

Univerzita Hradec Králové
Pedagogická fakulta
Katedra českého jazyka a literatury

Cílená analýza amerických kandidátských projevů

Bakalářská práce

Autor: Diana Eminiová
Studijní program: B7310 Filologie
Studijní obor: Jazyková a literární kultura
Vedoucí práce: PhDr. Lukáš Zábranský, Ph.D.



Zadání bakalářské práce

Autor:	Diana Eminiová
Studium:	P13914
Studijní program:	B7310 Filologie
Studijní obor:	Jazyková a literární kultura
Název bakalářské práce:	Cílená analýza amerických kandidátských projevů
Název bakalářské práce AJ:	A Targeted Analysis of American Candidate Speeches

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Anotace: Bakalářská práce se bude zabývat vybranými projevy Donalda Trumpa od jeho ohlášení kandidatury na prezidenta Spojených států dne 16. 6. 2015 do konce volebního období. Tyto projevy budou podrobeny jazykové analýze zaměřující se na specifický styl a jazyk Donalda Trumpa a jeho relevantních jevů v politických projevech. Analýza se bude týkat zejména výrazných jazykových prostředků v oblasti rétoriky, stylistiky a kognitivních aspektů z hlediska politické morálky. Teoretické poznatky budou aplikovány na konkrétních příkladech fenoménu Trumpových projevů. Studentka se v závěru pokusí zhodnotit a generalizovat všechny poznatky, jichž bylo dosaženo analýzou nashromážděných materiálů. **Abstract:** This bachelor thesis covers selected speeches of Donald Trump since his presidential announcement on the 16th of June 2015, up until the end of the election cycle. His speeches will be subjected to a linguistic analysis, especially in the disciplines of rhetoric, stylistic and cognitive aspects of political morality. These findings will be applied to specific passages of Donald Trump speeches in order to evaluate and generalize upon the collated information.

1) LOTKO, Edvard. Kapitoly ze současné rétoriky. 3. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2009, 202 s. ISBN 978-80-244-2309-8. 2) ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. Současná stylistika. Vyd. 1. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008, 381 s. ISBN 978-80-7106-961-4. 3) KRAUS, Jiří. Rétorika a řečová kultura. Vyd. 2., dopl. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2010, 190 s. ISBN 978-80-246-1829-6. 4) BUCHTOVÁ, Božena. Rétorika: vážnost mluveného slova. 2., aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2010, 231 s. ISBN 978-80-247-3031-8.

Garantující pracoviště:	Katedra českého jazyka a literatury, Pedagogická fakulta
Vedoucí práce:	PhDr. Lukáš Zábranský, Ph.D.
Oponent:	Mgr. Václav Víška, Ph.D.
Datum zadání závěrečné práce:	16.11.2015

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala pod vedením vedoucího bakalářské práce samostatně a uvedla jsem všechny použité prameny a literaturu.

V Hradci Králové dne 26. 4. 2017

.....

Diana Eminiová

Poděkování

Mé poděkování patří především panu PhDr. Lukáši Zábranskému, Ph.D. za vedení bakalářské práce a také za jeho trpělivost, podporu, rady a diskuze nejen při vypracování této bakalářské práce.

Děkuji také panu prof. PhDr. Jiřímu Krausovi, DrSc. za umožnění spolupráce a za velmi cenné rady, které mi poskytl.

Anotace

EMINIOVÁ, Diana. *Cílená analýza amerických kandidátských proslovů*. Hradec Králové: Pedagogická fakulta Univerzity Hradec Králové, 2017. 69 s. Bakalářská práce.

Bakalářská práce se bude zabývat vybranými projevy Donalda Trumpa od jeho ohlášení kandidatury na prezidenta Spojených států dne 16. 6. 2015 do konce volebního období. Tyto projevy budou podrobeny jazykové analýze zaměřující se na specifický styl a jazyk Donalda Trumpa a jeho relevantních jevů v politických projevech. Analýza se bude týkat zejména výrazných jazykových prostředků v oblasti rétoriky, stylistiky a kognitivních aspektů z hlediska politické morálky. Teoretické poznatky budou aplikovány na konkrétních příkladech fenoménu Trumpových projevů. Studentka se v závěru pokusí zhodnotit a generalizovat všechny poznatky, jichž bylo dosaženo analýzou nashromážděných materiálů.

