jako např. podání ruky na začátku či konci komunikace. Regulátory plní svoji funkci také v případě potřeby zahájit změnu v průběhu komunikace, např. chce-li posluchač převzít slovo či jinak zasáhnout do průběhu situace nebo má-li účastník komunikace potřebu změnit stávající tempo komunikace.

⁴⁹ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán, 2015, s. 40-41.

Ad 4) Adaptéry jsou neverbální signály, které se ve většině případů vyskytují samovolně, jedinec jejich přítomnost neovlivňuje a nevnímá. Slouží k zvládnutí aktuální (většinou stresové) situace a lidských emocí. Jedná se o pohyby, které jsou v mnoha případech prováděny opakovaně. Příkladem adaptéru je samovolné tření nosu, úprava vlasů, kousání rtu, mnutí rukou apod.

Ve veřejném projevu se neverbální signály výše uvedené vyskytují poměrně ve velké míře. Podle charakteru veřejného projevu jsou často přítomny symboly a ilustrátory. Symboly se ve veřejném projevu vyskytují zejména pro svou srozumitelnost a přesnost v rámci dané kultury. Ilustrátory slouží k dokreslení situace, a proto se i ve veřejném projevu objevují právě pro snadnější orientaci posluchačů v projevu. Regulátory ve většině veřejných projevů nejsou přítomny příliš často právě proto, že komunikaci řídí a vede řečník, a tudíž usměrňování a koordinace komunikace není v tomto případě většinou potřeba. Naopak používání adaptérů je ve veřejném projevu přímo nežádoucí. Adaptéry mohou kvalitu veřejného projevu snížit a negativně ovlivnit přijetí řečníka i jeho projevu publikem.

3.3 SLOŽKY NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE

Neverbální komunikace má několik složek, které ji utváří. Existuje celá řada dělení těchto složek neverbální komunikace. Podle Milana Mikulášťíka⁵⁰ se neverbální komunikace skládá z deseti složek, které mají vliv na její průběh. Jedná se o následující složky:

- 1) mimika,
- 2) gestika,
- 3) posturika,
- 4) kinezika,
- 5) pohledy,
- 6) proxemika

⁵⁰ MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi. 2., doplněné a přepracované vydání.* Praha: Grada, 2010, s. 108-115.

- 7) osobní teritorium,
- 8) haptika,
- 9) chronemika,
- 10) rekvizitové prostředky a celkový image.

Ad 1) Mimikou se rozumí pohyby obličejových svalů, tj. kontrakce obličejových svalů, napínání pokožky i pohyby celé hlavy. Použitím mimiky jedinec podtrhuje své myšlenky, vyjadřuje svůj vnitřní stav, prožitek, míru zaujetí a také signalizuje své postoje a ochotu, případně neochotu ke komunikaci. Na druhou stranu mimika nevyjadřuje pouze momentální psychický stav konkrétního člověka, ale zároveň také vypovídá o relativně stálém emočním výrazem, který je pro jedince charakteristický. Dolní polovina obličeje je více pohyblivá než horní polovina, a proto se rozlišují dvě obličejové zóny, ve kterých probíhají mimické reakce. První mimickou zónou je čelo, nos a oči, druhou zónou je pak dolní polovina obličeje včetně rtů.

Ad 2) Záměrné pohyby horních končetin, pohyby hlavy a případně také pohyby dolních končetin dokreslují a doplňují verbální sdělení, v určitých případech ho mohou zcela nahradit. Zpravidla se gestika používá při popisu (např. velikost, tvar, dělení) tak, aby si jedinec utvořil lepší představu o sdělovaném. Zároveň si ale svoje gesta nemusí jedinec uvědomovat a dělat je pouze nevědomě, automaticky. Pro správnou interpretaci gest, jež jsou málokdy vnímána odděleně od jiných pohybů lidského těla, je nezbytné je posuzovat jako celek s ohledem na doprovodná gesta i celkovou konkrétní situaci, etnické a kulturní vlivy. Gesta mohou napříč odlišnými národy a kulturami měnit svůj význam, mnohdy se jejich význam mění na zcela opačný.

Ad 3) Posturika zahrnuje neverbální projevy, jejichž základ tvoří držení těla, tedy fyzické postoje, napětí či uvolnění, celkové uspořádání těla, ale i jednotlivé pozice, pózy a směr natočení těla. Tyto polohy či postavení a držení těla tak vyjadřují vztah (shody či neshody) jednotlivých účastníků komunikačního procesu k sobě navzájem, ale také k obsahu sdělení komunikace. Pakliže jsou tyto polohy ve shodě, jedná se o pozitivní vztahy (sympatii), v opačném případě se jedná o negativní vztahy (nesympatii).

Ad 4) Kinezika zahrnuje obecně pohybovou stránku komunikace, neboť studuje spontánní a tedy nezáměrné pohyby těla a jeho částí v určitém prostoru a čase jakožto specifické signály, které dokreslují verbální sdělení. Kinezický pohyb je výrazně individualizován, proto je při jeho interpretaci třeba brát v kontext celkové neverbální chování stejně jako záměr verbální komunikace. kinezických signálů je např. kousání rtu, pohupování rukama, přecházení po prostoru sem a tam a další. Mnohdy bývá kinezika charakterizována jako pojem nadřazený pojmu gestika, kinezika je ale výlučně spontánní, a to ji odlišuje od neverbálních signálů spadajících do kategorie gestiky.

Ad 5) Pohled očí v průběhu neverbální komunikace slouží zejména ke kontrole zpětné vazby, regulují tok informací, mohou sloužit k organizaci diskuze mezi více účastníky komunikace a také ovlivňují interpersonální vztahy mezi těmito účastníky. Uvádí se, že komunikátor (tedy osoba vysílající sdělení) používá očního kontaktu méně než komunikant (osoba přijímající sdělení). V průběhu komunikace se při realizaci pohledu zohledňuje několik aspektů. Mezi nejdůležitější patří zacílení pohledu, délka doby pohledu, pootevřenost víček či počet mrknutí.

