

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

BAKALÁŘSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM

2011–2014

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Aneta Koudelková

**Příznaky osobního a řečového stylu v projevech vybraných
veřejných mluvčích a jejich vliv na účinnost sdělení**

Praha 2014

Vedoucí bakalářské práce: PhDr. Vlčková Jana, Ph.D.

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

BACHELOR FULL-TIME STUDIES

2011-2014

BACHELOR THESIS

Aneta Koudelková

**Signs of a personal and speech style in speeches of selected
public speakers and their influence on message effectiveness**

Prague 2014

The Bachelor Thesis Work Supervisor:

PhDr. Vlčková Jana, Ph.D.

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.....

Aneta Koudelková

Poděkování

Chtěla bych poděkovat své vedoucí práce PhDr. Vlčkové Janě, Ph.D. za její náměty, cenné připomínky a rady, a především za vstřícnou spolupráci při řešení své bakalářské práce.

Anotace

Bakalářská práce se ve své teoretické části zabývá výstavbou řečového projevu a osobnostními vlivy mluvčího na obsah sdělení. Konkrétně se zaměřuje na techniku, výstavbu a formu mluveného projevu, nonverbální a verbální komunikaci a působení osobnosti řečníka na obsah sdělení směrem k veřejnosti. Praktická část na základě porovnávání a rozboru veřejných a osobnostních projevů dvou veřejně vystupujících mluvčích, profesionálů v oblasti médií, odpovídá na otázku: Jak mluvčí svými projevy a osobnostními vlivy může zapůsobit a ovlivnit sdělení směrem k veřejnosti.

Klíčové pojmy

Komunikace, komunikace na veřejnosti, mluvčí, nonverbální komunikace, osobnostní vlivy, řečový projev, verbální komunikace, vyjadřování.

Annotation

In its theoretical part, this bachelor's thesis deals with the construction of verbal expression and the way in which the speaker's personality influences the content of the message. Specifically, it focuses on the technique, construction and form of the spoken language, non-verbal and verbal communication and how the personality of the speaker affects the content of the message towards the public. The practical part of this thesis, based on comparison and analysis of public speeches and personality manifestations of two public speakers making a public speech – professionals in the area of media, answers the question of how a speaker can impress and influence the communication towards the public by his/her manifestations and personality influences.

Key words

Communication, expression, non-verbal communication, oratory skills, personality effects, public communication, speaker, verbal communication.

OBSAH

| | |
|---|----|
| ÚVOD | 8 |
| 1 MLUVENÝ PROJEV | 10 |
| 1.1 Technika mluveného projevu | 11 |
| 1.2 Struktura mluveného projevu | 13 |
| 1.3 Příprava a přednes mluveného projevu | 16 |
| 1.4 Druhy mluvených projevů..... | 21 |
| 2 ŘEČNÍK | 25 |
| 2.1 Typologie řečníka (charakteristika)..... | 25 |
| 2.2 Způsob vyjadřování řečníka | 26 |
| 3 KOMUNIKACE | 29 |
| 3.1 Verbální komunikace | 29 |
| 3.2 Nonverbální komunikace | 36 |
| 3.3 Komunikace na veřejnosti | 50 |
| 3.4 Zpětná vazba v komunikaci..... | 51 |
| 4 VEŘEJNÍ MLUVČÍ V PRAXI | 52 |
| 4.1 Seznámení | 52 |
| 4.2 Rozbor výstupů..... | 53 |
| 4.3 Vývojový posun konkrétních mluvčí | 58 |
| 4.4 Osobnostní vliv mluvčí na obsah sdělení | 59 |
| ZÁVĚR | 60 |
| SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ | 62 |

ÚVOD

Denně jsme vystavováni vlivům přírodním, technickým, vědeckým a mediálním. Je třeba si však uvědomit, jak velký vliv má na naše mínění a chování postoj a projev řečníků. Jistě, je zde určitá představa typického řeckého řečníka rétorického, ale nesmíme zapomínat na dnešní typ veřejných mluvčích, se kterými přicházíme do styku dnes a denně. Ačkoliv si to mnozí z nás nebudou chtít přiznat, je to holý fakt. Ať už se rozhlédneme ve svém zaměstnání, ve škole či v klidu domova svého. Každou minutu zachytíme určitá sdělení a informace, která nás následně ovlivňují v dalším životním kroku či rozhodnutí. Nesmíme však zapomínat, že ony informace vypouští z úst osoba k tomu určená, tedy onen řečník, který díky základním znalostem formy a techniky projevu či působením osobnostních příznaků, dokáže sdělení zformulovat natolik znamenitě, že mu jako příjemce daného sdělení nedokážeme odolat.

V této práci se proto zaměříme na jednotlivé aspekty mluveného projevu, jež pomůžou lépe se orientovat v technice řeči, zvolením správné struktury projevu a jeho následné přípravy, jež velmi podstatná pro vliv vůči publiku. Orientace bude také směřována na přednes samotný, neboť v praxi bývá v některých případech dosti zanedbávaný a opomíjený, ačkoliv je ve výsledném vlivu tím nejdůležitějším pro úspěšný projev řečníka. Už samotný řečník a jeho osobnost, je nedílnou součástí projevu. Vždyť jeho osobnostní charakter a výstup jsou tou hlavní prioritou, jež člověk přijímá společně se sdělením. A jak se později v části teoretické dozvíme, záleží na prvních třech minutách řečnickova projevu, aby si posluchač vytvořil osobní názor, na základě jež pak rozhoduje o schopnosti vnímání a přijímání obsahu sdělení. Tudíž se zde budeme orientovat i na řečníkův verbální a nonverbální projev, v posledních letech velmi aktuální propírané téma. Prozradí totiž o řečnickovi více než by on sám chtěl, což nebývá pro mluvčího výhodou, neboť jako hlavní aktér komunikačního procesu s pověřením informace předávat, by měl být dominantnějším článkem. Zda řečník splní cíl a účel svého procesu, je možné dozvědět se ve zpětné reakci, která je v této práci také rozvedena.

Abychom mohli dokázat jednotlivé teoretické zásady v praxi - ukázat si do jaké míry je důležitá osobnost řečníka, jeho schopnost v oblasti mluveného projevu, vlivu na publikum a komunikaci s nimi - aplikujeme teorii na dva veřejně vystupující mluvčí, kteří se již dlouhá léta pohybují v řečnickém světě a přinášejí svému publiku mnohá sdělení. Na nich budeme také demonstrovat jejich vývojový posun v oblasti komunikace a projevů, rozvoj a osvojení si některých praktik za dobu svého působení. Cíl práce by tak měl prokázat vliv sdělení těchto mluvčích směrem k veřejnosti na základě jejich řečového, osobnostního a profesního růstu.

Téma bakalářské práce jsem si zvolila na základě vlastní zainteresovanosti do této problematiky – osobnostní vlivy řečníka. Především jsem vždy chtěla prohlédnout řeč těla jednotlivých lidí a poznat tak jejich vnitřní pocity a názory. Proto mi přišlo přínosné spojit tuto zálibu s praktickou záležitostí zaměřenou na profesionální řečníky. Zda je opravdu schopnost umět s lidmi zacházet, vědět, jak s nimi mluvit, jak se chovat, tak mocná a dokáže natolik ovlivnit cílové publikum.

1 MLUVENÝ PROJEV

Stát se dobrým řečníkem znamená mít pro to osobnostní předpoklady a především širokou a hlubokou znalost problému, o němž bude obsah sdělení, obsah projevu. K tomu je zapotřebí vnitřní zaujetí a motivace, které jsou do projevu vkládány a ve výsledku i samotná snaha trvalého zlepšení a vyhlazení nedostatků. Nedílnou součástí správnosti projevu je i teoretická znalost o povahových principech mluveného slova, což by mělo předcházet dovednostem praktickým. Řečník by měl vždy zvolit nejvhodnější formu rovnováhy mezi obsahem a formou. Božena Buchtová se k tomu vyjádřila následovně: „*V kontaktu s posluchačem musíme vzít v úvahu nejen jeho znalosti, zájmy a praktické potřeby, ale i vlastní možnosti přednesu mluveného projevu.*“¹

Situace, kdy řečník mluví před druhými, mohou být velmi odlišné. A to nejen rozdílem ve významnosti dané situace, ale také samotnou společností situaci utvářející. Proto řečník musí i samotný projev přizpůsobit a zasadit jej do správného kontextu se situací. Na základě toho pak může zvolit jednu ze tří typických druhů řeči:

1. Informativní řeč zahrnující všechny řečové situace, ve kterých je středem zájmu zprostředkování a předání informací, faktů a poznatků.
2. Persuasivní řeč používanou v případě, kdy se mluvčí snaží formovat názory, tedy podporovat už existující mínění nebo naopak přesvědčovat o míněních jiných.
3. Situační řeč pojímající všechny druhy řečí a proslovů, které jsou realizovány při různých slavnostních příležitostech. V tomto typu řeči nehraje příliš významnou roli vytváření názoru ani zprostředkovávání informací. Svým obsahem, způsobem a formou zcela závisí na situaci a dané příležitosti.

¹ BUCHOTOVÁ – ŠMAJSOVÁ, B. *Rétorika: Vážnost mluveného slova*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3031-8.

V praxi se tyto formy ve většině případu směřují, proto nelze hovořit o převaze jednoho z těchto tří druhů. Přesto je rozdělení důležité, neboť přináší vyjasnění účelu a analýzy mluveného projevu.²

„Veřejný projev je formou komunikace, ve které mluvčí hovoří k relativně velkému publiku nepřetržitým proslovem a obvykle bývá osobní. Student, který přednáší zprávu politicko-vědní třídě, učitel, který vysvětluje strukturu DNA, ministr, který vede dlouhou řeč, politik, který pronáší agitační řeč, to všechno jsou příklady veřejného projevu. Pronášen řečí před televizními kamerami nebo před rozhlasovým mikrofonem, které uslyší několik tisíc nebo milionů lidí, jsou obvykle podobná. [...] Liší se v tom, že oba tyto sdělované projevy nejsou osobní, a proto publikum nemůže bezprostředně reagovat na projev a mluvčí nemůže přizpůsobit podle zpětné vazby.“³

1.1 Technika mluveného projevu

Předpokladem bezchybného a správného vyjadřování je dokonalé ovládnutí techniky řeči. Způsob jakým řečník dovede zacházet se svým řečovým ústrojím, nebo jak umí zvýraznit své přednosti, případně potlačit některé deformace, to vše stojí za úspěchem celého projevu. V případě, že řečník neovládá srozumitelnou mluvu s bezchybnou výslovností či mluví neznělým a tichým hlasem - k zaručenému úspěchu mu nepostačí ani bohatá slovní zásoba a ovládnutí gramatiky. Proto je za základní výbavu dobrého řečníka považována dokonalá technika mluvení, což lze definovat jako ovládnutí mluvních orgánů do takové míry, aby jejich využití bylo vhodné a účinné. Technika mluveného projevu se skládá ze tří složek, a to z dýchání, tvoření hlasu a v konečné řadě i tvoření hlásek.

² ALLHOFF, D., ALLHOFF, W. *Rétorika a komunikace*. 14. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2283-2.

³ DEVITO, J. A. *Základ mezilidské komunikace*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. s. 277. ISBN 80-7169-988-8.

Respirace

Řeč vzniká prostřednictvím výdechového proudu, vytvářené dechovým ústrojím. Zdravý hlas tak vzniká součinností dobré práce s dechem a samotnému porozumění dechovému procesu, což platí i pro správné posazení hlasu a dobré dikce nevyjímaje. Výdechový proud vzduchu má nesmírný vliv na pevnost i barvu hlasu, plynulost řeči, rozsah tónu a artikulační přesnost. Pevný a vyrovnaný hlas je utvořen účelnou, ale především dokonalou koncentrací výdechového proudu. Měkkost, dynamická vyrovnanost i intonační přesnost jsou vhodnými aspekty pro hlasové začátky. Dýchání se rozděluje na tři typy:

1. Hrudní (horní, kostální).
2. Brániční (spodní, abdominální).
3. Smíšené

V praxi se uplatňuje především střídavé využití všech tří typů.⁴

Fonace

Každý jednotlivec má své jedinečné zbarvení hlasu, jímž se odlišuje od ostatních lidí. Barva hlasu je sice dána fyziologickými předpoklady, lze však hlasové zbarvení měnit odborným cvičením. Tvorba hlasu jako reflexní aktivita vzniká koordinací činností dechového a hlasového ústrojí. Je důležité vědět, že mluvení vytrvalé, hlasité a bez námahy, se projevuje pouze v tom případě, kdy je umístěno v oblasti hlavního tónu řeči, což souvisí i s hlasovou variabilitou a schopností modulace. Správná hlasová oblast je opuštěna v situacích, kdy je řečník postaven před větší publikum, v případě rozčílení, nejistoty, trémy či ovlivnění silnými emocemi; má tedy tendenci k výrazně vyššímu hlasovému položení, což většinou může vést i k poškození hlasu.

⁴ ČERNÝ, V., *Rétorika pro obchodníky i běžný život*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3052-0

Artikulace

Přesná a pro řečníka nezbytná artikulace probíhá v dutině ústní pomocí mluvidel. Při mluvení jsou aktivní zejména ret spodní, spodní čelist, jazyk a měkké patro s čípkem. Nejdůležitějším ústrojím v případě artikulace je jazyk, který vytváří největší skupinu hlásek, a to za pomoci hrotu, hřebene a kořene. Předpoklad pro správné vyslovování jednotlivých hlásek je především výborný stav artikulačních orgánů a znalost pravidel přesné artikulace. Kvalitu výslovnosti ve vysoké míře ovlivňuje i stav chrupu a zejména pak správný skus obou čelistí. I samotná tvorba slin je pro správnou mluvu velmi podstatná, neboť udržují v dutině ústní čistotu a vlhkost, usnadňují polykání a usnadňují pohyb rtů a jazyka. Veškeré základy však začínají už od dětství, kdy je potřeba učit se správným mluvním návykům.⁵

1.2 Struktura mluveného projevu

U mluveného projevu nelze opticky zdůraznit důležitost sdělované informace a podpořit tím tak členění textu. U mluveného projevu je proto potřeba přemýšlet o srozumitelnosti, vnímání mluveného textu a jeho zpětnou analýzu. Řečník by měl proto dbát na princip struktury a řádu samotného textu, kam patří přehled na začátku, vnitřní členění, myšlenkový pochod, vnější řád, shrnutí.