Ad 6) Proxemika je oblast komunikace zabývající se využíváním prostoru a jeho uspořádáním z hlediska vzdálenosti mezi lidmi, tedy účastníky komunikace. Míra vzdálenosti, kterou člověk udržuje s ostatními lidmi, je závislá na povaze a charakteru každého jedince, na jeho osobnostních vlastnostech, ale také na obsahu komunikace. Rozlišují se dva typy vzdálenosti, a to horizontální a vertikální. Horizontální vzdálenost účastníků komunikace lze shrnout do následujících čtyř skupin:

- a) intimní vzdálenost (dotyk – 0,5 m) – je využívána zejména rodinou a blízkými lidmi, slouží k intimní komunikaci, vyhovuje intimním vztahům,
- b) osobní vzdálenost (0,5 m – 2 m) – určena pro blízké přátele a příbuzné osoby, míra vzdálenosti je závislá na prostředí, hluku či časovému horizontu vyčleněného pro komunikaci,
- c) skupinová vzdálenost (1 m – 10 m) – prakticky neumožňuje dotykový kontakt, je proto vyhrazena pro cizí lidi, formální a neosobní jednání, zpravidla se jedná o komunikaci skupin, tedy většího počtu účastníků komunikace,

- d) veřejná vzdálenost (2 m – 100 m) – se uskutečňuje ve větším kolektivu, u formálních příležitostí zvyšuje veřejná vzdálenost prestiž a autoritu, podtrhuje oficialitu a zdůrazňuje důležitost projevu, veřejná vzdálenost je uplatňována učiteli při přednáškách či během veřejných projevů.

Vertikální vzdáleností účastníků komunikace je myšlena rozdílnost výšky pozice, ze které účastník komunikuje. Obecně platí, že vyšší pozice představuje větší míru autority a důležitosti. Pro zajištění většího rozdílu ve vertikální vzdálenosti mezi účastníky komunikace se využívá např. vyšší židle v pracovně, stupínek učitele ve škole a ve veřejném projevu pak vyvýšené podium, odkud řečník přednáší svou řeč.

Ad 7) Osobním teritoriem je myšlen osobní prostor každého člověka, který se v průběhu komunikačního procesu projevuje tak, že je účastníkem chráněn (natočení těla, nepřipustění osoby ke slovu apod.). Pro ochranu osobního teritoria může také sloužit fyzická překážka mezi účastníky komunikace, kterou může být např. stůl.

Ad 8) Haptika je oblast neverbální komunikace odehrávající se v oblasti dotyků (např. podání ruky, držení, objetí, hlazení, náhodně lehké zavadění, ale také žádný kontakt). Význam dotyku může být formální, neformální přátelský a intimní. Druh a význam dotyků lze také rozlišit podle části těla, na které je dotyk uskutečňován. Haptika rozděluje lidské tělo na tři doteková pásma:

- a) společenské, profesionální a zdvořilostní (ruce, paže),
- b) osobní, přátelské (paže, ramena, vlasy, obličej),
- c) intimní, erotické a sexuální (neomezeně po celém těle).

Ad 9) Chronemika představuje hledisko času v průběhu komunikace. Zejména se jedná o rozvržení časového prostoru pro účastníky komunikace. Vyváženost časového rozmezí v průběhu komunikace má pozitivní vliv na průběh komunikace. Pokud mají účastníci komunikace stejný časový prostor k tomu vyjádřit své myšlenky, názory a postoje, bývá komunikační proces jako celek hodnocen pozitivněji. Při projevu ve veřejném prostoru bývá čas vyhrazen zejména pro řečníka, záleží na typu veřejného projevu, kdy mají prostor pro vyjádření také ostatní účastníci z publika (např. prostor pro diskuzi).

Ad 10) Rekvizity mají vliv na průběh komunikačního procesu. K takovým rekvizitám se řadí např. brýle nebo tužka v ruce účastníka komunikace. Celkový image představuje styl oblékání člověka, jeho účes a komplexní upravenost zevnějšku.

Irena Žantovská⁵¹ doplňuje k problematice neverbální komunikace a jejich složek další pohled. Uvádí, že mimická komunikace je hlavní nástroj pro vyjádření emocí. Tempo verbálního projevu, míra zaujetí a prožitku velice úzce souvisí s činností mimických svalů. Čím je tedy verbální komunikace afektovanější, tím více je využívána také mimika. „Říká se, že tvář je vedle slova druhým nejdůležitějším sdělovacím prostředkem v mezilidském styku. [...] Dále platí, že řadu emocí usuzujeme podle tvaru křivky obočí a úst, i tak však musíme mít na paměti možné kulturní a kontextuální odlišnosti“⁵² Co se týká problematiky posturiky jsou označovány pozitivní a negativní vztahy účastníků jako shodné (kongruentní) a neshodné (nekongruentní). Jako příklad souladu a ochoty spolupracovat uvádí stejné postoje účastníků komunikace (všichni účastníci sedí či stojí), v opačném případě tvrdí, že může být vyjádřen nesoulad či nerovnost účastníků komunikace. Často také dochází k tzv. připodobňování, kdy mají účastníci komunikace tendence přebírat a napodobovat pohyby, gesta, ale také postoje a držení těla jeden od druhého. K doplnění složky neverbální komunikace pohledů očí Irena Žantovská doplňuje, že se účelně používají pro vyjádření vnitřních hnutí i pro podporu vyřčených slov, a to třeba délkou pohledu, jeho směrem či mrkáním. Zrakový kontakt má funkce poznávací, řídicí, koordinující a vyjadřující. Typů pohledů je celá řada, jako příklad lze uvést pohled hodnotící, tázavý, těkavý, odvrácený, nepřítomný s přimhouřenými víčky aj. Při sledování pohledu je důležité věnovat pozornost především nasměrování pohledu, úhlu pootevřených víček a mrkacím pohybům, tvarům a pohybům obočí a velikosti zornice.

Všechny výše uvedené složky neverbální komunikace se prolínají a ovlivňují veřejný projev. Většinu z těchto složek může řečník přímo ovlivnit a dopředu připravit či naplánovat. Vliv na jednotlivé složky neverbální komunikace a jejich prezentaci v průběhu veřejného projevu má bezpochyby řečnickova osobnost a temperament.

⁵¹ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán, 2015, s. 46-50.

⁵² Tamtéž, s. 48.

4 PROJEV VE VEŘEJNÉM PROSTORU

Komunikace probíhá v různých prostředích, vzhledem k zaměření této bakalářské práce se tato kapitola věnuje komunikaci, která probíhá ve veřejném prostoru. Pro účely této práce je veřejným prostorem míněn takový prostor, který je přístupný veřejnosti bez omezení, kde se zveřejňují události soukromé či veřejné povahy a odehrává se v něm dění vně soukromého života lidí.⁵³

Tvorbě a přípravě veřejného projevu je třeba věnovat pozornost. Je nezbytné, aby veřejný projev splnil svůj účel, a řečník tak realizoval svůj záměr. Základním cílem veřejného projevu je oslovit publikum a ovlivnit ho, přesvědčit a naklonit na řečnickovu stranu. V této kapitole jsou rozebírány vlivy, které určují kvalitu projevu ve veřejném prostoru.

4.1 PŘÍPRAVA VEŘEJNÉHO PROJEVU

Veřejným projevem je chápán takový projev, kterým řečník oslovuje vybrané publikum nepřetržitým proslovem. Ať už se jedná o projev, proslov či přednášku, vždy nastává komunikační situace, kdy je pozornost více posluchačů zaměřena na jednoho člověka – řečníka. Veřejné mluvené projevy jsou členěny dle slohově odlišných prvků na dva základní druhy projevů – informativní a přesvědčovací. Informativní projev zprostředkuje publiku seznámení se a pochopení nové problematiky či nových souvislostí. Při tvorbě tohoto typu projevu se používají strategie popisu, názorné demonstrace a užívání definic. Přesvědčovací projev mění či posiluje existující názor či postoj publika k určitému tématu, nebo má za cíl motivovat publikum k danému konání či aktivitě. Přesvědčovací projev tedy klade důraz na emocionalitu a výrazovou oblast projevu. Při tvorbě tohoto typu projevu se používají logické výzvy, motivační apely a apely, které souvisí s osobností řečníka (důvěryhodnost, charakter, pověst atd.).⁵⁴

Stejně tak jako v dobách antiky, patří i v současné době schopnost vyjádřit se v prostředí veřejného prostoru k dovednosti, která by měla být pro jedince nezbytná. Evropská kultura nese znaky důležitosti projevů na veřejnosti již z období antiky, tedy

⁵³ HEGER, V. *Komunikace ve veřejné správě*. Praha: Grada, 2012, s. 57.

⁵⁴ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán, 2015, s. 181-183.

z doby filozofů a rétorů Platona či Aristotela. „*Pronést připravenou vytríbenou řeč kultivovanou formou mluveného projevu při soudních procesech, politických událostech, společensko-kulturních shromážděních či jiných významných akcích se považovalo za vrchol řečnického umění a významní starověcí řečníci byli považováni za velké a oslavované idoly své doby.*“⁵⁵

Rétorika není jen řemeslo k pouhému vyprávění, ale je to i umění přesvědčovat. Obě tyto složky, tedy vyprávění a přesvědčování, se musí navzájem doplňovat, aby výsledný projev působil přirozeně, srozumitelně a přesvědčivě. Vnější technika rétoriky je v podstatě zodpovězení otázky „Jak?“, neboli jakým způsobem dosáhnout toho nejlepšího projevu.⁵⁶ „*Současnou, moderně pojatou rétoriku můžeme definovat jako teorii účinné komunikace, tj. nauku o tom, jak přesvědčit posluchače a získat ho pro stanovisko řečnicko prostředky obsahovými (např. argumenty, logickým vyvozováním, optimálními kompozičními postupy), jazykovými (např. volbou vhodných jednotek lexikálních a syntaktických) a neverbálním chováním.*“⁵⁷

Rétorika jako proces se skládá z několika částí, které na sebe navzájem navazují. Výsledkem zmíněného procesu je předání sdělení řečníka svému publiku. Irena Žantovská⁵⁸ rozlišuje následující etapy rétorického procesu:

- 1) invence - invencí je chápáno shromažďování a vyhledávání informací či podkladů pro dané téma projevu,
- 2) organizace - fáze organizace nastává ve chvíli, kdy je nezbytné nashromážděné informace zanalyzovat, probrat a rozhodnout, které informace jsou důležité a pro projev stěžejní, strukturovat je do souvislostí,
- 3) styl - etapa rétorického procesu s názvem styl obsahuje výběr stylu projevu, tedy výběr stylových prostředků, které bude řečník používat,
- 4) zapamatování si - proces zapamatování si v sobě zahrnuje přípravu poznámek, záchytných bodů či zaznamenání celého projevu formou psaného textu,

⁵⁵ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán, 2015, s. 86.

⁵⁶ ŠPAČKOVÁ, A. *Moderní rétorika aneb Jak mluvit k druhým lidem, aby nám naslouchali a rozuměli*. Praha: Grada, 2003, s. 14.

⁵⁷ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán, 2015, s. 175.

⁵⁸ Tamtéž, s. 176-178.

- 5) přednes - vyvrcholením celého rétorického procesu je poté fáze přednes, kdy řečník předává výsledky z výše jmenovaných etap rétorického procesu svému publiku.

V antickém období rétoriky převládal ve veřejném projevu patos (zapůsobení na posluchače osobností řečníka, jeho citovým postojem a přednesem).⁵⁹ Současný moderní rétorický styl má také několik znaků, kterými se vyznačuje. Projevy jsou v otázce jazyka střídme až strohé, zpravidla jsou přiměřeně jednoduché a srozumitelné, adresné, vyznačují se konkrétností, emocionální úderností a sugestivitou. V každém projevu se objevuje osobní styl, živost a obraznost.⁶⁰ Dále se moderní rétorický styl vyznačuje „*přesunem od poetizace k faktografickým prvkům a publicistickému způsobu vyjadřování*“⁶¹.

Každý řečník by měl mít na paměti, že „*dokonalá řeč je vždy myšlenkovitě bohatá, logicky sestavená, jazykově krásná a lidsky prostá*“⁶². Při přípravě projevu je důležité se zaměřit na to, co chce řečník posluchači předat a co by si měl posluchač z projevu odnést. Jednou z nejdůležitějších věcí na prezentaci je stanovení cíle, který může být informativní (co by se měl posluchač dozvědět), nebo přesvědčovací (co řečník chce, aby posluchač udělal). Každý projev musí mít stanovený jeden z výše uvedených cílů. Osnova je důležitá, neboť funguje jako jakési lešení projevu a chrání řečníka, aby neodběhl od tématu. Je dobré mít maximálně tři nejdůležitější argumenty, aby byla prezentace jasná a jednoduchá k pochopení. Pro uvolnění atmosféry a pozitivní působení může být do projevu zařazen i zážitek z vlastního života, který bývá u posluchačů oblíbený, ale musí se týkat tématu prezentace. Řečník by se jím neměl chlubit nebo se povyšovat nad posluchače.⁶³

Se stanovením cíle úzce souvisí příprava koncepce celého projevu. Je třeba mít na paměti, že lidská pozornost je nejvyšší na začátku a poté na konci. Řečník si musí stanovit osnovu a strukturu svého projevu, tedy jakým směrem se celý projev bude

⁵⁹ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán, 2015, s. 97.

⁶⁰ Tamtéž, s. 177.

⁶¹ Tamtéž, s. 177.

⁶² ŠPAČKOVÁ, A. *Moderní rétorika aneb Jak mluvit k druhým lidem, aby nám naslouchali a rozuměli*. Praha: Grada, 2003, s. 88.