Přehled na začátku

Srozumitelnost projevu výrazně spočívá na principu, kdy posluchač ví, jaké myšlenky může očekávat. Proto je nutností na začátku řeči představit i hrubé členění, tedy seznámit posluchače se stručnou strukturou projevu, což je nejvhodnější u řeči informativní (viz kapitole 1). Z toho vyplývá, že by řeč na počátku neměla být členěna do podkapitol a na jednotlivé body, mohlo by to projev připravit o pozornost

⁵ BUCHOTOVÁ – ŠMAJSOVÁ, B. *Rétorika: Vážnost mluveného slova*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3031-8.

posluchačů. Samotný přehled však nemusí být zákonitě na úplném začátku, nýbrž před argumentační a informační částí.

Vnitřní členění

„Členění slouží v pozitivním slova smyslu jako nástroj srozumitelnosti: jak pro vlastní myšlenky během mluveného projevu, tak i pro proces porozumění u posluchačů.“⁶

Srozumitelnost textu závisí především na věcně logickém členění a členění v závislosti na cílové skupině. V žádném případě však členění nenahrazuje argumenty. Základním členěním mluveného projevu je v první řadě nástup a závěr řeči.

Nástup řeči

Pozornost, zaujetí, zájem o věc, vnitřní postoj posluchače k obsahu a samotnému mluvčímu rozhoduje již na začátku řeči. Nástup má ve všech situacích mluveného projevu mimořádný význam, neboť posluchač si velmi rychle vytvoří názor o mluvčím a výsledkem je nezaujaté naslouchání. O ochotě naslouchat a nechat se přesvědčit rozhodují první tři minuty. Na začátku projevu většinou platí, že je nejvyšší koncentrace ze strany posluchačů na řečnickovo sdělení obsahu a zvolenou formu. Je proto velmi obtížné napravovat nezdařený začátek, v prvních minutách totiž posluchač už intuitivně rozhoduje o:

1. Odborné kompetenci a jistotě mluvčího.
2. Komunikačních schopnostech a ochotě mluvčího.
3. Kvalitě obsahu.
4. Užitečnosti obsahu.

Pro úspěšný nástup projevu je důležité začít tím, co posluchače momentálně nejvíce zajímá, co mu pomůže k rozšířenější informovanosti dané problematiky, tedy předat mu

⁶ ALLHOFF, D., ALLHOFF, W. *Rétorika a komunikace*. 14. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2008. s. 55. ISBN 978-80-247-2283-2.

srozumitelné a kompetentní informace. Nejvhodnější formou projevu je vynechat vše, co s danou tématikou nemá nic společného.

Závěr

Významně přispívá k tomu, co si posluchač pamatuje a zda ve výsledku změní názor či projeví nějakou reakci na danou problematiku. Závěr řeči tedy lze jednoduše vyjádřit jako obsah sdělení. V mluveném projevu směřují nejdůležitější myšlenky na závěr, a to do stručně formulované a srozumitelné cílové věty. Ta ve výsledku vyjadřuje záměr sdělení a dává posluchači možnost odhalit postoj samotného řečníka. Závěr má proto zvláštní rétorický význam, neboť právě slova závěru si posluchač zapamatuje nejvíce.

Vnější řád

Při ústní komunikaci je vedle vnitřního členění důležité i členění vnější, tedy vnější řád. Čemuž lze rozumět především jako členění srozumitelné posluchači. Nit myšlenek musí být proto srozumitelná nejen obsahem, ale i během řeči samotné. Posluchač lépe vnímá a pamatuje si jednotlivá fakta díky srozumitelnější struktuře. Je proto zapotřebí rozlišovat to podstatné a nepodstatné a zachovat myšlenkové členění projevu a textu. Pro přehlednost projevu jsou často využívány tzv. obsahově redundantní formulace, které nenesou žádné informace, ale napomáhají k lepší srozumitelnosti a orientaci v obsahu projevu.

Shrnutí

Jedno z dalších důležitých kritérií pro jednodušší orientaci a srozumitelnost projevu je shrnutí, které může být použito nejen na závěr řeči, nýbrž i během řeči, a to v okamžiku uzavírání jednotlivých úseků. Podstatné informace jsou pak opakovaně zdůrazněny a posluchač si je může znovu připomenout. V případě, že na začátku je text

předstrukturovaný, shrnutí ho pak následně může strukturovat dodatečně, což ve výsledku zvýší srozumitelnost řeči.⁷

Albína Měchurová ve své publikaci uvádí tyto jednotlivé fáze příprav pro mluvený projev:

1. Inventio - nápad, invence, shromažďování materiálu.
2. Dispositio – uspořádání materiálu.
3. Elocutio – jazyková formulace, stylistická výstavba.
4. Memoria - učení se projevu nazpaměť.
5. Pronuntiatio – uskutečnění projevu na veřejnosti a samotný přednes.⁸

1.3 Příprava a přednes mluveného projevu

Nejdůležitějším dílem přípravy mluveného projevu je stanovení si jeho cíle. Mluvčí by si před svým vystoupením měl položit otázku, čeho by chtěl ve výsledku docílit. Zda by jeho projev měl posluchače inspirovat, motivovat či aktivizovat. Často se také jedná o otázku zaměření se na předávání nových poznatků a informací či o přímém ovlivnění posluchače – jeho názorů a postojů. Proto je velmi důležitým aspektem znalost cílové skupiny, ke které je projev směřován, neboť obsah mluveného projevu musí být přizpůsoben úrovni vědomostí posluchačů, jejich pohlaví, věku i počtu. Zvolení vhodných argumentů a názoru, jež u publika vyvolají reakce, ať už příznivé či naopak, je také nutno zvážit. Každé publikum totiž vyžaduje individuální způsob výkladu a odlišný výběr jazykových prostředků. Úspěšnost projevu je podnícena především hlubokou znalostí problematiky, o níž mluvčí hovoří. Je zapotřebí, aby řečník zvolenou tematiku ovládal v širokém kontextu, a to i ve spojitosti s vědními obory problematice příbuzné.

⁷ ALLHOFF, D., ALLHOFF, W. *Rétorika a komunikace*. 14. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2283-2.

⁸ MĚCHUROVÁ, A. *Jak dobře mluvit a úspěšně jednat*. 2. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2008. s. 28. ISBN 978-80-867223-32-7.

Volba tématu

Prvotním základem úspěchu je volba hodnotného tématu, které publikum osloví a bude pro něj zajímavé. Vhodná tematika se nepochybně liší podle kultury publika, kdy každá kultura mývá vlastní téma, jež ve výsledku často vedou ke konfliktu. Jedná se především o témata, kterým je potřeba se vyhnout, a to především v tom případě, pokud v publiku jsou příslušníci právě jiné kultury. Témata pro projev lze nalézt všude. Je tedy zapotřebí, zvolit si takovou oblast tématu, o kterou se sám řečník zajímá a zároveň využívá své nabyté vědomosti. Dalším nezbytným krokem je zvolit takové téma, které bude pro publikum nejen zajímavé a přínosné, ale také cenné. Aby bylo sdělení cenné, je možné využít některé národní a regionální průzkumy veřejného mínění, jež se zabývají podstatnými otázkami a naléhavými problémy, se kterými se lidé setkávají.

Volba účelu

Není raritou, že volba a účel mohou být v některých případech zvoleny současně. Někdy naopak bývá v první řadě zvoleno téma a účel je stanovený později. Při přípravě veřejného projevu je povinnost formulovat jak obecný, tak i konkrétní účel.

1. Obecný účel, jenž prostřednictvím informativního a přesvědčovacího projevu (viz kapitola 1) tvoří pochopení, poučuje, napravuje nedorozumění, vysvětluje, demonstruje chod věcí či vysvětluje strukturu. Může posílit stávající postoje publika, změnit jejich víru či je přimět k určitému způsobu chování.
2. Konkrétní účel identifikuje informace ve sdělení, změnu postoje a chování.

I v tomto případě je potřeba si zvolit účel takový, aby řečník byl schopen rozebrat jej do hloubky. Publikum tak bude mít větší přínos z projevu zahrnujícího jen malou oblast, jež bude probírána intenzivněji, než ze širokého tématu, o němž by bylo hovořeno pouze povrchně.

Analýza publika

Řečník, jehož záměrem je publikum přesvědčit či informovat, by měl být seznámen s jeho sociologickou a psychologickou charakteristikou.

1. Sociologické aspekty publika zahrnují jeho kulturu (věk, pohlaví, stav, zaměstnání, příjem a náboženství).
2. Psychologické aspekty publika jsou zaměřeny na ochotu publika naslouchat, míru jejich touhy po znalostech a příznivost či nepříznivost jejich postoje k přednášenému tématu.

Formulace teze

Hlavním cílem teze je stručná identifikace centrální myšlenky projevu směrem k publiku. Se zřetelně zformulovanou tezí je mluvčí schopen sestavit srozumitelný a souvislý projev.

Průzkum tématu

Provést průzkum tématu je důležité především z toho hlediska, má-li být mluvený projev hodnotný a má-li z něj profitovat nejen řečník, ale také publikum. Z tohoto hlediska je proto zapotřebí zvolená témata sledovat, (např. nahlédnutím do některých periodik, internetových zdrojů a databází) což bývá rychlým a snadným způsobem při nalézání potřebných informací.

Podpora hlavních propozic

V případě tezí a propozic je zapotřebí jejich podpora. Podpora totiž posiluje a znázorňuje koncepty, o nichž řečník hovoří. Lze uplatnit na příkladech, ilustracích a důkazech od různých autorů či poskytnutím odlišných pohledů na určitý proces nebo událost. Zvolené propozice je možno podpořit těmito způsoby:

1. Logickou podporou využívající obecné principy, analogii, různé známky, argumentaci specifických příkladů, příčin a důsledků.
2. Motivační podporou, kdy jsou k podpoře využívány motivační apely na přání publika, například ohledně zvýšení sebevědomí, stavu či finančního zisku.
3. Přesvědčovací mocí, jež je často využívána při řečnickově reputaci a důvěryhodností. Čím morálnější a charismatičtější řečník je, tím větší pravděpodobnost důvěry ze strany publika.

Uspořádání materiálu k projevu

Pro snazší pochopení a zapamatování projevu publikem, je nutností uspořádání veškerého materiálu. To lze uspořádat dle následujících vzorů:

1. Časový vzor umožňuje uspořádat hlavní problémy na základě časového vztahu a času samotného. Je často využíván v řeči informativní (viz kapitola 1). Způsob tohoto uspořádání umožňuje rozdělení projevu do dvou, tří nebo i čtyř hlavních částí. (Např. minulost – současnost – budoucnost; budoucnost – současnost – minulost.) Nejčastěji je tento vzor využíván u historických témat.
2. Prostorový vzor uspořádá projev na základě prostoru. I tato forma vzoru je často používána u projevu informativního. Pro prostorové uspořádání je vhodná většina fyzických předmětů (struktura školy, mrakodrapu, nemocnic nebo dokonce i dinosaura).
3. Tematický vzor projev rozděluje na podtémata nebo části. Jedná se o užitečné uspořádání projevu.
4. Vzor problém – řešení představuje základní myšlenky ve dvou částech. V první části projevu bývá rozvinuta diskuze o daných problémech a jejich konfrontace a v druhé části dochází k zvážení možností k řešení dané problematiky.
5. Motivační vzor uspořádá informace tak, aby došlo k následné motivaci publika a k jeho navazujícím pozitivním reakcím v rámci stanoveného účelu, k čemuž je využívána pozornost publika, potřeba něčeho dosáhnout, spokojenost publika, vizualizace a činnost posunující publikum určitým směrem.

Stylizace projevu

Ve většině případů je projev v první fázi v psané formě, z tohoto důvodu je potřeba si ho před veřejným publikováním opětovně přečíst, a to konkrétně složité části a neznámá slova. Lze tím tak předejít negativním následkům při samotném projevu, neboť posluchači projev uslyší pouze v jednom případě, proto by měl být srozumitelný a bezchybný. Obecně totiž platí, že mluvená řeč obsahuje kratší, jednodušší a známější slova než projev psaný. Proto je potřeba dbát na následující zásady:

1. Zřetelnost by měla být jedním z prvních cílů stylizace stylu veřejného projevu. Klade důraz na jednoduchost bez zbytečného opakování a obširnosti, preferuje specifická čísla i termíny.
2. Živost je mířena na slova, jež mají za úkol oživit řečnickovy myšlenky, což posluchačům následně ulehčí porozumění a zapamatování si obsahu sdělení.
3. Přiměřenost jazyka musí být v souladu s tónem projevu, publika i řečnickovy osobní představy. Jazyk je aspektem, který zajišťuje pohodlí a přirozenost situace.
4. Osobní styl řečníka napomáhá k pozitivním reakcím publika, v posluchačovi je vyvolán pocit zapojení do hovoru a možnost ztotožnění se s řečníkem.
5. Větná stavba a její správné využití přispívají k efektivnějšímu projevu. Proto je zapotřebí správně nakládat s větami krátkými, přímými, činnými a pozitivními, díky kterým je přenos informací směrem k posluchači daleko snazší.

Sestavení úvodu a závěru

Zvláštní pozornost vyžadují úvod a závěr, protože udávají efektivitu projevu ve velké míře.

1. Úvod slouží pro získání pozornosti publika formou seznámení s tématem a pro následné nasměrování, tj. částečně sdělení o obsahu a směřování projevu.
2. Závěr je podstatnou a nejkratší částí projevu. Část, kterou si posluchač nejvíce zapamatuje, neboť jsou v ní shrnuty veškeré hlavní body celého projevu (viz v kapitole 1.2).

Nácvik projevu

Nacvičování řečníkovi umožní nahlédnout na průběh kompletního projevu, což mu může pomoci při provádění změn a vylepšování. Dále umožňuje správné načasování projevu tak, aby řečník na základě času efektivně odděloval jednotlivé části projevu. A napomáhá i při následném využití gest, pohybů a očního kontaktu.

Přednes projevu

Řečníci využívají širokou škálu metod přednesu, důležitá je však volba metody tak, aby řečníkovi vyhovovala. Mezi tři hlavní metody přednesu patří:

1. Metoda improvizace, jež se vyznačuje projevem bez předešlé přípravy. V improvizace se řečník může neustále zdokonalovat, a to prostřednictvím kultivace schopnosti veřejného projevu.
2. Metoda rukopisu je nejjistější metodou vyžadující však přesný čas a styl. Jeho smysl tkví v napsaném projevu, který je pak následně přečten, což umožňuje kontrolu stylu, obsahu i uspořádání a dalších prvků. Nevýhodou této metody je nepřirozenost projevu a odepření možnosti přizpůsobení projevu na zpětnou vazbu posluchačů.⁹

1.4 Druhy mluvených projevů

Mluvené projevy rozdělujeme do dvou slohových typů:

1. Zaměření na obsahovou stránku projevu, kdy cílem projevu je sdělení nových poznatků. Působení především na rozumové schopnosti posluchače prostřednictvím faktů a logických argumentací. Převládá spíše věcná a informativní složka.

⁹ DE VITO, J. A., *Základy mezilidské komunikace*. 6. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2018-0.

2. Formální a výrazová stránka projevu působí spíše na emociální stránku posluchače, k čemuž využívá jazykové umělecké prostředky.¹⁰

Přednáška

Základní klasický útvar veřejného vystupování naučného, kdy mluvčí je v roli školitele, vzdělavatele. Jedná se o slovní výklad určité tematiky v logicky uspořádaném pořadí pod vedením lektora, ve stanoveném časovém úseku, prostřednictvím poskytnutých informací. Publikum tvoří zájemci nejen zasvěcení do dané problematiky, ale také vůbec nezasvěcení, jež očekávají poučení od odborníka. Přednáška posluchačům napomáhá vytvářet nové a správné názory na tematiku, podává instrukce jednání a formuluje jeho vzory.

Referát

Řečnický útvar přinášející podrobné informace o plánech, úkolech, činnostech a výsledcích. Předávané informace jsou spojené s hodnocením a vytyčením následujícího postupu. Forma vyjadřování je v přirozeném plynulém podání vhodném k poslechu, neboť se podává k posluchačům přímou řečí, nemůže mít tudíž formu strohou nebo heslovitou. Jedná se však o projev objektivně informativní, věcný, racionálně hodnotící a apelující na rozum. V některých případech bývá nutností přenést informace obsažnou a členitou formou. Řečník v tomto případě vystupuje jako představitel či zástupce kolektivní organizace, proto není vhodné referovat osobním tónem, proto se jedná o útvar ryze neosobní. Nepřípustné je využívání jakýchkoli frází a klišé.

Diskusní příspěvek

Dialogická forma veřejných projevů patřící na program porad a schůzí uváděných referátem. Bývá otevřena všem zúčastněným zasedání. Cílem je posudek určité

¹⁰ BUCHOTOVÁ – ŠMAJSOVÁ, B. *Rétorika*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. ISBN 80-247-0868-X.

problematiky z různých hledisek a snaha nalézt nejvhodnější řešení. Vystoupení může být kritické nebo doplňující. Jedná se o problematiku vybranou a dílčí, nesmí odporovat účelu diskuse, tj. „odbíhání od tématu“.

Panelová diskuse

Formy diskuse pořádané pro veřejnost. Jedná se o vystoupení odpovědných činitelů nebo odborníků v určitém oboru působnosti, jež před publikem rozvinou volný dialog o dané problematice, čímž umožní posluchačům do ní nahlédnout a následně jí i pochopit. Panelovou diskuzi lze přiřadit k informativně problémovým přednáškám a referátům. Obsahem bývají vysoce aktuální témata podávaná kolektivně a improvizovaně.

Interview a tiskové konference

Velmi specifické formy informování veřejnosti prostřednictvím věcných, uspořádaných a informativních referátů. Často převáděny do prostších, nezkreslených, vulgárnějších a populárnějších podob. Tiskové konference jsou nejnáročnější formou veřejně mluveného projevu, neboť fungují jako prověrka vědomostí dotazovaného, jeho schopnost bystré reakce, myšlenkových a mentálních pochodů, pohotové argumentace a přesvědčivosti.

Slavnostní proslovy

Smyslem slavnostního proslovu je projev účasti na dané události a přispění k citovému povznesení, jež k příležitosti náleží.

1. Proslov oslavný bývá obsahově sevřený, apelující na cit a slavnostnější. Lze využít básnický ráz či nekonvenční a srdeční oslovení. Využitím nevšedních slov, průpovědí, vzletnějších tónů vytváří dekorum k odpovídajícímu životnímu jubileu.

2. Smuteční řeč je vzpomínkou na zesnulého. Jedná se o uctivé poděkování a promluvě směřované k pozůstalým. Promluva bez gest a pronášena klidným hlasem - formou útěchy.
3. Přípitek, ve formě krátké promluvy, by v zásadě měl obsahovat několik vlídných a vzácných slov, s myšlenkou připomenutí vzájemných vztahů mezi účastníky, smyslu a hodnoty jejich spolupráce či životních snah, cílů a ideálů.

Řeč politická a slavnostní

Vytříbená forma projevu, jež je nazývána vrcholem řečnického umění. Je praktikována při sociálních a politických hnutích, při významných kampaních či státnických akcích, jež apelují na masy občanů.

1. Řeč politická je určena k získání určitých akcí, vytyčení programu a udání směru.
2. Řeč slavnostní dotváří slavnostní lesk momentům zvláštních společenských významů. V dnešní době bývá tato řeč spojována s politickým programem.¹¹

¹¹ MĚCHUROVÁ, A. *Jak dobře mluvit a úspěšně jednat*. 2. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2008. ISBN 978-80-867223-32-7.

2 ŘEČNÍK

„Řečnickovo vystoupení se nikdy neodehrává ve vzduchoprázdnu, probíhá v prostředí reálného kontextu, který nikdy není prázdný a zahrnuje též jako důležitou proměnnou i okamžitý vnitřní kontext samotného řečníka včetně jeho pulzujících osobnostních proměnných.“¹²

Cílem mluvčího je uzpůsobit si parametry vnitřního kontextu tak, aby pro následné vystoupení byly co nejoptimálnější. Před započítím modelu vystoupení, je důležité začít především u osoby vlastní, tak aby celkový dojem byl ve výsledku co nejpříjemnější. Vnitřní kontext osoby tvoří emoce, osobní konstrukty a především centrální charakteristické rysy osobnosti. Posлуhač je zároveň i pozorovatel sledující řečnické vystoupení, nelze proto opomíjet nonverbální signály (viz kapitola 3.1), neboť na základě nich jsou často vytvářeny úsudky o povahových rysech řečníka. Řečník, který chce v dnešní době publikum zaujmout, musí umět pracovat se sugescí v dostatečné míře. Je zapotřebí klást důraz na etickou rovnu řečnickova vystoupení, aby ve výsledku nedošlo ke skrytým manipulativním technikám.¹³

2.1 Typologie řečníka (charakteristika)

Klasifikace řečníka na základě hodnocení posluchači:

1. Řečník kompetentní je dokonale obeznámen s probíranou tematikou.
2. Řečník kultivovaný pracuje s jazykovými prostředky kultivovaným způsobem, což se odráží nejen při sestavování jeho projevu, ale následně i na samotném hlasovém přednesu.
3. Řečník vmlouvavý se snaží různými způsoby a postupy vlichotit se do přízně publika, a to bez jakékoliv tolerantní míry.

¹² ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika – teorie a praxe*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008. s. 101. ISBN 978-80-86723-57-0.

¹³ Tamtéž, s. 101.

4. Řečník frázista často ve svém projevu užívá fráze, floskule a klišé.
5. Řečník demagog nevybíravými manipulačními technikami dokáže publikum strhnout na svou stranu.
6. Řečník sugestivní dovede posluchače přesvědčit a získat si je na svou stranu prostřednictvím správných argumentů a vyvozováním úsudku. Používá vhodné figury a tropy. Respektuje kooperační a zdvořilostní principy.¹⁴

2.2 Způsob vyjadřování řečníka

„Řeč slouží samozřejmě primárně k předání informace – ale tu lze předat kvalitně i nekvalitně. Zvuk řeči navíc prozradí o mluvčím jeho individualitu, duševní stav, regionální a národní příslušnost, společenské postavení.“¹⁵

Vady výslovnosti

Vady ve výslovnosti mluvený projev velmi ovlivňují, působí totiž rušivě, což často může nejen oslabovat sebedůvěru samotného řečníka, ale v první řadě zastiňují obsah projevu a jeho srozumitelnost, neboť odvádějí pozornost. Projevy nesprávné výslovnosti v češtině lze dělit na:

1. Rotacismy, což je vadná výslovnost kmitavých souhlásek R a Ř.
2. Sigmatismy označující nesprávnou výslovnost sykavek S, Z, Š, Ž a polosykavek C, Č.
3. Lambdacismy, jimiž je nazývána nesprávná výslovnost souhlásky L, což je častý handicap zejména u mladých lidí.

¹⁴ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika – teorie a praxe*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008. s. 103. ISBN 978-80-86723-57-0.

¹⁵ KRČMOVÁ, M. *Fonetika a fonologie*. [2014-03-08]. Dostupné z: http://is.muni.cz/do/1499/el/estud/ff/ps09/fonetika/tisk_2009/index.html

Zvuková modulace

Působivý a účinný projev nespočívá pouze v ovládnutí techniky řeči, ale také v ovládnutí samotné zvukové modulace projevu řečníka. Tím je myšlena větná melodie, která je specifická pro každý jazyk zvlášť, a napomáhá tak k odlišování od jiných jazyků či k rozeznání cizinců využívajících jazyk země, ve které pobývají. Melodickou proměnlivost a zvýrazňování osobnosti mluvčího ovlivňuje frázování, větný přízvuk a intonace.

Frázování

Členění vět na kratší nebo delší, označované jako větné úseky. Principem frázování je, aby části vět, významově navzájem spjatých, od sebe nebyly odděleny pauzou, změnou melodie řeči nebo větným přízvukem. Dělení vět na krátké a dlouhé úseky je závislé i na mluvním tempu mluvčího, neboť čím rychlejší mluva, tím jsou pronášeny i delší větné úseky a naopak. Nelze opomenout, že způsob frázování je ovlivněn nejen druhem projevu, ale také osobnostními zvyklostmi řečníka a stanovenými cíli projevu.¹⁶

Větný přízvuk

Zvukové vyčlenění jádra výpovědi způsobuje tzv. frázový akcent, tedy větný přízvuk. Zvukový charakter by v tomto případě měl být založen na změně celkového tempa, tónu a síly a na zvýraznění akusticko-artikulačních vlastnostech přízvukných slabik výrazu, kterých se tento přízvuk týká. V klidné řeči se větný přízvuk jeví jako místo, odkud probíhá intonační schéma nekoncového nebo koncového úseku sdělení. Za neutrální místo větného přízvuku je v češtině považován konec výpovědi. Při subjektivním uspořádání slov se větný přízvuk přesouvá a je zřetelný i zvukově. Nelze však srovnání

¹⁶ BUCHOTOVÁ – ŠMAJSOVÁ, B. *Rétorika: Vážnost mluveného slova*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3031-8.

jednoznačně určit, neboť je obtížné, vždy se totiž jedná o relaci v rámci promluvy či výpovědi, nikoliv o absolutní výšku a sílu.

Intonace

Jedná se o způsob silového a melodického průběhu výpovědního celku. Podstatou intonace je změna výšky hlasu, jež sice má pro samotné sdělení obsahu projevu okrajový význam, avšak účinný projev veřejný by neměl být monotónní, což bývá následkem právě nedostatečné intonace. Melodie souvislé řeči se mění na základě citového stavu mluvčího. Prostřednictvím intonace lze poznat několik aspektů v mluveném projevu, kdy větná intonace slouží jako signál naznačující ukončenost či neukončenost jednotlivých výpovědních úseků a výpovědí samotných. Intonace lze rozdělit na několik základních typů:

1. Klesavá intonace, kterou je možno uplatnit v citově neutrální oznamovací větě. Příznakovou obměnu intonace klesavé lze uplatnit při vytýkání, v otázkách vylučovacích a doplňkových nebo ve větách příkazových a zákazových.
2. Stoupavá intonace je využívána při zjišťovacích otázkách.
3. Nekoncová kadence se uplatňuje při vytýkání, při zvukovém vyčleňování východiska výpovědí, při výčtu složek.