⁶³ Tamtéž, s. 88.

ubírat. Pro každý projev platí, že se skládá z následujících částí: úvod, stať a závěr. V úvodní části projevu je třeba seznámit publikum s předmětem a cílem projevu. Na začátku prezentace je vhodné, aby se řečník představil, pokud není představen jinou osobou (např. moderátorem), a uvítal posluchače. V další fázi projevu řečník prezentuje své myšlenky, předává publiku sdělení, argumenty, otázky k zamyšlení. Propracování hlavního textu, která je pro projev stěžejní, je nejdůležitějším úkolem řečníka při přípravě před vlastním projevem. V závěru je vhodné shrnout základní myšlenky, podtrhnout a zdůraznit důležité informace. Všechny tyto fáze projevu si řečník musí dopředu připravit a promyslet. Je důležité, aby se řečník předem stanovené osnovy držel a rozvrhl si také časový plán pro jednotlivé body a fáze projevu. Vzhledem k charakteru veřejného projevu, zejména v případě přednášky, by měl být po skončení takového projevu vyčleněn prostor pro diskuzi, případné dotazy. V tomto okamžiku je pro řečníka důležitá zpětná vazba směrem od publika. Dotazy publika odráží míru zaujetí tématem i jeho pochopení či případné nesrovnalosti, které může řečník v této fázi projevu odstranit, vysvětlit a zareagovat na ně. Jedinou možnou přípravou na tuto fázi projevu je pečlivé nastudování a získání informací o tématu, aby nebyl řečník dotazy posluchačů zaskočen.⁶⁴

Při vystupování na veřejnosti se doporučuje na místo vystoupení dorazit dříve, prohlédnout si místnost, případně změnit rozvržení místnosti, vyzkoušet si technické vybavení a v neposlední řadě vybrat místo pro projev.⁶⁵ Pokud se projev uskutečňuje v místnosti, je také důležité ověřit si, jakou má místnost akustiku, aby řečník věděl, jak má pracovat se svým hlasem, např. jak hlasitě bude muset mluvit.⁶⁶

Přípravou před veřejným projevem se nerozumí pouze příprava projevu po obsahové stránce. Veřejný projev představuje zátěž pro hlasové ústrojí řečníka. Je velice důležité, aby řečník před svým projevem provedl hlasové a jazykové cvičení a připravil hlasivky na náročnou situaci. Před projevem je dobré uvolnit svaly např. promnutím tváří. Zmenší se tak riziko vzniku chyb při výslovnosti během projevu.⁶⁷

⁶⁴ TINKOVÁ, E. *Rétorika aneb Řeč jako nástroj*. Praha: Computer Media, 2010, s. 20-21.

⁶⁵ ŠPAČKOVÁ, A. *Moderní rétorika aneb Jak mluvit k druhým lidem, aby nám naslouchali a rozuměli*. Praha: Grada, 2003, s. 57.

⁶⁶ TINKOVÁ, E. *Rétorika aneb Řeč jako nástroj*. Praha: Computer Media, 2010, s. 16.

⁶⁷ Tamtéž, s. 22.

4.2 OSOBNOST ŘEČNÍKA

Osobnost řečníka je pro projev ve veřejném prostoru důležitá. Během veřejného projevu je na řečníka zacílena pozornost posluchačů. Posluchači si na osobnost řečníka vytváří názor, určitým způsobem ho vnímají a také hodnotí. U verbální složky projevu vnímají jeho kultivovanost, výběr jazykových prostředků, strukturu projevu i využití paralingvistických prvků, jako je intonace, frázování, artikulace apod. Ve značné míře na ně působí i neverbální složka komunikace. Byť si to mnohdy neuvědomují celková image, vzhled, mimika, gestikulace apod. značně ovlivňují jejich úsudek.

Z hlediska vnímání řečníka publikem je uváděna typologie řečníků, která v sobě zahrnuje následující typy: kompetentní, kultivovaný, vmlouvavý, frázista, demagog, sugestivní. Posluchači hodnotí řečníka jako kompetentního v případě, že má svůj projev do detailu připraven, o přednášeném tématu má nashromážděno mnoho informací a celkově je s tématem dokonale obeznámen. Kultivovaný řečník pracuje velmi detailně s jazykovými prostředky, jeho mluvený projev se skládá z předem pečlivě vybraných slovních výrazů a spojení. V případě, že se řečník snaží za každou cenu zalíbit publiku, hodnotí ho posluchači jako řečníka vmlouvavého, a to převážně v negativním slova smyslu. Pakliže řečník ve svém projevu užívá nezvykle mnoho frází, citací a klišé, hodnotí ho publikum jako řečníka-frázistu. Nadměrné užívání těchto prvků má rušivý charakter a publikum ztrácí o prezentované téma zájem, řečník nevystupuje jako osobnost, ale pouze opakuje názory již existující. Pokud řečník publikum přesvědčuje o svém názoru nevhodnými manipulačními technikami (např. používání manipulativních otázek), hodnotí ho publikum jako řečníka-demagoga, zatímco pokud je řečník asertivní (využívá asertivních komunikačních prostředků - správné argumentace, angažovanosti), získává přirozeně publikum na svou stranu, hodnotí ho publikum jako řečníka sugestivního. Snahou každého řečníka je zaujmout své publikum, i proto řečník také pracuje s jistou mírou sugesce. Důležité je, aby řečník využíval asertivních technik a vyvaroval se používání skrytých manipulací.⁶⁸

⁶⁸ LOTKO, E. In: ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán, 2015, s. 249.

Protože je na řečníka soustředěna pozornost publika, je pro něho důležitý jeho celkový vzhled. Jak již bylo zmíněno v kapitole 3.3, celkový vzhled je součástí neverbální komunikace člověka, a má tak vliv na průběh komunikace a vnímání člověka ostatními. Už od pradávna platí, že šaty dělají člověka, proto by se na toto staré úsloví nemělo zapomínat zejména při veřejném projevu. Je důležité dbát o svůj zevnějšek, aby člověk na první pohled upoutal svou dokonalostí, a nikoliv chybami, kterých je možno se vyvarovat. Základní rada, která nejen pomáhá člověku zvednout sebevědomí, ale udržuje i jakousi pomyslnou hierarchii mezi posluchačem a řečníkem je: „*Oblečte se o půl nebo jednu úroveň výš než vaši posluchači.*“⁶⁹ Řečník by se měl řídit radou: nekombinovat různé styly a nikdy nezapomenout na pravidlo, že méně je někdy více.