Ortoepie

Termín využívaný k popisu normy kultivované výslovnosti a reprezentativní podoby jazyka. Zabývá se zásadami užívání standardního znění hlásek v souvislé řeči, tedy i jejich změn ve slovech či výpovědích. V rámci správného vyjadřování a k přenesení obsahu sdělení je zapotřebí nejen srozumitelná řeč, ale také její kultivovanost.¹⁷

¹⁷ KRČMOVÁ, M. *Fonetika a fonologie*. [2014-03-08]. Dostupné z: http://is.muni.cz/do/1499/el/estud/ff/ps09/fonetika/tisk_2009/toc.html

3 KOMUNIKACE

„Komunikace je přenos informace pomocí znakového systému, uskutečňovaný mezi lidmi přímo nebo pomocí technicko-organizačních prostředků.“¹⁸

3.1 Verbální komunikace

Velmi důležitou složkou v komunikačním procesu je především verbální komunikace. Umění mluvit, sdělovat slovy, přesvědčovat, informovat. To vše v souvislosti se schopností mluvčího srozumitelně formulovat své myšlenky a předávat je dál, ať už psanou nebo ústní formou, k širší veřejnosti.¹⁹

Výhodu tohoto typu komunikace je pružnost komunikace a identifikace emočních i nonverbálních signálů (viz kapitola 3.2) a prvků a především možnost okamžité zpětné vazby. Má však také své nevýhody jako je vliv komunikačních šumů, deformace ústního sdělení v případě zprostředkované komunikace a časová náročnost. Důležitá je volba vhodných slov, která ovlivňuje naše myšlení, pochopení partnera, jednání a celkovou komunikační situaci včetně konečného sdělení obsahu a samotného výsledku komunikace. Pokud jsou volena špatná slova – zbrzdí komunikaci a následně mohou mít negativní příčinu na celkový dojem i v průběhu komunikace. V některých případech může dojít k problémové komunikaci, která celou interakci demotivuje. Proto je nutná pečlivá volba slov a využívání pozitivní síly.²⁰

Ve verbální komunikaci se především jedná o dorozumívání se řečí, již sdělujeme informace neb řeč je nástroj komunikace. Pro komunikační interakci je důležité ovládat techniku hovoru, umět mluvit a také naslouchat. Samotná komunikace získává

¹⁸ MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2010. s. 11. ISBN 978-80-7452-002-0.

¹⁹ MĚCHUROVÁ, A. *Jak dobře mluvit a úspěšně jednat*. 2. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2008. ISBN 978-80-867223-32-7.

²⁰ VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. s. 54. ISBN 978-80-247-2614-4.

dorozumívací význam v okamžiku, kdy na sebe vzájemně navazují souvislosti. Každá smysluplná řeč splňuje tyto funkce:

1. Řeč je výrazem našich myšlenek, pocitů a záměrů.
2. Řeč je navázáním vztahu.
3. Řeč je sdělením určitých informací.

Řeč je prostředkem ovlivnění, vzbuzení určité žádoucí akce, vyvoláním změny postoje, dosažení cíle, pro který jsme do komunikace vstoupili.²¹

„Aby lidé překročili práh biotické sociální organizace staršího animálního společenství, aby vytvořili kulturu s jejími duchovními formami, s jejími hodnotami, institucemi, technologiemi a materiální kulturou, museli začít mluvit. Proto řeč nenahrazuje ani pouze nedoplňuje starší řeč těla, gesta a mimiku, neruší příjem informací o vnějším světě čichem, hmatem, zrakem a sluchem. [...] I když se její spontánní společenské formování opírá o přirozenou biologickou výbavu člověka, je kvalitativně novým produktem sociokulturní evoluce.“²²

Verbální komunikaci rozlišujeme podle komunikační roviny, druhu komunikace a řady řečnických stylů, díky kterým je řeč pestřejší a lépe uchopitelná pro individuální použití.

Komunikační roviny

Existují komunikační roviny, které se odlišují obsahem svého sdělení, a díky nim s každým sdělením předáváme různé informace.

1. Racionální komunikace využívající výlučně rozumovou racionální část komunikace. Je základem komentování v situacích. Využívá se k udržování komunikace v předem stanovených mezích, díky čemuž lze rychleji dojít

²¹ MĚCHUROVÁ, A. *Jak dobře mluvit a úspěšně jednat*. 2. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2008. ISBN 978-80-867223-32-7.

²² BUCHOTOVÁ – ŠMAJSOVÁ, B. *Rétorika: Vážnost mluveného slova*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3031-8.

k závěru. Emoce v této rovině nehrají žádnou roli, jsou z průběhu komunikace odděleny.

2. Emocionální komunikace je zaměřena na formu sdělení, způsob jeho podání, individuálním názorem na obsah sdělení, pocitem z partnera ap. V této rovině jsou prostřednictvím komunikace poskytovány informace o odesílateli sdělení, jeho psychické kondici, lidských vlastnostech a způsobu použití techniky vedení komunikace.

Druhy komunikace

Formální komunikace je komunikační rovina předem plánovaná se stanovenými cíly a její realizace probíhá neveřejně.

Neformální komunikace je využívána častěji než komunikace formální, a to i díky nenáročnosti na přípravu a jednoduššímu, uvolněnějšímu stylu konverzace.²³

Komunikační styl

Styl je vyústěním naší volby slov a jejich spojením ve větě. Prostřednictvím komunikačního stylu spojujeme způsob, účel i okolnosti mezilidského komunikování aneb jak uvádí Ivo Pláňava ve své publikaci: *„Každý kontakt s lidmi, tedy každé mezilidské komunikování má nějaký účel a nějakou funkci, může jich mít i více najednou: utvořit, potvrdit, posílit nebo pozměnit vztah, získat informaci, udělit pokyn, přesvědčit, o něco požádat – anebo se prezentovat a jen tak projevovat, třeba se pobavit. A proto, mají-li se účel a záměry lidských setkávání naplňovat, je na místě komunikovat zcela určitým způsobem.“*²⁴

Rozdělení jednotlivých komunikačních stylů a jejich základní charakteristika:

²³ VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. s. 113. ISBN 978-80-247-2614-4.

²⁴ PLÁŇAVA, I. *Průvodce mezilidskou komunikací: přístupy, dovednosti, poruchy*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. s. 47. ISBN 80-247-0858-2.

1. Konvenční komunikační styl, jehož cílem je dodržování společenských zvyklostí, norem, zásad morálky dané společnosti. Základním prvkem tohoto stylu je pozdrav a formální věty, které naznačují, že od posledního společného setkání mezi komunikanty nedošlo k žádným převratným změnám. Součástí je pozdrav nebo i krátká věta. V tomto stylu jsou obvykle přítomny mírné emoce pozitivního rázu a snaha po přátelském a pozitivním kontaktu.
2. Konverzační styl se využívá při výměně informačních zajímavostí, při snaze popovídat si, pobavit se, udržet dobré interpersonální a neformální vztahy. I v tomto případě jsou přítomny mírné pozitivní emoce.
3. Operativní styl se vyskytuje v komunikaci sloužící k řešení pracovních záležitostí a problémů. Klade se zde důraz na dosažení určitých cílů, přičemž obsah sdělení je upřednostňován před formou a akcentuje se rychlost a striktnost jednání. Zde naopak emociální zbarvení chybí a je důležité si předem promyslet obsah sdělení v tomto stylu, jeho nepochopení totiž může v nesprávném podání vyvolat konflikt.
4. Vyjednávací styl si stanovuje za cíl dosáhnout řešení určitého úkolu, a to s rovnocenností obou jednajících stran. Jde o snahu dojít ke kompromisu, jež bude přijatelný pro obě strany za použití mírně pozitivních emocí.
5. Vylákávací styl je používán při získávání informací, které nám partner nechce nebo nemůže sdělit. Častou praktikou, jak změnit jeho jednání a dopracovat se tak k daným informacím, je využití znalostí o individuálních vlastnostech a psychologickém profilu partnera. Jedná se o variantu komunikace, jež je využívána v oblasti konkurenčního zpravodajství a marketingu.
6. Osobní styl má za účel přiblížit se partnerovi vnitřně s vnitřními pocity a osobními představami či problémy. Jedná se o komunikační styl silně zastoupený emocemi, a to jak v pozitivním, tak i v negativním smyslu. Je to velmi riskantní styl komunikace, neboť sdílené intimní informace většinou o problémech, které nejsou vyřešené a které vnitřně zraňují či ohrožují, lze snadno použít proti odesílateli, proto je nutné pečlivě uvážit, s kým je tato komunikace vhodná.

„Verbální komunikace je taková, jejíž znakový systém je založen na slovech.“²⁵

Slova, díky nimž lze označit konkrétní objekt, jsou mnohem lépe chápána a shodná mezi lidmi než slova označující abstrakci. Ale v některých případech i pochopení slov konkrétních může být odlišné, neboť každý člověk má různá životní očekávání a zkušenosti. Pochopení slov je ve velké míře ovlivňováno v písemném i verbálním projevu paralingvistickými znaky nebo stylistikou.²⁶

Paralingvistické aspekty

„V běžné konverzaci nemusí být nahlas zdůrazňováno, co si myslí řečník sám o sobě, o poslouchajících a co si myslí o vztahu mezi poslouchajícími a sebou. Může se tam projevit posuzování, kontrolování, manipulování, lhostejnost, nadřazenost, otevřené očekávání. Může být pouze naznačováno akcentem, svrchním tónem řeči nebo neverbálním chováním.“²⁷

Paralingvistika se zabývá doprovodnými rysy verbální komunikace a velmi podstatně ovlivňuje význam a smysl komunikování mezi odesílatelem a příjemcem. Hlasitost projevu, výška hlasu, barva hlasu, objem a kvalita řeči, rychlost a plynulost projevu, slovní vata, chyby v projevu; jedná se o faktory mimojazykové, které verbální projev dokreslují a částečně i charakterizují osobnost řečníka.

Jan Vymětal ve své publikaci charakterizuje vybrané aspekty paralingvistiky takto:

Hlasitost projevu

Hlasitost projevu řečníka vypovídá o jeho zaujetí v problematice probírané tematiky i o snaze získání pozornosti posluchače a zapůsobení na ně. Hlasitý projev značí vitalitu mluvčího, jeho přátelskost, uvolněnost, sebevědomí, suverenitu, ale mnohdy také

²⁵ MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2010. s. 20. ISBN 978-80-7452-002-0.

²⁶ MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-2339-6.

²⁷ MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. s. 103. ISBN 978-80-247-2339-6.

afektovanost a nedostatečné ovládní se. Tichý projev naopak naznačuje nesmělost, stydlivost a trému.

Výška hlasu

Jedná se o individuální charakter mluvčího, který napomáhá k jeho osobnostní identifikaci a ovlivňuje tak pocitově příjemce ve vnímání daného sdělení. Hlubší hlas působí přesvědčivěji a důvěryhodněji, zatímco hlas posazený vysoko budí dojem slabosti.

Barva a emoční zabarvení hlasu

Proměnlivost hlasového zabarvení bývá projevem emočního prožitku mluvčího. Prozrazuje dlouhodobý a krátkodobý emoční stav a momentální náladu. Hlasově zbarveným projevem lze odvodit osm různých emocí – veselí, netrpělivost, radost, smutek, lásku, hněv, nudu a uspokojení. Hlasový projev působí citově v okamžiku, kdy zvyšujeme jeho účinek melodičností. Monotónně hovořící řečník na posluchače bude působit chladně, nezajímavě a nudně.

Objem řeči

Jedná se o množství slov, díky kterým mluvčí vyřkne nebo předá dál svá sdělení v určitém časovém intervalu. Důležitost objemu řeči je zvyšována rozhovorem mezi dvěma nebo více lidmi. Důležitým aspektem je zde především poměr verbální aktivity všech účastníků a na to navazujícího respektování přiměřeně stejných časových intervalů. Produkce množství slov je v zásadě individuální.

Kvalita řeči

Zaměření na sdělení, na míru věcnosti a srozumitelnosti nebo rozvláčnosti a nepřesnosti. Je nutností, aby sdělení přiléhalo k tomu, o čem vypovídá a zároveň nebylo odtažitě. Kvalita řeči je závislá i na správné výslovnosti a je posuzována dle délky vět.

Rychlost projevu

Vnímání sdělení a jeho srozumitelnost je významně ovlivňována rychlostí projevu. Rychlá řeč je pro posluchače unavující a dochází ke ztrátě pozornosti, proto je zapotřebí důležité a podstatné informace sdělovat obzvláště pomaleji a důrazněji. Sdělení řečené v rychlém tempu lze vnímat i jako citové vzrušení ze strany mluvčího.

Plynulost, pomlky a frázování

Aspekty ovlivňující způsob chápání sdělení posluchačem a jejich pozdější ovlivnění obsahem sdělování. Plynulost řeči je především ovlivněna projevem bez zadržávání, bez pomlky či naopak s přestávkami, se zadržáváním. Avšak ani velká míra plynulosti nebývá tím nejlepším způsobem, jak upoutat pozornost publika a posluchačů. Monotónní plynulost nepůsobí příliš dobře a bývá nepříjemná na poslech. Doporučuje se střídání rychlostí, plynulosti i tempa, vše ovšem závisí na obsahu projevu. Úmyslné pomlky v projevu mohou značit výzvu, očekávání, příležitost na zamyšlení pro posluchače i mluvčího či požadavek zvýšení pozornosti i napětí. V případě pomlky neúmyslné dochází často k projevu bezradnosti, váhání, nesoustředěnosti, nejistoty a hledání správného výrazu. Důležitým aspektem je frázování řeči, neboť napomáhá k lepší srozumitelnosti a jednoduššímu porozumění projevu v rámci rozložení celého obsahu tak, aby zaujal posluchače ve vhodnou chvíli.

Slovní vata

Označení slov, jimiž je projev vyplňován, ať mezi slovy či větami, jež přesto nemají pro komunikované sdělení žádný význam, pouze nahrazují prostor, kdy mluvčí hledá správný výraz nebo v něm probíhá emoční diskvalifikace. Mezi slovní vatu se řadí citoslovce, adjektiva ap., výplňové zvuky.