Vzhled je součástí image. Image je v podstatě dojem, jakým lidé působí na své okolí, neboli jejich vlastní osobní styl a obraz. Celková image zahrnuje nejen vzhled, ale i základní principy společenského vystupování, verbální komunikaci (blíže specifikováno v kapitole 4.3) a neverbální komunikaci (blíže specifikováno v kapitole 4.4). Existuje několik kategorií image rozdělených podle úhlu pohledu vnímání. Jsou to self-image (jak člověk vnímá sám sebe), vnímaná image (jak člověka vnímá okolí), získaná image (co si o druhém člověku myslí ostatní lidé, např. z doslechu) a vyžadovaná image (jak by člověk měl na ostatní působit).⁷⁰

Ve veřejném prostoru by se nemělo zapomínat na dodržování zásad společenského vystupování, tedy etikety. Nedílnou součástí osobnosti řečníka by tedy měla být kultivovanost a zdvořilost. „*Zdvořilost znamená v podstatě skromnost, zdrženlivost, sebezapírání, ochotu, laskavost, vycházení v ústrety jiným. Rozdíl mezi slušností a zdvořilostí spočívá v tom, že slušnost může být člověku dána nebo vrozena, naproti tomu zdvořilosti se člověk musí naučit.*“⁷¹ Etiketa není zákon, ale soubor pravidel, jimiž se řídí vztah lidí mezi sebou navzájem. K rozlišení společenské významnosti, která určuje pravidla etikety, pomáhá pomyslný hierarchický žebříček, který dle kritérií, jimiž jsou věk, pohlaví, funkční zařazení, věhlas a zdravotní stav, říká, kdo dává komu kdy přednost, jaká jsou pravidla oslovování či představování. Lidé by

⁶⁹ ŠPAČKOVÁ, A. *Moderní rétorika aneb Jak mluvit k druhým lidem, aby nám naslouchali a rozuměli*. Praha: Grada, 2003, s. 43.

⁷⁰ Tamtéž, s. 22.

⁷¹ Tamtéž, s. 62.

neměli zapomínat na ohleduplnost, úctu k lidem a estetičnost. Estetičnost v chování znamená vyvarování se nevkusnému chování. I ve veřejném projevu je patrná řečnickova úroveň a znalost pravidel etikety.⁷²

Na vnímání řečníka publikem má vliv i jeho psychický stav. Součástí psychického stavu řečníka jsou nejen jeho osobnostní rysy (např. temperament), ale také momentální psychické rozpoložení, jako např. jeho koncentrovanost, soustředěnost, únava, klidnost či vnitřní jistota.⁷³ Záleží na tom, jak řečník vnímá sám sebe a jakou má sebedůvěru, neboť se sebedůvěrou souvisí také tréma. „*Tréma je přirozenou lidskou reakcí na stresovou situaci.*“⁷⁴ Trému je nutno zvládat preventivně. Před každým vystoupením je důležité dobře se připravit, předem systematicky nacvičit projev a připravit se na možné problémy.

První z metod prevence a zvládnutí trémy je mentální aerobik. Řečník si dopředu přehrává situaci, opakuje text, trénuje komunikaci s publikem. Tréma je živena iracionálními myšlenkami, proto je třeba nahradit je reálnými, tedy těmi, kterým člověk sám věří tak, aby přesvědčil sám sebe, že vše bude v pořádku a vše lehce zvládne. Člověk musí v podstatě přesvědčit sebe sama, respektive více si věřit. Jednou z metod, jak mít kontrolu nad svým tělem i trémou, je trénování soustředění pozornosti, ve kterém člověk věnuje pozornost pouze jedné věci, např. sledování tlukotu svého srdce. Další metodou, jak zmírnit následky trémy, je tzv. asociční (vzpomínková) metoda. Principem této metody je nahradit stávající nežádoucí myšlenky těmi na okamžiky, kdy se člověk cítil dobře, byl v dobrém rozpoložení, uvolněný. Je dobré vzpomenout si na okamžiky zcela konkrétní. Trému nám také může pomoci zvládnout dechové cvičení, tedy zpomalit dechové fáze (nádech do břicha, výdech minimálně o třetinu delší než nádech).⁷⁵

⁷² ŠPAČKOVÁ, A. *Moderní rétorika aneb Jak mluvit k druhým lidem, aby nám naslouchali a rozuměli*. Praha: Grada, 2003, s. 62.

⁷³ MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi. 2., doplněné a přepracované vydání*. Praha: Grada, 2010, s. 45-46.

⁷⁴ ŠPAČKOVÁ, A. *Moderní rétorika aneb Jak mluvit k druhým lidem, aby nám naslouchali a rozuměli*. Praha: Grada, 2003, s. 26.

⁷⁵ Tamtéž, s. 34.

4.3 VERBÁLNÍ KOMUNIKACE VE VEŘEJNÉM PROJEVU

Verbální komunikace ve veřejném prostoru je uskutečňována prostřednictvím řečnického funkčního stylu. Řečnický styl má svá daná specifika a pravidla, kterými je charakterizován. Tato pravidla se odráží ve verbální složce komunikace celého veřejného projevu. Od veřejného projevu se očekává, že bude jasný, srozumitelný, působivý, přiměřený a účinný. Veřejný projev působí na posluchače ve dvou rovinách, a to v rovině intelektuální a emoční neboli citové.⁷⁶

Ke specifickým řečnického stylu patří užívání spisovného jazyka, v současné době se velmi často stává, zejména vlivem silného rozvoje mediální komunikace, že i ve veřejném prostoru jsou užívány nespisovné formy jazyka. Vždy je ale zásadní si uvědomit, k jaké příležitosti, k jakému účelu je řeč pronášena. Vzhledem k dané příležitosti je potom nutné vybrat vhodné jazykové prostředky, zda se hodí použít pouze spisovné výrazy, nebo lze užít i slov slangových či nespisovných. Řečník, tedy mluvčí, při veřejném projevu by měl používat spisovný jazyk, protože tím dosáhne toho, že mu každý posluchač bude rozumět.⁷⁷ Podle Marie Čechové⁷⁸ je spisovnost jazykových prostředků ve veřejném projevu samozřejmostí. Podle žánrů se řečník může uchýlit jednak k používání knižních výrazů (zejména při slavnostních projevech), či se naopak může ocitnout na hranici spisovnosti a nespisovnosti (v politických agitačních projevech).

V průběhu přípravy veřejného projevu jsou prováděny tři jazykové operace, a to onomatologická procedura (výběr vhodných slov), syntaktická procedura (stavba vět a větných struktur) a modulační procedura (zvuková příprava projevu pro usnadnění vnímání textu projevu včetně postoje řečníka k danému tématu).⁷⁹

⁷⁶ ČECHOVÁ, M., KRČMOVÁ, M., MINÁŘOVÁ, E. *Současná stylistika*. Praha: Lidové noviny, 2008, s. 287.

⁷⁷ ŠPAČKOVÁ, A. *Moderní rétorika aneb Jak mluvit k druhým lidem, aby nám naslouchali a rozuměli*. Praha: Grada, 2003, s. 80.

⁷⁸ ČECHOVÁ, M., KRČMOVÁ, M., MINÁŘOVÁ, E. *Současná stylistika*. Praha: Lidové noviny, 2008, s. 287.