Chyby v projevu

Chybná artikulace, přeříkávání, koktání, zadržávání, nesprávná výslovnost písmen, polykání koncovek, nedokončování vět a myšlenek, nevhodně volená slova, slangové výrazy, vulgarismy – ve všech případech se jedná o chybné vyjádření v projevu. Nejvíce rušivými a chybnými paralingvistickými nedostatky, jež posluchači velmi vnímají, jsou nesebevědomý projev, chybná artikulace a výslovnost, příliš rychlá řeč, chudý verbální projev a nedostatečná slovní zásoba.²⁸

3.2 Nonverbální komunikace

Řečník kromě signálů verbálních, vysílá také mnoho signálů nonverbálních. Posluchač v rozhovoru tyto signály, ač nevědomě, přijímá a na základě toho je později jeho komunikační chování a postoj k samotnému mluvčímu velmi ovlivněn. Jednotlivé složky nonverbální komunikace tak v mnoha případech zprostředkovávají důležité informace, které lze často správně pochopit pouze v případě kombinace se složkami verbálními, a bývají tak často nenahraditelné. Jak uvádí Allhoff: „*Výcvik v rétorice, který se soustřeďuje jen na utváření mluveného projevu a jeho výstavbu, argumentaci, dialektiku atd., proto zůstane zpravidla bez efektu. Schopnost rozhovoru a ústního projevu lze zlepšit pouze v souhře se všemi složkami komunikace.*“²⁹

Vymětal definuje nonverbální komunikaci takto „*Obecně se jedná o přenos informací a sdělení vyplývajících a vycházejících z postoje člověka, zvířete či jiného organismu. V sociální komunikaci se v užším pojetí považuje neverbální komunikace za „řeč těla“, tedy za získávání informací z celkového pohybu člověka, jeho gest, mimiky, činnosti očí,*

²⁸ VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2614-4.

²⁹ ALLHOFF, D., ALLHOFF, W. *Rétorika a komunikace*. 14. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2283-2.

*dotyků, zaujímání vzdálenosti apod. Člověk tedy mluví, i když mlčí, protože komunikační signály vysílá jeho tělo.*³⁰

Z hlediska významu řeči těla je největší důležitost přikládána nonverbálním projevům především v oblasti hlavy a obličeje, neboť je nejčastěji posluchači vnímána a zároveň tak nejvíce ovlivňuje jeho vnímání nonverbálních signálů. Poté jsou to pohyby rukou a paží a v poslední řadě jde o pohyby a pozice těla a nohou. Nelze však vyloučit, že tento typ komunikace je méně přesný a efektivnější než komunikace verbální, přesto má velmi vysokou vypovídající hodnotu, zejména pro člověka znalého. Vnímatelnost a viditelnost je zde pozitivním měřítkem, ovšem její identifikace bývá často nejednoznačná a zároveň nesnadná. Jednotlivé signály neverbální komunikace lze interpretovat i vnímat rozdílnými způsoby, což zapříčiňuje fakt, že tyto signály na sebe komplexně navazují, proto je nutno zmínit, že každý jedinec je vnímá jinak nebo se ho vůbec nemusí týkat.

Mezi kanály nonverbální komunikace řadíme:

1. Vizuální kanál.
2. Taktilní kanál.
3. Auditivní kanál.
4. Charakteristické signály osobnosti.³¹

Vizuální kanál

Vytvoření si obrazu vlastního, tedy obrazu posluchače o mluvčím, či v případě rozhovoru: partnera o svém protějšku, je velmi rozhodující. V této situaci se proto klade velký důraz na dojem vizuální. Mluvíme zde o držení a pohybu těla, gestech a mimice, očnímu kontaktu či prostorové komunikaci, které zprostředkovávají řadu důležitých informací směrem k posluchači a regulují tak průběh samotné komunikační situace.

³⁰ VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. s. 54. ISBN 978-80-247-2614-4.

³¹ VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. s. 56. ISBN 978-80-247-2614-4.

Tyto často zanedbávané vizuální signály prozrazují o řečníkovi jeho momentální stav, ať už duševní či psychický. Jedná se o:

1. Křečovitost, napětí, uvolněnost.
2. Otevřenost, nečestnost.
3. Zainteresované naslouchání, předstíranou pozornost, nezáměr.
4. Ochotu k rozhovoru, izolaci, nedůvěru, rezervovanost.
5. Nejistotu, pocit nadřazenosti, netečnost aj.³²

Posturika

Zabývá se komplexním držením těla, jeho napětím, uvolněním, náklony nebo polohou nohou, rukou, hlavy, konfigurací všech částí těla i jeho natočení. „Vychází ze základního poznatku, že lze nemluvit, ale nelze nezaujmout žádnou polohu těla a žádný postoj!“³³ Odráží míru sebevědomí, únavu, rezignaci, vyčerpanost či odhodlání řečníka. V držení těla a postoji hraje ústřední roli tzv. svalový tonus, tedy stupeň tělesného napětí. V případě přílišného psychického i intelektuálního napětí se dostaví napětí také v držení těla, což platí i v případě opačném, tedy ve vědomém uvolnění těla, jež napomáhá i k uvolnění vnitřnímu, a tím dodává klid a jistotu.

Ona celková uvolněnost těla je často příčinou dominantního chování. Což se často projevuje vůči jedincům, kteří mají tzv. nižší sociální status. Naopak při komunikaci s příslušníky stejného statusu, dochází v našem těle k napětí.

Přílišné napětí v těle podporují některé postoje. Dle Alhoffa mezi ně řadíme:

1. Zatínání rukou v pěst.
2. Vytahování ramen.
3. Držení se za řečnický pult, židli nebo stůl.
4. Zkřížení paží na hrudníku.

³² ALLHOFF, D., ALLHOFF, W. *Rétorika a komunikace*. 14. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2283-2.

³³ DE VITO, J. A., *Základy mezilidské komunikace*. 6. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2018-0.

5. Ruce za zády nebo v kapsách.³⁴

Vymětal naopak posturologické signály rozlišuje následovně:

1. Držení těla – rovné vzpřímené, ochablé, shrbené, sebejisté, nedbalé.
2. Držení hlavy – přirozené, arogantní, hrdé, příliš vztyčené, příliš skloněné, ztuhlé.
3. Postoj – pevný, jistý, neklidný, houpavý, nestálý, uvolněný, nedbalý, přepjatý.
4. Různé způsoby posedu ap.
6. Doplnky k oblečení – brýle, prsteny, spony, kapesníky.³⁵

Pro kontrolu a prevenci některých z těchto situací, veřejní řečníci často podstupují řadu nácviků - techniky regulující napětí, které jsou důležitým předpokladem pro kontrolu vlastní řeči těla. Napomáhají k vyvinutí citu pro současný stav napětí a schopnosti je vědomě ovlivňovat.³⁶

Kynezika

Tento signál zahrnuje především pohybovou stránku komunikace, kdy je hodnocena spontánní přirozená chůze a pohyby těla nebo některých jeho částí. Každého jedince pravděpodobně identifikují vlastní specifické pohyby, ty většinou odráží jeho celkovou charakteristiku i emoční a fyzický zdravotní stav.³⁷

Gestika

Gestika je důležitým prvkem při komunikaci, neboť mluvenou řeč doprovází, oživuje, podtrhuje obsah toho, co řečník sděluje a napomáhá mu při tvorbě a formulaci myšlenek. Jak Adamczyk ve své publikaci uvádí „*Gesta, která neladí s tím, co říkáme, prozradí skutečné myšlenky a emoce. To může posluchače znejistit nebo snížit jejich*

³⁴ ALLHOFF, D., ALLHOFF, W. *Rétorika a komunikace*. 14. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2283-2.

³⁵ VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. s. 56. ISBN 978-80-247-2614-4.

³⁶ ALLHOFF, D., ALLHOFF, W. *Rétorika a komunikace*. 14. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2283-2.

³⁷ VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. s. 54. ISBN 978-80-247-2614-4.

pozornost.“ Projev samotný, tedy projev bez gest, působí monotónně. Řečník vypadá neenergicky nebo nezáčastně. V případě použití gestikulace dochází v projevu k oživení a navíc obličej daného mluvčího je uvolněnější a přesvědčivější.³⁸

Většinu gest lze rozdělit do následujících skupin podle Vymětal:

1. Gesta ilustrativní, která dokreslují verbální výklad v prostoru, pomáhají k vysvětlování.
2. Gesta regulační, jimiž se upozorňuje na někoho nebo něco prstem, vyvoláváme, hrozíme, informujeme.
3. Gesta znaková vyjadřují zkrácenou formou určité nonverbální sdělení.³⁹

Výsledky průzkumů dokazují, že gest více využívají osoby s většími verbálními schopnostmi, což dále poukazuje na onen fakt o vzájemné souvislosti mezi verbální a nonverbální komunikací.⁴⁰

Mimika

„Je těžké něco tvrdit, když obličej vyjadřuje opak.“⁴¹

Podstatou mimiky jsou proměny, které se odehrávají v lidském obličejí s výjimkou očí. Proměny ve tváři jsou způsobeny pohybem celé hlavy, napínáním pokožky a především kontrakcí obličejových svalů. Člověk pomocí mimiky vyjadřuje průběh a dopad myšlenek nebo svůj vnitřní momentální stav.⁴²

Výraz obličejí se odráží především na dané emoci, věcném či emočním postoji mluvčího nebo posluchače. I sebemenší změny momentálního postoje se projevují ve

³⁸ ADAMCZYK, G., TIZIANA, B. *Řeč těla*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-2008-1.

³⁹ VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2614-4.

⁴⁰ BARTER A SPOL. In: ALLHOFF, D., ALLHOFF, W. *Rétorika a komunikace*. 14. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2283-2.

⁴¹ ADAMCZYK, G., TIZIANA, B. *Řeč těla*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. s. 60. ISBN 978-80-247-2008-1.

⁴² VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2614-4.

výrazu obličeje, proto je mimice v tradiční rétorice připisován zvláštní význam. Odráží především osobnostní vlastnosti, kdy každý má svůj typický výraz obličeje, zároveň i prozrazuje vnitřní stanovisko jednotlivce a v neposlední řadě také reguluje průběh interakce. Tyto některé funkce mimiky napomáhají k rychlejšímu odhadu a poznání partnera v komunikaci. Je potřeba si uvědomit, že nonverbální výraz vždy časově předchází verbálnímu.⁴³

„V odborné literatuře se uvádí, že v 79 % stačí vidět čelo osoby a obočí, abychom identifikovali překvapení, v 67 % rozeznáme strach a smutek pouze z očí, v 98 % případů stačí vidět dolní část obličeje, abychom rozeznali štěstí.“⁴⁴

Vizika

Rozumíme tím oční kontakt, především vzájemné pohledy mezi mluvčím a posluchačem. Zrakový kontakt reguluje průběh rozhovoru a vzájemných reakcí na něj navazujících, signalizuje ochotu naslouchat a snahu o zapojení se do rozhovoru, pozornost, vyjadřuje emociální vyladění a také zprostředkovává zpětnou vazbu, která je pro obě strany důležitá, neboť přispívá k duchu samotného rozhovoru. Během komunikace s partnerem (divákem, respondentem) je pohled na něho nutností, neboť potřebujeme udržet pozitivní oční kontakt, pozorovat jeho reakce a zpětnou vazbu, na což navazuje i zintenzivnění řeči a udržení tak jeho komunikační pohotovosti. Naopak je potvrzeno, že delší, neobvyklé přerušení zrakového kontaktu během komunikace může působit na druhého komunikátora dojmem nejistoty, lhostejnosti, chladu nebo neupřímnosti.⁴⁵

Signály předávané očima se liší v závislosti na délce, směru a charakteru pohledu. Řečníkům na veřejnosti je často doporučováno, aby se dívali po celém obecenstvu rovnoměrně a nevěnovali některým místům větší pozornost či jiná naopak

⁴³ ALLHOFF, D., ALLHOFF, W. *Rétorika a komunikace*. 14. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2283-2.

⁴⁴ VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. s. 62. ISBN 978-80-247-2614-4.

⁴⁵ ALLHOFF, D., ALLHOFF, W. *Rétorika a komunikace*. 14. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2283-2.

nevynechávali. V těchto případech pomáhá při komunikaci s větším publikem navázat zrakový kontakt mezi dvěma partnery, což působí mnohem efektivněji než letmý kontakt se všemi posluchači. Řečníkův pohled komunikuje celou řadou sdělení, proto je velmi důležitým prvkem vizuálního kanálu a nonverbální komunikace samotné; může například signalizovat povahu vztahu, ať už pozitivní či negativní.⁴⁶

Proxemika

V praxi často nazývána jako prostorové chování, které se projevuje individuální interpersonální blízkostí, doteky i orientací těla; to sama o sobě může ovlivňovat nejen atmosféru rozhovoru, ale také prozrazuje dominantnějšího partnera a objasňuje samotný vztah, k čemuž ve výsledku dopomáhá samotná volba místa či odstup od druhých⁴⁷

Každý jedinec má svou intimní zónu, která ho obklopuje, aniž by si to uvědomoval a vyžaduje svůj určitý prostor – distance od ostatních, aby se cítil bezpečně a především pohodlně. Čím jsou si lidé sympatičtější, tím kratší vzdálenost při komunikaci udržují. Chování v prostoru rozdělujeme na horizontální vzdálenost mezi komunikujícími partnery a na čtyři základní zóny, jak uvádí Vymětal:

1. Intimní zónu (vzdálenost 30 cm – 60 cm) – člověk dovoluje vstup do této zóny pouze svým nejbližším. Vnuknutím druhých lidí může osobě způsobit nepříjemný pocit až paniku.
2. Osobní zónu (vzdálenost 30 cm – 2 m) – zónu typickou především pro osobní jednání a jednání pracovní. Vzdálenost je zde volena v závislosti na prostředí, tématice hovoru a časovém limitu. Vzdálenost přesto neustále umožňuje sledování mimiky i reakci očí a fyzický kontakt mezi partnery.
3. Společenskou, sociální, skupinovou zónu (1,2 m – 10m) – vzdálenost vyhovující služebnímu styku, obchodnímu jednání či praktickému cvičení na vysoké škole. V tomto prostoru je pro posluchače výhodný obraz celé postavy mluvčího.

⁴⁶ DE VITO, J. A., *Základy mezilidské komunikace*. 6. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2018-0

⁴⁷ ALLHOFF, D., ALLHOFF, W. *Rétorika a komunikace*. 14. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2283-2.