⁷⁹ LOTKO, E. In: ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán, 2015, s. 198.

Pro dosažení stanoveného cíle projevu ve veřejném prostoru řečník využívá a volí takové jazykové prostředky, které nejlépe poslouží jeho záměru, zdůrazní naléhavost sdělovaného a zesílí důraz, gradaci či naopak upozorní na vyjádření kontrastu sdělovaného. Takovými jazykovými prostředky jsou např. figury hromadění výrazů, jako jsou anafory (opakování slov nebo slovních spojení na začátku větných celků), epifory (opakování slov nebo slovních spojení na koncích větných celků), epanastrofy (použití výrazu, kterým končí větný celek, na začátku nového), enumerace (výčet), akumulace (hromadění výrazů), metafory (přenesení významu na základě vnější podobnosti), metonymie (přenesení významu na základě vnitřní souvislosti), eufemismy (zjemnění výrazu) či paralelismus (sémantický – rozdělení výpovědi na dvě synonymní nebo protikladné jednotky, syntaktický - opakování stejného syntaktického vzorce).⁸⁰

Slovní zásoba komunikátora má podstatný vliv na kvalitu veřejného projevu i na míru zaujetí publikem. Slovní zásoba každého člověka by se měla v průběhu života rozšiřovat a obohacovat. Kvalita projevu je silně ovlivněna bohatostí výrazů, tedy šíří aktivní slovní zásoby řečníka. Ve veřejném projevu je důležité nehromadit za sebou podstatná a přídavná jména, aby nevznikly věty, ve kterých se posluchač jednoduše ztratí.⁸¹

Pro lepší porozumění se doporučuje používat aktivní tvary sloves, ne trpné rody, slova abstraktní by měla být nahrazena konkrétními. Lepšímu porozumění projevu ze strany publika také přispěje používání přesných a jednoznačných výrazů, řečník tak zabrání nežádoucím výkladům svého projevu ze strany posluchačů. Citově zabarvená slova projev zajímavě zlidští, zatímco přechodníky se nepoužívají, neboť vyzní až moc oficiálně, knižně až archaicky. Není-li publikum složené z odborníků, je nutné přejatá slova či cizí výrazy překládat. Řečník si také musí být stoprocentně jistý jejich významem a musí také vědět, jak se dané slovo správně vyslovuje.⁸² Aby řečník své posluchače zaujal, doporučuje se zapojovat publikum do projevu pomocí druhé osoby množného čísla a také pomocí opakovaného oslovení posluchačů v průběhu projevu.

⁸⁰ ČECHOVÁ, M., KRČMOVÁ, M., MINÁŘOVÁ, E. *Současná stylistika*. Praha: Lidové noviny, 2008, s. 290-291 a KARLÍK, P., NEKULA, M., PLESKALOVÁ, J. *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha: Lidové noviny, 2002.

⁸¹ ŠPAČKOVÁ, A. *Moderní rétorika aneb Jak mluvit k druhým lidem, aby nám naslouchali a rozuměli*. Praha: Grada, 2003, s. 81-86

⁸² Tamtéž, s. 81-86.

Oslovovat publikum lze buď bezprostředně či pomocí přímých řečnických otázek.⁸³ V projevech ve veřejném prostoru se také často objevují názorná přirovnání a vhodně zvolené faktografické údaje.⁸⁴

Veřejný projev musí být připraven nejen po stránce prvků lingvistických, ale také paralingvistických (blíže uvedeno v kapitole 2.3). Přednes projevu je ze strany publika velice důležitý pro celkový dojem z kvality projevu. Kvalitní přednes veřejného projevu je ovlivněn zejména rychlostí řeči, správnou artikulací, frázováním a správným používáním pauz. Správné ovládnutí dechu je při projevu důležité zejména pro tvorbu hlasu a ovlivňuje kvalitu celého projevu. Dalším faktorem, který ovlivňuje kvalitu verbální stránky projevu, je správná artikulace. Artikulace je zásadní pro jasnost a srozumitelnost prezentovaného projevu.⁸⁵ Srozumitelnost projevu ovlivňuje frázování. „*Frázování řeči pomocí pauz je rovněž prostředkem, který řečníkovi umožňuje učinit řeč srozumitelnější, přehlednější a jednoznačnější ve výkladu možného významu.*“⁸⁶

Paralingvistická stránka projevu ve veřejném prostoru je nezbytná zejména pro vypořádání se s velikostí místnosti, její akustikou, osvětlením či rozvržením prostoru. Zvládnutí těchto prvků a příprava projevu po této stránce usnadňuje řečníkovi přednes projevu, čímž napomáhá lepšímu dojmu z celého jeho vystoupení.

⁸³ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán, 2015, s. 199.

⁸⁴ ČECHOVÁ, M., KRČMOVÁ, M., MINÁŘOVÁ, E. *Současná stylistika*. Praha: Lidové noviny, 2008, s. 290-291 a KARLÍK, P., NEKULA, M., PLESKALOVÁ, J. *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha: Lidové noviny, 2002.

⁸⁵ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán, 2015, s. 219.

⁸⁶ Tamtéž, s. 221.

4.4 NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE VE VEŘEJNÉM PROJEVU

Nejen verbální projev rozhoduje o kvalitě projevu, ale také neverbální stránka komunikace přispívá k vytvoření pozitivního dojmu z řečnického vystoupení jako celku. Neverbální komunikace vyjadřuje, co cítíme, jaké máme myšlenky, emoce. Při projevu na veřejnosti, kdy řečník nezná své posluchače, buď potlačuje svůj temperament, nebo ho přizívuje, což nemusí být posluchači vždy kladně přijímáno.⁸⁷

Řečník se musí připravit na použití vhodných neverbálních projevů v souvislosti s konkrétní situací: v souvislosti s projevem by měl přizpůsobit své oblečení, používat oční kontakt, adekvátní gesta, mimiku apod. Je důležité si uvědomit, že neverbální komunikace pomáhá posluchačům k pochopení řečnickovy myšlenky nebo k eliminaci případných nedorozumění.⁸⁸

Co se týče oblečení řečníka, je součástí jeho image (zmněno v kapitole 3.3). Vhodnost oblečení řečníka je určena předmětem veřejného projevu a také příležitostí, k jaké je projev určen. Pravidlo o oblékání řečníka zmíněné v kapitole 4.2 v praxi znamená, že přednáší-li řečník dělníkům oblečeným v montérkách, džíny s tričkem jsou pro něj vyhovující. Součástí oblečení řečníka jsou také jeho doplňky jako např. hodinky, u žen pak náušnice a šperky. S těmito doplňky by měl řečník zacházet opatrně, není vhodné při veřejném projevu nosit doplňky, které narušují celkový vzhled řečníka a mohou také odpoutat pozornost posluchačů.⁸⁹

Při projevu je velice důležité udržovat zrakový kontakt, při každé nové pointě by se měl řečník podívat do publika a neměl by pohledem spočívat na jedné osobě. Pohled řečníka by měl postupně obsáhnout šíři celého publika, tedy pohledy přirozeně střídat tak, aby přítomní posluchači měli pocit, že i jim řečníkův pohled věnován. Pohled by měl být cílený. Oční kontakt odráží kontakt řečníka s publikem, řečník si tak ověřuje reakci publika na klíčové téma projevu a zároveň upoutává pozornost posluchačů.⁹⁰

⁸⁷ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán, 2015, s. 239.