4. Veřejnou zónu (nad 3,6 m) – v případě této jsou si lidé cizí a vzájemně se neznají.

Vertikální vzdálenost se uplatňuje především v případech, kdy se od sebe komunikující liší svou výškou. K tomu, aby byla vyrovnaná komunikace, je potřeba i stejná hladina očí partnerů, což je pro budoucí kontakt velmi důležité. Vyšší lidé mají tak pocit určité nadřazenosti, zatímco lidé menší se mohou cítit submisivně. Tyto nedokonalosti se mohou řešit usazením obou účastníků komunikační interakce nebo se tím naopak může cíleně zdůrazňovat nadřazenost mluvčího, což navozuje atmosféru pozornosti.⁴⁸

Taktilní kanál

„Navázání tělesného kontaktu během hovoru nezřídka poukazuje na hierarchické myšlení (a cítění.) „Poklepání na rameno“ nebo „uchopení za paži“, tak zpravidla vychází od osoby, která se považuje za hierarchicky výše postavenou, nadřazenou.“⁴⁹

Do tohoto kanálu se řadí další z oblastí nonverbálních signálů - doteky. Dotýkání je typické pro projev přátelství, emocionální jistoty a náznaku bezpečí. Doteky významově lze chápat jako formální, neformální, přátelská a nepřátelská, přesto nejhlavnější funkcí je intimita.⁵⁰

O dotecích neboli haptice také lze říci, že se jedná o nejprimitivnější formu neverbální komunikace, protože hmat se rozvíjí dříve než ostatní smysly.⁵¹

Komunikaci doteků rozlišuje Vymětal prostřednictvím dotekových pásem těla:

1. Pásmo společenské, profesionální a zdvořilostní (ruce a paže).
2. Pásmo osobní a přátelské (paže, ramena, vlasy, obličej).

⁴⁸ VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2614-4.

⁴⁹ ALLHOFF, D., ALLHOFF, W. *Rétorika a komunikace*. 14. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2008. s. 29. ISBN 978-80-247-2283-2.

⁵⁰ VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2614-4.

⁵¹ DEVITO, J. A. *Základ mezilidské komunikace*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. ISBN 80-7169-988-8.

3. Pásmo intimní, erotické a sexuální (kterákoli část těla).

Nejčastějším a společensky nejpřijatelnějším dotekem je podání ruky na pozdrav napomáhající k identifikaci charakteru partnera.⁵²

V rámci výzkumu v oboru nonverbální komunikace, bylo identifikováno několik hlavních významů dotyků:

1. Dotyk vystihující pozitivní emoce jako podporu, ocenění, sexuální zájem a náklonnost.
2. Dotyk vyjadřující i hravost ve smyslu náklonnosti nebo také agresivity.
3. Dotyk je schopný usměrňovat a ovládat chování, postoje nebo pocity druhého.
4. Rituální dotyky znamenající především pozdravy a loučení.
5. Funkční doteky takové, které se provádějí za účelem určitého úkonu.⁵⁴

Auditivní kanál

Předmětem tohoto kanálu je hlas a jeho vlastnosti, neboť i ten je nedílnou součástí nonverbálního projevu, mnohokrát lidmi podceňován, přestože je stejně důležitým signálem řeči těla jako ostatní složky nonverbální komunikace. Ono totiž často není důležité pouze to, co říkáme, ale i jak to říkáme, což ve výsledku udává komplexnost našemu sdělení.

„Celých osmatřicet procent úspěchu komunikace závisí na hlase a technice mluvení.“⁵⁵
Není podstatné, zda s protějškem hovoříte přímo nebo nepřímo, hlas vždy ovlivní komunikaci, a to buď v pozitivním anebo v negativním směru. Je potřeba si však uvědomit, že hlas a psychické pohodlí mluvčího spolu velmi úzce souvisejí; znalejší jedinec tak díky hlasu rozpozná partnerovu momentální náladu. Lze to rozpoznat z několika různých hledisek:

⁵² VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2614-4.

⁵⁴ JONES & YARBROUGH. In: DEVITO, J. A. *Základy mezilidské komunikace*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing 2001. s. 141. ISBN 80-7169-988-8.

⁵⁵ ADAMCZYK, G., TIZIANA, B. *Řeč těla*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007a. s. 74. ISBN 978-80-247-2008-1.

1. Síla hlasu – pomocí síly hlasu zdůrazňujeme důležité části řeči. Tichá řeč prozrazuje vnitřní nejistotu a naopak příliš hlasitý projev může značit vnitřní napětí.
2. Zvuk – zvučný přízvuk a melodie řeči pomáhá řečníkovi při uchopení smyslu. Třaslavý hlas působí nejistě. Jasný a klidný hlas vyjadřuje suverenitu a jednoznačnost.
3. Tempo řeči – může být pro mluvčího výbornou pomůckou při členění řeči. Uspěchanost hlasu a rychlá úsečná mluva svědčí o horlivosti či bojácnosti.

A na závěr, jak uvádějí Tiziano Bruno a Gregor Adamczyk ve své publikaci: *“Správným tónem lze říci téměř vše, špatným téměř nic.”*⁵⁶

Charakteristické signály osobnosti

Dalším velmi důležitým kanálem nonverbální komunikace je kromě řeči těla také obecnější mimoslovní komunikace, která je dosti ovlivňována nitrem člověka, jeho tzv. charakteristické signály, které často bývají rozhodující při seznamování s novou osobou, jejímž způsobem chování, vystupování, inteligencí či smyslem pro estetiku a spoustou dalších signálů, které posluchače ovlivní ještě dříve, než pronese svou řeč. Tedy ještě dříve, než se zaměří na komunikaci verbální a na její obsah. Proto se mezi tyto signály řadí především první dojem, smysl pro barvy, styl oblékání, etické chování ve společnosti.⁵⁷

První dojem

Pro první kontakt a úvodní začínající komunikaci je velmi rozhodující právě první dojem. Tento proces probíhá v řádech několika sekund, kdy si vytváříme mínění o nově poznané osobě. Nesmíme zapomínat, že první dojem je naprosto rozhodující, neboť jak

⁵⁶ ADAMCZYK, G., TIZIANA, B. *Řeč těla*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007a. s. 74. ISBN 978-80-247-2008-1.

⁵⁷ VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2614-4.

uvádí Vymětal ve své publikaci: „*Změna prvního dojmu pak trvá podstatně delší dobu – až jeden rok.*“⁵⁸ Je přirozené, že se prvnímu dojmu podléhá, jelikož to patří k lidské přirozenosti a ta často vítězí nad zdravým rozumem. Proto je zapotřebí umět zapůsobit hned v první chvíli. Jakým způsobem jsou vytvářeny první dojmy lze zjistit dle těchto hlavních kritérií:

1. První dojem – sympatický – nesympatický; lhostejný; odpuzující; nepříjemný; výrazný – nevýrazný; ovládá – neovládá základní společenské návyky a zvyklosti; umění vstoupit do neznámé společnosti; umění nenuceného kontaktu.
2. Vystupování – zdvořilé; korektní – nezdvořilé, drzé; rozhodné – nerozhodné; opatrné – sebejisté; strojené – přirozené; individuální charisma.
3. Péče o vzhled, péstěnost – tělesná – péče o tělo, vlasy, zuby, ruce, nehty; běžná, zanedbaná, pachy, vyrážky; používání kosmetiky decentní – extravagantní aj.
4. Dojem věku – věk odpovídá letům, předčasně zestárlý, mladistvý, senilní, dobře či špatně živený aj.
5. Oblékání – nevkusné – vkusné; staromódní – moderní; seriózní – nedbalé; čisté – špinavé; vyžehlené – pomačkané.
6. Doplnky – vyjadřují povahové vlastnosti, finanční situaci i sociální prostředí.
7. Stavba těla – štíhlá, plnoštíhlá, houbovitá, svalová, jemná, robustní, velká, střední, malá.
8. Stav chrupu – udržovaný, zanedbaný; udržovaný nákladně – skromně.
9. Barva obličeje – zdravá – nezdravá; zčervenalá, zmodralá, bledá, nemocná.
10. Dýchání – hloubka a frekvence dýchání, způsob dýchání.
11. Signály řeči těla – především kinezika, gestika, posturologické signály a úsměv.
12. Profesionální image – informace, které o mluvčím máme, jeho pověst, která jej předchází, jeho postavení ve společnosti.⁵⁹

⁵⁸ VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. str. 73. ISBN 978-80-247-2614-4.

⁵⁹ VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. str. 73. ISBN 978-80-247-2614-4.

Barvy

Významnou měrou barvy určují vyznění image mluvčího a navazují tak první dojem. Proto je potřeba dbát na jejich správný výběr, jelikož jejich správným použitím lze mnoho získat a naopak při špatné volbě i ztratit. Švýcarský profesor Lüschnner řekl: „Člověk si nevybírání barvu, která se mu líbí, ale barvu, která jeho osobnost potřebuje.“⁶⁰ Vnímání barev působí nejen na psychický stav člověka, ale také na jeho stav fyziologický, a to měnícím se dechem, tlakem i činností žláz. Z praktických zkušeností vyplývá, že pro vystoupení před větším počtem publika je vhodná barva, která působí komunikativně, v tomto případě střední tóny barvy modré. Naopak při potřebě vzbuzení autorit jsou velmi rozhodující kontrasty světlých a tmavých barev. Barvy rozdělujeme dle vnímání, vnímání prostoru a jejich vlivu na psychiku.

Styl oblékání

I tento způsob, leckdy podceňované nonverbální komunikace, hraje ve společnosti i v interakci se společností zásadní roli. Styl oblékání mluvčího vypovídá o jeho vkusu, společenské úrovni, sociální roli i postavení. Ve výsledku utváří jako celek naši image, tedy schopnost a umění rozlišit situaci slavnostní, obchodní i volnočasovou a prozrazuje i následný smysl pro detail; schopnost a um sladit jednotlivé části oblečení a doplňky. Zde je několik možností, jak volit vhodné oblečení podle příležitosti:

1. Slavnostní oblečení pro společenské příležitosti (smoking a černý motýlek, krátké šaty i večerní róba).
2. Pracovní a reprezentativní účely (oblek, kravata, kostým, pouzdrové šaty, sukně).
3. Formální příležitosti (společenský oblek, krátké šaty, kostým).
4. Garden party a vycházkové formální příležitosti (vycházkový oděv).
5. Neformální příležitosti, nevečerní, uvolněné příležitosti (kalhoty, košile, triko, sukně).

⁶⁰ LÜSCHNER, R. In: VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. s. 76. ISBN 978-80-247-2614-4.

6. Zcela neformální příležitost (volné a sportovní oblečení).⁶¹

Společenské chování

Označováno za velmi významný signál osobnostní charakteristiky a image, neboť zastupuje a prezentuje zásady slušného chování a dodržování etikety. Jak definoval Dr. Guth-Jarkovský: „*Slušnost je forma takového chování, jímž člověk nikdy vědomě nikomu neublíží, je to počestné smýšlení člověka.*“⁶² De facto se jedná o soustavu základních principů společenského vystupování ve společnosti, k čemuž lze řadit i média, neboť i zde je zapotřebí držet se dle norem a zásad společensky přijatelného chování i ve vztahu k posluchači nebo respondentovi.

Emoční inteligence

Kromě rozumové inteligence lze také posuzovat inteligenci emoční, na jejíž úrovni závisí jak neverbální tak i verbální komunikace s okolím a pomáhá utvářet osobní a profesionální image. Tato inteligence není vrozeným umem, proto je potřeba ji rozvíjet a získávat během celého života. Odborníci uvádějí, že život lidí se řídí daleko více emocemi než logikou. V případě veřejných mluvčích je samozřejmě zapotřebí inteligence rozumové i emoční, obě dvě však musí být perfektně ovládnuty a přizpůsobeny zvolenému respondentovi či posluchači. Emoční inteligence pak vyplývá i z postoje mluvčího k danému tématu. V případě publicistických pořadů není překážkou, aby se mluvčí vyjádřil a řekl svůj názor; tudíž zde může být ovládnutí emocí povolnější. Avšak u zpravodajských žánrů musí být emoční inteligence ovládána na vysoké úrovni, neboť v tomto případě své emoce vyjadřovat nelze - jak to žádá profesionalita. Základní schopnosti emoční inteligence se skládají z:

⁶¹ VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. s. 88. ISBN 978-80-247-2614-4.

⁶² JARKOVSKÝ, S. In: VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. s. 94. ISBN 978-80-247-2614-4.

1. Emočního sebeuvědomění – schopnosti vyjadřovat a rozpoznat své vlastní náladu a emoce, uvědomovat si naše jednání i chování, být si vědom vlastní ceny.
2. Sebeovládání – schopnosti kontroly a regulace negativních emocí, umění pracovat efektivně pod tlakem, udržení si klidu i rozvahy ve vypjatých situacích.
3. Motivace – vnitřní schopnosti dosahovat cílů s nadšením a energií, umění vědomě navazovat emocionální stavy spojované s vůlí dosáhnout úspěchu, umění motivovat druhé k požadovaným výkonům a realizacím.
4. Empatie – schopnosti pochopit potřeby, pocity druhých a vyhodnocení komunikace s nimi, umění se vcítit do pocitů druhých, schopnosti reakce ovlivnění emocí druhých.
5. Společenské obratnosti – obratnosti v sociálním styku, schopnosti dosáhnout žádoucích reakcí ze strany posluchače, umění vést druhé, umění kooperace a kompromisu.⁶³

Veškerá tato pravidla a základy nonverbální komunikace napomáhají veřejnému mluvcímu ke snadnějšímu vystupování před publikem a jednoduššímu navázání interakce s ním. Je totiž zřejmé, že při následné společné komunikaci musí být navozena dostatečně příjemná atmosféra mezi komunikanty, neboť i to může později ovlivnit sdělovaný obsah. Nesmíme však opomenout rozdíly mezi mluvcím v rozhlasovém a televizním vysílání, neboť rozhlasový mluvčí má v tomto případě své vystupování daleko jednodušší. Jeho nonverbální komunikace je publiku (v tomto případě posluchačům) naprosto skryta, tudíž nemusí natolik dbát této složky komunikace. Ačkoli nelze vyvrátit, že by na jeho vyjadřování neměla nonverbální komunikace žádný vliv.