⁸⁸ Tamtéž, s. 39-40.

⁸⁹ ŠPAČKOVÁ, A. *Moderní rétorika aneb Jak mluvit k druhým lidem, aby nám naslouchali a rozuměli*. Praha: Grada, 2003, s. 43-47.

⁹⁰ Tamtéž, s. 58-59.

Užívání gest musí být v souladu s přednášeným tématem, osobností řečníka a ostatními vysílanými verbálními i neverbálními signály. Pomocí gestikulace může řečník upoutat pozornost posluchačů, přiblížit a více specifikovat sdělované, stejně tak jako ji může využít ke zdůraznění podstatných částí projevu. Při veřejném projevu je vhodné užívat otevřená gesta, jako jsou např. rozevřené paže a dlaně natočené směrem k publiku v případě agitačního veřejného projevu. Užívání jednoznačných gest (vztyčený ukazovák, ruka zatáta v pěst) přispívají k pocitu naléhavosti a důležitosti.⁹¹

Mimika obličejové dotváří celkový dojem projevu. Mimický výraz opět musí korespondovat s obsahem projevu. Nejlepším mimickým výrazem, který umožní řečníkovi navázat kontakt s posluchači, je úsměv. Výraz obličejové prozrazuje posluchačům momentální duševní rozpoložení řečníka. Ve výrazu obličejové řečníka se mohou odrážet prvky značící trému, jedná se o křečovitě sevřené mimických svalů, právě pomocí úsměvu můžeme tyto prvky minimalizovat či odstranit.⁹²

Všechny neverbální signály vysílané v průběhu veřejného projevu řečníkem mají svůj význam, který může být buď negativní, nebo pozitivní. Za negativní signály se např. považuje přešlapování, dotýkání se obličejové či pohled vzhůru. Za pozitivní signály se považuje správný postoj a držení těla, užívání otevřených gest, výraz obličejové a udržování očního kontaktu s publikem. Např. úsměv napomáhá snížit vážnost řečeného, naopak vážný pohled připoutá pozornost k řečenému a zvýší vážnost či serióznost řečníka. Řečník během veřejného projevu musí zaujmout takový postoj, který vyjadřuje jeho přiměřené sebevědomí a sebejistotu. Tento postoj by měl být pro řečníka přirozený nikoliv strnulý. Není vhodné otáčet se zády k publiku či vykonávat prudké pohyby a obraty. Řečník by se také měl vyvarovat postoji s rukama v kapsách nebo založenýma za zády, což může u posluchačů vzbudit dojem řečnickovy nadřazenosti.⁹³

⁹¹ ŠPAČKOVÁ, A. *Moderní rétorika aneb Jak mluvit k druhým lidem, aby nám naslouchali a rozuměli*. Praha: Grada, 2003, s. 57-58.

⁹² Tamtéž, s. 57.

⁹³ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán, 2015, s. 239.

Podle Milana Mikulášťika⁹⁴ může neverbální komunikace verbální komunikaci nejen doplňovat či s ní být v rozporu, ale může ji v určitých případech také zcela nahradit. Řečník může pomocí nahrazení verbální komunikace neverbálním signálem upozornit na sdělované a přispět k aktivizaci publika. Nahrazení verbální komunikace komunikací neverbální je v průběhu projevu ve veřejném prostoru poměrně často využíváno. Neverbální komunikace a její signály by se ale v průběhu projevu ve veřejném prostoru neměly nikdy dostat do rozporu s komunikací verbální. Pokud taková situace nastane, negativně se odráží na vnímání projevu publikem, které si nesouladu v řečnickově verbální a neverbální komunikaci okamžitě všímá.

Zároveň je třeba podotknout, že řečník by měl věnovat zvýšenou pozornost také neverbálním signálům pocházejícím z publika, které by měl včas rozpoznat a vhodně na ně zareagovat.⁹⁵ Pozitivními signály směrem od publika mohou být přímé a soustředěné pohledy, psaní poznámek nebo pokývání hlavou, naopak negativními signály jsou nepřítomné pohledy, rozhovor se sousedem či sledování hodinek. Řečník na negativní signály reaguje aktivizací publika (např. uvedením názorných příkladů, zajímavostí, kladením přímých nebo řečnických otázek, nebo, pokud je to vhodné, vyhlášením přestávky). Čím více je v publiku posluchačů tím více by měl být projev živější (hlasitost projevu, používání výraznější gestikulace).⁹⁶

Spolupráce řečníka s publikem po neverbální stránce dotváří celkový dojem z veřejného projevu. Řečník tak dává najevo, že si publika váží a také prezentuje svůj zájem o názor publika. Řečnickova spolupráce a reakce na neverbální signály přicházející směrem od publika přispívá ke kladnému přijetí jeho projevu a splnění stanoveného cíle projevu.

⁹⁴ MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi. 2., doplněné a přepracované vydání.* Praha: Grada, 2010, s. 97-98.

⁹⁵ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace.* Praha: Dokořán, 2015, s. 39-40.

⁹⁶ MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi. 2., doplněné a přepracované vydání.* Praha: Grada, 2010, s. 190-191.

ZÁVĚR

Předložená bakalářská práce je věnována problematice komunikace z hlediska sociálně psychologického aspektu. Komunikace, její druhy a funkce slouží primárně k předání informací, zkušeností a zážitků lidí mezi sebou. Nedílnou součástí komunikace lidí je její verbální a neverbální složka. Tyto dva druhy komunikace by měly být při mluveném projevu v symbióze. Neverbální komunikace doplňuje význam komunikace verbální, podtrhuje důležitá verbální sdělení, dokresluje význam sdělovaného a v mnoha případech ji může zcela nahradit.

Bakalářská práce je zaměřena na projev ve veřejném prostoru. V rámci tohoto projevu je verbální a neverbální komunikace jeho nedílnou součástí. Prostřednictvím těchto dvou složek komunikace řečník sděluje svým posluchačům informace, předává své zkušenosti, a plní tak předem stanovený cíl svého projevu. Výběr lingvistických, paralingvistických a neverbálních prostředků je u veřejného projevu velice důležitý. Řečník jimi neprezentuje jen dané téma, ale také svou osobnost. To, jak publikum vnímá řečníka, může vést k jeho celkovému přijetí (pochopení) či nepřijetí (nepochopení) celého projevu.