Vždyť obě složky se navzájem doplňují, a pokud je jeho projev příjemný a lidský, znamená to, že pokud by onen mluvčí vyšel na veřejnost - i jeho nonverbální komunikace by byla společensky přijatelná a odpovídající. Což ovšem potvrzuje fakt, že zde musí být vyzdvižena především složka verbální a daleko lépe a kvalitněji je potřeba

⁶³ VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2614-4.

na ni pracovat. Posluchač rozhlasového vysílání je totiž soustředěn především na hlas a zde se chyby neodpouštějí a nekompensují osobnostním charakterem, a jak už zde bylo několikrát řečeno, právě onou nonverbální složkou.

3.3 Komunikace na veřejnosti

Verbální komunikace s veřejností je jedna z nejobtížnějších kategorií z řad komunikačních. Řečník je zde vystaven určité psychické bariéře, se kterou se musí vypořádat, stejně tak skutečnost, že v případě vystoupení na veřejnosti či pro ni, je svým způsobem dosti náročný herecký výkon, který si vyžaduje velmi pečlivou přípravu.

Základem komunikace na veřejnosti je sebe prezentace řečníka, která pronikne i do úrovně mluveného projevu, emočních kompetencí, sebejistoty nebo poznávání druhých i sám sebe. Za sebe prezentaci lze považovat jakoukoliv aktivní interakci a každé chování, jímž jedinec zapůsobí na ostatní členy ve společnosti. Tento způsob prezentace informuje posluchače o tom, co je či bude v dané interpretaci důležité a reálné.

Komunikace na veřejnosti dle Vymětala znamenají tyto interpretace, v nichž mluvíme před druhými nebo pro druhé:

1. Prezentace má za cíl něco představit, o něčem přesvědčit, předložit k seznámení a posouzení.
2. Přednáška, již cílem je informovat o dosaženém pokroku v poznání, o hodnocení stavu vědomostí, znalostí a zkušeností. Vyskytuje se především v odborných a vědeckých kruzích, a to jako standardizovaná komunikační forma.
3. Intelektuální projev cílený na seznámení, ovlivnění nebo přesvědčení posluchače názorem řečníka. Často se jedná i o společenské poslání, kdy jde o formu úvodního formálního zahájení společenské akce nebo vystoupení významných osobností při různých příležitostech.
4. Diskuze, která dodatečně zpřesňuje nebo objasňuje některé dílčí problémy

Řečník by měl hovořit a využívat ta témata, ve kterých je sám zainteresován či je má prostudovaná a má k nim určitý vztah i specializaci. Nemluvě o vlastních zkušenostech s danou problematikou. Snahou každého řečníka je, aby jeho výstup byl úspěšný,

přesvědčivý zajímavý a především na úrovni, v čemž hraje velkou roli dodržení řady takticko-psychologických zásad.⁶⁴

3.4 Zpětná vazba v komunikaci

V současnosti, kdy je komunikace definována jako proces, lze v komunikační teorii pod zpětnou vazbou chápat „proces pozorování určité komunikační situace a shromažďování informací pro jejich vyhodnocení a následnou korekci.“⁶⁵ Smysl zpětné vazby nevyjadřuje kritiku projevu či mluvčího, ale pomoc, jež přispívá k zlepšení řečnických vystoupení díky následně zlepšených dovednosti a naplnění cílů.

Zpětnou vazbu lze rozdělit na dva druhy:

1. Pozitivní zpětnou vazbu zaměřující se na pochvalu, což přispívá k opakování oceňovaného jednání.
2. Negativní zpětnou vazbu kritizující nedostatky proto, aby se takové jednání oslabilo, proměnilo či vůbec v budoucnosti, již neopakovalo.

Pro efektivní hodnocení je nejvhodnější vyvážené využití obou zpětných vazeb. Avšak nezapomenout na strukturu pořadí uváděných výroků, neboť největší váhu mají vždy ta prohlášení, jež jsou vyřknuta nakonec.⁶⁶

⁶⁴ VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2614-4.

⁶⁵ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika – teorie a praxe*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008. s. 105. ISBN 978-80-86723-57-0.

⁶⁶ Tamtéž, s. 105.

4 VEŘEJNÍ MLUVČÍ V PRAXI

K dostatečnému využití teoretických poznatků nejlépe slouží aplikace v praxi. Proto cílem této kapitoly bude ukázat a názorně naznačit teorii na veřejných mluvčích a vysvětlit ji v praxi.

4.1 Seznámení

Dva naprosto odlišní veřejní mluvčí. Kdy jeden z nich se celý svůj profesní život pohybuje na stejné bázi, zatímco druhý během profese vyzkoušel forem a bází několik.

Václav Moravec

Narozen 25. června 1974. Absolvent Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy. Od roku 1992 působil jako moderátor a redaktor v českých rádiích (Profil, Český rozhlas, Evropa 2, Frekvence 1). Následně o čtyři roky později přišel do styku s audiovizuální technikou, kdy externě pracoval pro televizi Galaxie. V roce 2001 nastoupil jako moderátor do české sekce radia BBC, kde vedl publicistické relace, což mu dopomohlo k vysílání vlastního pořadu Interview BBC. Díky této zkušenosti dostal nabídku od České televize a od roku 2004 moderuje známý diskusní pořad Otázky Václava Moravce. Vedle působení v televizi je také zaměstnán na Radiu Impuls, kde má svůj pořad Impulsy.

V roce 2003 obdržel Cenu Nadace Českého literárního fondu Novinářská křepelka za moderování pořadu Interview BBC. Roku 2007 byl zvolen v divácké anketě TÝTÝ jako nejoblíbenější osobnost televizní publicistiky.⁶⁷

⁶⁷ *Osobnosti.cz: Životopis* [online]. [cit. 2014-03-08]. Dostupné z: <http://zivotopis.osobnosti.cz/vaclav-moravec.php>

Lucie Výborná

Narozena 30. června 1969. První moderátorské působení vzniklo ve spolupráci s televizí Nova, kde v letech 1994-2000 uváděla pořad Snídaně s Novou. Následně přestoupila do České televize, kde ji diváci mohli vídat v pořadu „Když se řekne profese“ a „Český dobrodruh“. Kromě televizního působení také moderovala koncerty a jiné společenské akce, např. Svatojánské Navalis a koncert Lidé dobré vůle. V rozhlasových stanicích ji posluchače mohou slyšet již od počátku 90. let, kdy začínala jako moderátor Frekvence 1 s talkshow Kočkovaná, Osobnosti a Kavárna u Lucie. Od roku 2008 až do současnosti působí jako moderátorka na Českém rozhlase 1 Radiožurnálu. V roce 2011 se stala vítězkou ankety Moderátorka roku.⁶⁸

4.2 Rozbor výstupů

Václav Moravec

Muž – celý svůj profesní život působící spíše ve veřejnoprávních médiích. Jeho mluvený projev bývá především informační. Změna řeči je především dána konkrétní situací, kdy na začátku pořadu informuje diváky o aktuálních událostech, seznamuje je s fakty a poznatky k dané tématice. Následně později, pokud se rozvine například debata mezi hosty, již jsou s ním ve studiu, využívá řeč persuasivní pro zahrnování daného mínění a zjednodušuje formy názoru dvou oponentů (viz kapitola 1).

Co se týče techniky mluveného projevu, jak je uvedeno v kapitole 1.1, pro bezchybné a správné vyjadřování je potřeba ovládat správnou techniku řeči. Bezesporu je možné říci, že Václava Moravce se netýká problematika v posazení hlasu ani průběh dechového procesu, jeho hlas je příjemný na poslech, bez slyšitelných vad či nedostatků. Nelze vytknout ani výslovnost tedy artikulaci, neboť je velmi kvalitní. Nezaznamenáme zde žádnou artikulaci přehnanou, jak se s tím lze často setkat u některých mluvčích. Co se týče struktury mluveného projevu, Václav Moravec není člověk vystupující mimo média, proto struktura projevu je mu dána v kontextu s programem pořadu, ať už

⁶⁸ Lucie Výborná. [online]. [cit. 2013-12-10]. Dostupné z: <http://www.vyborna.cz/>

televizního či radiového. Přesto však lze říci, že i tak se drží důležitých zásad - přehledný a srozumitelný začátek uvádí publikum do tematiky. Moment prvního nástupu při řeči je jistě jiný pro neznámého řečníka, než pro známou osobnost, kdy posluchač či divák je již seznámen s daným člověkem. Avšak Václav Moravec vždy do svého úvodu nastupuje s vervou a jiskrou v oku, publikum mu tak věří zainteresovanost do problematiky. Závěr, jak je uvedeno v kapitole 1.2, je velmi důležitým bodem, kde dochází k vyjádření záměru sdělení či zopakování probrané tematiky, což v Moravcově případě nebývá pravidlem. V závěru radiového i televizního pořadu je pouze konstatována funkce hostů ve studiu a zopakování jejich jmen. Divákovi by mělo být na konci pořadu připomenuto, jaká témata byla probírána a co si z toho lze odnést.

Pokud se zaměříme na přípravu projevu, v tomto případě je bezpochyby velmi kvalitní, neboť to již prozrazuje Moravcova zainteresovanost, schopnost improvizace a doplňování dané tematiky dalšími otázkami. Sama volba tématu je vždy politická, tudíž je možné shrnout i účel, s jakým jsou informace přinášeny. V obou Moravcových pořadech jsou probírána aktuální politická a ekonomická témata, která pomáhají občanům pochopit problematiku země. Tudíž v tomto případě je vždy účel splněn. A to konkrétně účel obecný (viz kapitola 1.3) i zde v návaznosti na účel je stanovena cílová skupina publika, které jsou sdělení předávána. Není omezena, jedná se o skupinu lidí zajímavých se o svou zemi a její chod. Co do druhu mluveného projevu v pořadech Václava Moravce se můžeme setkat s panelovou diskusí (OVM), kdy odpovědní činitelé rozvinou volný dialog k dané problematice. Zatímco v pořadu Impulsy lze druh mluveného projevu označit jako interview s pozvaným hostem. (Někdy však je také volena forma diskuse)

Podle typologie řečníka (viz 2.1) můžeme Václava Moravce označit za řečníka kompetentního, dokonale obeznámeného s tématem, i řečníka kultivovaného, neboť jeho jazykové vyjadřovací prostředky jsou na vysoké úrovni. V tomto případě lze říci, že způsob jeho vyjadřování je velmi kvalitní. Občas je možné zaznamenat členění vět, tj. důrazné frázování na krátké úseky, které přidávají samotnému obsahu sdělení a problematice důraznost. Větné přízvuky jsou zde používány především při pokládání

otázek tak, aby byla znát jejich důležitost a hodnota, zároveň navazuje na stoupavou intonaci, jež je kladena právě při zjišťovacích otázkách (viz kapitola 2.2).

Ve výsledku lze říci, že kompletní kultivovaný projev a výslovnost dodává samotnému mluvčímu důstojnost. Pokud se budeme pohybovat v procesu samotné komunikace, a to konkrétně v rovinách komunikačních, Václav Moravec se formáty svých pořadů pohybuje v rovině racionální a formální komunikace (kapitola 3.1).

Pokud se důkladněji zaměříme na jeho paralingvistické aspekty, budeme nuceni usoudit, že hlasitost projevu je zde ve výborném stavu. Jak je uvedeno v kapitole 3.1, hlasitý projev značí vitalitu, uvolněnost, sebevědomí aj, což po vizuální i auditivní stránce nelze vyvrátit. Výška i barva jsou zde také ve výborné hlasové kondici a nedochází k žádným výrazným výkyvům. Barva i výška jsou posluchačům také příjemné.

Velkou výhodou tohoto řečníka je, že během svého projevu nevyužívá žádné slovní vaty, tj. vycpávkových slov. Projev je plynulý bez mezer a bez chyb. Občasné zadrhávání je důsledkem formulace věty či otázky pro daného respondenta. Nonverbální komunikace je v tomto případě velmi nápadná, v průběhu vývoje řečníka postupně opadávala postojová křečovitost a napětí, a to konkrétně v úvodech pořadu. V dnešní době nejistota opadla a řečník projevuje svým postavením jistotu a zainteresovanost. Posturické aspekty jsou zde pozorovatelné minimálně, ačkoliv v některých chvílích je možné všimnout si častých změn posedu či v úvodu pořadu televizního občas bývá i ruka v kapse. Nikdy však nejsou tyto známky natolik markantní, aby se z toho dal vyvodit okamžitý závěr, např. řečníkova odmítavost. V tomto případě to lze přisoudit jakési ležérnosti, ovšem té galantní.

Často se u Václava Moravce setkáváme s gestikou (Kapitola 3.2 Gestika), kdy funguje nejen jako dokreslující prostředek pomáhající řečníkovi k vysvětlení obsahu sdělení, ale v případě politických debat i gesta regulační, která například zastavují výměnu názorů dvou zástupců opozičních stran. Další znaky ve vizuálním ani taktilním kanálu nejsou pro Moravce natolik typické kromě zvyku prováděného při každém televizním vysílání. Má tendence si na úvod „hrát“ s brýlemi. Buď je možno pozorovat, že jsou neustále

sundávány nebo naopak nasazovány. Díky tomuto zlovyku lze také snadno odhadnout důležitost položené otázky. Nedá se však hovořit o dalších tak významných zvycích. Umí natolik ovládat svou mimiku, že jen málokterý divák pozná jeho pravé myšlenky. Avšak v tomto případě je možné rozebrat charakteristické signály osobnosti, neboť během řečnickova vystoupení je možno si všimnou hned několika těchto signálů. Styl oblékání, ať do televize či do rozhlasu (což je možné vidět ze záznamů), je vždy formální, tj. společenský oblek, košile. Kravatu volí spíše do televizního vysílání. Co se týče barevných kombinací nelze nic vytknout, vždy je vše dokonale sladěné. Obleky jsou většinou tmavé, tak aby doplňovaly onu formu pořadu, a košile jsou jemně zbarvené. Jediná kravata vždy bývá výraznější, což kontext ani úroveň nijak nekazí.