Tato bakalářská práce je koncipována tak, aby představila složky mezilidské komunikace v rovině verbální i neverbální komunikace a aplikovala tyto poznatky do prostředí veřejného prostoru, kde se odehrává komunikace mezi řečníkem a jeho publikem vedená v řečnickém stylu. Předkládaná bakalářská práce by měla posloužit jako materiál pro uchazeče o studium řízení lidských zdrojů.

Funkce projevu ve veřejném prostoru může být informační, manipulační, přesvědčovací či (sebe)propagační a také plní funkci estetickou právě vzhledem ke zvoleným jazykovým prostředkům. Podle rozdílné interakce komunikace se v případě projevu ve veřejném prostoru jedná o komunikaci záměrnou, vědomou, kognitivní a ve většině případů také afektivní, tedy působící na citovou stránku posluchačova vnímání.

Každý projev ve veřejném prostoru je jedinečný, má svá daná specifika, která se odvíjí od představovaného tématu, osobnosti řečníka i skladby publika. Není jednoduché zajistit, aby projev ve veřejném prostoru byl zcela bezchybný, ale správná příprava může zajistit, aby bylo dosaženo stanovených cílů projevu, a řečník tak mohl svůj projev považovat za dobře odprezentovaný a přijatý publikem. Při přípravě každého veřejného projevu je tedy nezbytné, aby byl předem stanoven jeho cíl. Poté probíhá výběr jazykových prostředků tak, aby byly vhodné jednak pro prezentované téma, jednak pro posluchače (publikum). Při přípravě veřejného projevu se projevuje také řečnickova schopnost využívat paralingvistické prostředky, jakými jsou např. síla a tón hlasu, rychlost řeči, správné frázování a vhodné umístění pauz v průběhu projevu. Verbální složku musí vhodně podtrhovat složka neverbální.

Verbální a neverbální komunikace by měly být v průběhu projevu ve veřejném prostoru v naprosté shodě a vzájemně se doplňovat. Neverbální komunikace by se v průběhu projevu ve veřejném prostoru neměla nikdy dostat do rozporu s komunikací verbální. Vzhledem k faktu, že neverbální komunikace je spíše emotivní a je člověkem využívána většinou nevědomě, aniž by si uvědomoval signály, které automaticky vysílá, musí řečník věnovat svému neverbálnímu projevu zvýšenou pozornost. Jinak by mohl svými neverbálními signály narušovat či dokonce popírat význam komunikace verbální. Publikum, které svou pozornost na řečníka upírá a sleduje jeho počínání v průběhu celého veřejného projevu, si případných rozporů mezi složkami řečnickovy verbální a neverbální komunikace okamžitě všímá a hodnotí je jako negativní. Případný nesoulad těchto dvou složek může znamenat nepřijetí veřejného projevu publikem, což může ohrozit splnění stanoveného cíle projevu.

Projev ve veřejném prostoru se odehrává, jak již bylo zmíněno, v řečnickém stylu. Pro jeho realizaci řečník využívá poznatků z oblasti rétoriky, tedy z oblasti umění hovořit na veřejnosti k druhým lidem. V průběhu přípravy probíhá několik fází, a to fáze shromažďování informací, organizace těchto informací, výběr jazykových prostředků odpovídajících řečnickému stylu, příprava poznámek a osnovy projevu a finální fáze přednesu projevu. Tato finální fáze projevu je vyvrcholením celé řečnickovy práce, a to jak po stránce jazykové, tedy verbální komunikace, tak po stránce komunikace neverbální.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

BENEŠOVÁ, D., HUK, J., KLUGEROVÁ, J., PAULOVČÁKOVÁ, L., VACÍNOVÁ, T. *Jak vypracovat bakalářskou a diplomovou práci*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2013. ISBN 978-80-7452-037-2.

BRAUN, R. *Umění rétoriky*. Praha: Portál, s.r.o., 2009. ISBN 978-80-7367-539-4.

ČECHOVÁ a kol. *Současná česká stylistika*. Praha: ISV nakladatelství, 2003. ISBN 80-86642-00-3.

ČECHOVÁ, M., KRČMOVÁ, M., MINÁŘOVÁ, E. *Současná stylistika*. Praha: Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4.

ČERMÁK, F. *Jazyk a jazykověda*. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1946-0.

ČERNÝ, V. *Řeč těla*. Brno: Edika, 2012. ISBN 978-80-266-0124-1.

DEVITO, J. A. *Základy mezilidské komunikace. 6. vydání*. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2018-0.

HAYESOVÁ, N. *Základy sociální psychologie*. Praha: Portál, 2013. ISBN 978-80-262-0534-0.

HEGER, V. *Komunikace ve veřejné správě*. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-3779-9.

JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3.

KARLÍK, P., NEKULA, M., PLESKALOVÁ, J. *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha: Lidové noviny, 2002. ISBN 80-7106-484-X.

KŘIVOHLAVÝ, J. *Jak si navzájem lépe porozumíme*. Praha: Nakladatelství Svoboda, 1988.

MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi. 2., doplněné a přepracované vydání*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-2339-6.

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

NAKONEČNÝ, M. *Sociální psychologie*. Praha: Academia, 2004. ISBN 80-200-0690-7.

ŠPAČKOVÁ, A. *Moderní rétorika aneb Jak mluvit k druhým lidem, aby nám naslouchali a rozuměli*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0633-4.

TINKOVÁ, E. *Rétorika aneb Řeč jako nástroj*. Praha: Computer Media, 2010. ISBN 978-80-7402-074-2.

VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7178-998-4.

ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán, 2015. ISBN 978-80-7363-712-5.

Seznam použitých zahraničních zdrojů

FOSS, K. A., LITTLEJOHN, S. W. *Theories of human communication. 10th edition*. Illinois: Waveland Press, 2011. ISBN 978-1-57766-706-3.

PAULEY J. A., PAULEY J. F. *Communication. The Key Effective Leadership*. Milwaukee: Quality Press, 2009. ISBN 978-0-87389-767-9.

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Eliška Horáčková

Obor: Manažerská studia – Řízení lidských zdrojů

Forma studia: kombinované studium

Název práce: Verbální a neverbální komunikace ve veřejném prostoru

Rok: 2016

Počet stran textu bez příloh: 47

Celkový počet stran příloh: 0

Počet titulů českých použitých zdrojů: 19

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 2

Počet internetových zdrojů: 0

Vedoucí práce: Mgr. Jana Mikšovská