Často viditelným a výrazným znakem nonverbální komunikace bývá v jeho případě funkce emoční inteligence, neboť se člověk jeho typu často dostává mezi konflikty či usměrňování svých hostů. Proto je potřeba velká schopnost sebeovládání a také motivace dosáhnout svého cíle. V této formě však je nejvíce možné uplatnění společenské obratnosti, kdy je v některých situacích nutností žádoucí reakce a usměrnit danou situaci.

Lucie Výborná

Žena – během svého profesního života působila jak v komerční, tak ve veřejnoprávní sféře. V technice mluveného projevu Lucie Výborné nelze nalézt žádné nedostatky. Její posazení hlasu je pro posluchače libozvučné, neboť má na ženu poměrně hlubší hlas, což bývá daleko více pro posluchače příjemnější než hlas vysoký. Hlas je také pevný a vyrovnaný. Pro posuzování struktury mluveného projevu se zaměříme na Lucii Výbornou jako na rozhlasového mluvčího.

Její struktura a řád textu je stejně jako u předchozího mluvčího dána koncepcí pořadu. Na začátku je tedy představení hosta a probírané tematiky (např. Host Radiožurnálu). Samotný nástup projevu je vždy sebevědomý, vyzařující i skrze mikrofon hravost a energii. Přednes projevu vždy spočívá na volbě tématu. V tomto případě je téma opět dané stavem událostí, nových informací a aktualit, podle nichž se témata volí. Při volbě

účelu Lucie Výborná může využívat obě dvě formulace, a to jak účel obecný, tak konkrétní (viz kapitola 1.3). Což ve výsledku samozřejmě závisí na žánru pořadu.

Stylizace projevu je zaměřena na zřetelnost a živost slov, neboť v rozhlasovém vysílání, při absenci nonverbální komunikace, jsou slova hlavním pilířem. Úvod a závěr vždy shrnují, co bylo v pořadu probíráno či teprve bude. Lidská paměť pracuje s hesly, což je v případě rozhlasového média velmi podstatné. V případě Lucie Výborné lze s jistotou říci, že projev je spíše improvizovaným vyjádřením okamžitě reagujícím na nově vzniklá témata a události.

Druh mluveného projevu bývá formou interview či formou panelové diskuze, kdy se jednotliví odborníci vyjadřují k aktuální problematice. Lze však použít i formu referátu, neboť občasná funkce Lucie Výborné je i funkce zprávaře, jež posluchače informuje o plánech, činnostech, úkolech a aktualitách.

Pokud bychom měli tuto mluvčí klasifikovat jako řečníka, mohli bychom říci, že se jedná o řečníka kompetentního, naprosto obeznámeného s probíranou tematikou, řečníka kultivovaného a občasného frázistu (viz kapitola 2.1). Způsob vyjadřování Lucie Výborné je bez vážných vad výslovnosti, se správnou zvukovou modulací a se správným členěním textu. Intonace má zde tendence klesavé při neutrálnosti projevu a při rozhovorech minimální použití intonace stoupavé. Veškerá jazyková výbava se slučuje se zásadami užívání a správného vyjadřování.

Verbální komunikace je pro tuto mluvčí velmi podstatná, neboť komunikaci nonverbální v současné době v rozhlasovém vysílání neuplatní. Lucie Výborná pro svůj projev využívá obě formy komunikačních rovin. Rovinu racionální i emocionální (viz kapitola 3.1), neboť často mění žánry, čemuž odpovídá i střídání komunikace formální i neformální. Jedná-li se o volbu komunikačního stylu, bezpochybně využívá komunikační styl konvenční, konverzační a v nevelké míře by se dalo hovořit i o stylu osobním. V případě Lucie Výborné se nesečkáme téměř s žádnými chybnými paralingvistickými aspekty, pokud se nepozastavíme nad rychlostí jejího projevu. Posluchač pak v některých okamžicích nestihne zachytit kompletní jádro věci. Ani plynulost řeči není úplně bezchybná. V některých úsecích si v jejím projevu můžeme

všimnout zadržávání, čehož může být i příčinou zmiňované tempo řeči. V projevu se také dosti často vyskytuje slovní vata, především v tom neformálnějším, což je samozřejmé, ale veřejně vystupující mluvčí by se měl těmto nedostatkům vyhnout. Výplňové zvuky nejsou pro auditivní formu projevu nejlepším doplňkem.

Nonverbální komunikaci nelze v současné době posuzovat, avšak z let minulých můžeme posoudit držení těla, které bývá křečovité. Postoj samotný uvolněný přesto nestálý, neklidný. Důležitým doplňkem Lucie Výborné je i gestika, jež její řeč doprovází. Konkrétně lze mluvit o gestech ilustrativních i znakových (kapitola 3.2).

Výrazy v obličeji nejsou tak výrazné jako vizika. Tento řečník má tendenci udržovat přímý zrakový kontakt se svými respondenty, posluchači i publikem, což bývá znakem navazování kontaktu, ale také vynucení si pozornosti, případné zprostředkovávání zpětné vazby. I v tomto případě hrají velkou roli charakteristické signály osobnosti, především první dojem, vystupování, vizáž, péče o chrup, dojem věku, neboť Lucie Výborná je velmi udržovaná, což synchronizuje i s volbou oblékání. Už z důvodů ženskosti často mnohem více v prvních chvílích upoutá pozornost především její vzhled. Barvy oblečení jsou spíše jednoduššího, prostšího rázu, žádné divoké barevné kombinace. Tato mluvčí často před veřejným publikem vystupuje v neformálním oblečení, což mnohdy nebývá bráno jako profesionální.

4.3 Vývojový posun konkrétních mluvčích

Václav Moravec

Již v úvodu této kapitoly je Václav Moravec uváděn jako mluvčí, jež se pohybuje celý svůj profesní život ve stejném žánru. Jeho žánrem je především publicistika, od které se během své profese nevybočil, nedá se mluvit o velkém vývojovém posunu. Založil svou kariéru na stejných postojích, reakcích a formě vyjadřování jakou dodržuje dodnes. Samozřejmě lze hodnotit vývoj ve vedení konverzací a politických debat, kdy se stal daleko jistějším a dominantnějším jedincem během diskuze politiků. Hodnotit se také

může jeho větší odhodlanost pouštět se do kontroverznějších a kontroverznějších témat. Avšak vyjadřování zůstává už po řadu let naprosto stejné a změna ani očekávána není.

Lucie Výborná

Mluvčí, jež během své řečnické kariéry vystřídala několik médií a několik žánrů. Zde ovšem můžeme vývojový posun hodnotit zcela, neboť k němu došlo. Začátek kariéry Lucie Výborná započala v komerčních médiích, odkud si odnesla slangové vyjadřování nedbající na výslovnost a celkovou kultivovanost projevu, což uplatňovala i při veřejných projevech na společenských akcích. Ve chvíli však, kdy vyměnila formu médií, změnila se i její celá řečnická struktura a forma. Získala kultivovaný, klidný projev a nabrala vážnosti a důstojnosti.

4.4 Osobnostní vliv mluvčích na obsah sdělení

V obou případech lze mluvit o velmi vlivných veřejných mluvčích, kteří silně působí na své posluchače, jež jsou zároveň i jejich fanoušky. Jak Václav Moravec, tak Lucie Výborná jsou kvalifikovanými a kvalitními mluvčími, jež si posluchačovo ucho nebo oko jistě získá. Kultivovaný projev a myšlenkové pochody prozrazují o hodnotě těchto mluvčích velmi mnoho, což samo o sobě má na publikum také vliv. Oba dva jsou již několik let v praxi, proto nelze pochybovat o jejich kvalitách a schopnostech jako řečníků, vždyť oba dva byli za své schopnosti a řečnický um oceněni, což samo vypovídá o jejich osobnostním vlivu na obsah sdělení směrem k posluchači.

ZÁVĚR

Tato bakalářská práce s názvem Příznaky osobního a řečového stylu v projevech vybraných veřejných mluvčích a jejich vliv na účinnost sdělení, dokázala, že právě řečnickovo osobní vystupování a styl mluveného projevu, opravdu dokáže ovlivnit informace, které publiku předávají. Už samotná forma projevu předem rozhoduje o řečnickově záměru, jak s informací nakládat. Forma, struktura a přednes mluveného projevu, čemuž je tato práce také věnována, jsou nedílnou součástí každodenního života nejen u profesních mluvčích. Každý člověk ví, kdy a jakým stylem správně promluvit, aby dosáhl svého. Stačí se nad tím pouze zamyslet. K tomu, aby mluvčí splnil účel svého proslovu, musí splňovat také všechna pravidla, která jsou pro správného a důvěryhodného řečníka dána. Nejedná se o pravidla jednoduchá, vše vždy totiž začíná u řečníka samotného. Jeho schopnost a motivace chtít něco sdělit a předat dál. Nedílnou součástí schopnosti mluvit je především verbální a nonverbální komunikace, neboť bez ní by obsah sdělení ve skutečnosti vůbec neexistoval a jednalo by se o pouhý pahýl nosící sic velmi důležitou myšlenku, avšak bez ostatních hodnot vedlejších, naprosto nesplňující svou funkci. Znalost a orientaci ve verbální a nonverbální komunikaci lze uplatnit i v běžných sociálních vztazích, neboť jakákoliv sociální interakce s druhou osobou přináší příležitost pro pozorování jeho přirozených pohybů. Ty vyjadřují jeho myšlení, momentální náladu a mnohdy i názor na věc, což často dopomáhá k vývinu samotné interakce. Veškeré tyto posudky je možné zjistit i podle způsobu oblékání či zásadám slušného chování. Usnadňuje to tak možnost lehce proniknout do hlavy druhého s jeho vlastní pomocí, aniž bychom ho nějak omezovali. Což ve výsledku uplatní ve své praxi i samotní mluvčí, kdy dokážou svým sdělením přenést na publikum i mnoho dalších mimoslovních informací k dané problematice a mohou se tak posluchači více přiblížit či naopak oddálit. V práci je také ukázána hodnota hlasu řečníka, která bývá často velmi opomíjena a někdy považována za samozřejmost, čemuž tak být nemusí. A to mnohdy v podobě drobných vad, kterým pak samotný projev podléhá, neboť se publikum soustředí spíše na vady a nedostatky než na samotný obsah sdělení. Hlavním přínosem této práce by mělo být uvědomění si faktu, jak je člověk kolem sebe ovlivňován nejen velkým množstvím informací, ale především jejich

předavatelé, jejich komunikátory. Ti mají zásady ovlivňování sdělení natolik dostatečně nastudované, že již předem znají reakce svého publika a očekávanou aktivitu. Naštěstí stále ještě lidé mají možnost volby výběru mluvčích, jež budou či nebudou poslouchat a pak už záleží na samotné lidské vůli a inteligenci, zda budou informace přínosné či pouze manipulující, jak se tomu v mnohých situacích stává.

Ve výsledku by autor této práce byl rád, kdyby sloužila tak jako jakási příručka k tomu, jak pracovat sám se sebou ve chvílích, kdy je pro nás mluvený projev a jeho přednes důležitý, a to ať už v profesním či osobním životě. Umět využívat celého svého těla a svých osobnostních charakteristik, předností a možností k předání sdělení. Vždy se totiž vše, co člověk mívá na jazyku, dá říci několika různými způsoby tak, aby došlo k uspokojení obou stran.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

ADAMCZYK, G., TIZIANA, B. *Řeč těla*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-2008-1.

ALLHOFF, D., ALLHOFF, W. *Rétorika a komunikace*. 14. vyd. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2283-2.

BUCHOTOVÁ – ŠMAJSOVÁ, B. *Rétorika*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. ISBN 80-247-0868-X.

BUCHOTOVÁ – ŠMAJSOVÁ, B. *Rétorika: Vážnost mluveného slova*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3031-8.

ČERNÝ, V., *Rétorika pro obchodníky i běžný život*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3052-0

DEVITO, J. A. *Základ mezilidské komunikace*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. s. 277. ISBN 80-7169-988-8.

DE VITO, J. A., *Základy mezilidské komunikace*. 6. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2018-0.

MĚCHUROVÁ, A. *Jak dobře mluvit a úspěšně jednat*. 2. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2008. ISBN 978-80-867223-32-7.

MIKULÁŠTÍK, M. *Komunikační dovednosti v praxi*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-2339-6.

MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2010. ISBN 978-80-7452-002-0.

PLÁŇAVA, I. *Průvodce mezilidskou komunikací: přístupy, dovednosti, poruchy*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. ISBN 80-247-0858-2.

VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2614-4.

ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika – teorie a praxe*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008. ISBN 978-80-86723-57-0.

Seznam použitých internetových zdrojů

KRČMOVÁ, M. *Fonetika a fonologie*. [2014-03-08]. Dostupné z:

http://is.muni.cz/do/1499/el/estud/ff/ps09/fonetika/tisk_2009/toc.html

<http://zivotopis.osobnosti.cz/vaclav-moravec.php>

<http://www.ceskatelevize.cz/porady/1126672097-otazky-vaclava-moravce/1224-vaclav-moravec/>

<http://www.vyborna.cz>

Seznam ostatních použitých zdrojů

www.youtube.com

<http://www.ceskatelevize.cz/porady/1126672097-otazky-vaclava-moravce/video/>

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Aneta Koudelková

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: prezenční studium

Název práce: Příznaky osobního a řečového stylu v projevech vybraných veřejných mluvčích a jejich vliv na účinnost sdělení

Rok: 2014

Počet stran textu bez příloh: 54

Počet titulů českých použitých zdrojů: 13

Počet internetových zdrojů: 4

Vedoucí práce: PhDr. Vlčková Jana, Ph.D.