Klíčová slova: Donald Trump, proslovy, rétorika, prezidentské volby.

Abstract

EMINIOVÁ, Diana. *A Targeted Analysis of American Candidate Speeches*. Hradec Králové: Faculty of Education, University of Hradec Králové, 2017. 69 pp. Bachelor Degree Thesis.

This bachelor thesis covers selected speeches of Donald Trump since his presidential announcement on the 16th of June 2015, up until the end of the election cycle. His speeches will be subjected to a linguistic analysis, especially in the disciplines of rhetoric, stylistic and cognitive aspects of political morality. These findings will be applied to specific passages of Donald Trump speeches in order to evaluate and generalize upon the collated information.

Keywords: Donald Trump, speeches, rhetoric, presidential election.

Obsah

Úvod	8
TEORETICKÁ ČÁST	10
Rétorika – její současné vymezení	10
Vztah rétoriky a politiky v průběhu historie	11
Politické proslovy	15
Figury a tropy	17
Sugestivní řečnické prostředky	18
Emfatické řečnické prostředky	18
Názorné řečnické prostředky	19
Dramatické řečnické prostředky	19
Ozdobné řečnické prostředky	20
Kognitivní aspekt politiky – politická morálka	20
PRAKTICKÁ ČÁST	22
Analýza a metodologie	22
Obecně o prosloveh	24
Délka a struktura proslovů	25
Slovní zásoba	26
Použité figury a tropy	33
Sugestivní řečnické prostředky	33
Emfatické řečnické prostředky	34
Názorné řečnické prostředky	35
Dramatické řečnické prostředky	36
Ozdobné řečnické prostředky	37
Nevěcná argumentace	37
Kognitivní aspekty – morálka přísného otce	39
PROJEKTOVÁ ČÁST	42
Vymezení projektu	42
Výběr a představení erudované osoby	42
Schválení projektu a komunikace s přednášejícím	44
Volba prostoru a termínu události	45
Propagace přednášky	45
Plakát	46
Událost na Facebooku	46
Tvorba reklamy na Facebooku	47
Výsledky placené reklamy	48
Realizace přednášky	49
Zpětná vazba	49
Dovětek	49
Závěr	53
Seznam použité literatury	55
Tištěné dokumenty	55
Elektronické dokumenty	55
Seznam příloh	58
Příloha A: Transkript kandidátského proslovu z Toleda	59
Příloha B: E-mail zasláný panu profesorovi J. Krausovi	66
Příloha C: Teze pana profesora J. Krause	67
Příloha D: Plakát k pořádané přednášce	69

Úvod

„Because public discussion and debate are essential in a democracy, and because leaders are obliged to rule the sovereign people by means of constant persuasion, rhetoric is absolutely central.“¹

Když Donald Trump pronášel v červnu 2015 ve svém mrakodrapu Trump Tower řeč, ve které oznamoval kandidaturu na post prezidenta Spojených států amerických, jen málokdo tohoto úspěšného podnikatele považoval za plnohodnotného kandidáta. Nebylo to zapříčiněno pouze osobou Donalda Trumpa, která neměla de facto žádné zkušenosti s politikou, ale také proslovem samotným. Ten byl plný kontroverzních výroků, které odstartovaly kampaň, jež byla vedena v podobném duchu. Právě tento úvodní projev ve mně probudil prvotní zájem o Trumpovy předvolební kandidátské proslovy, které se nakonec staly předmětem mé bakalářské práce.

Původním záměrem této práce bylo analyzovat veškeré proslovy, které byly proneseny od počátku oznámení Trumpovy kandidatury na prezidenta. Vzhledem k tomu, že celá předvolební kampaň trvala 18 měsíců a Donald Trump promlouval k potenciálním voličům několikrát do týdne, jsem od této velkolepé myšlenky ustoupila. V rámci bakalářské práce jsem se tak rozhodla věnovat proslovům, které zazněly v úplném závěru celé kampaně, a to v jednom z klíčových států – Ohio.

Bakalářská práce je rozdělena do tří částí – teoretické, praktické a projektové. V teoretické části definuji současnou rétoriku, zabývám se historií rétoriky v souvislosti s politikou a politickými projevy. Dále vymezuji politický proslov, rozdělení řečnických prostředků – figur a tropů a věnuji se vybraným jevům v rámci kognitivní lingvistiky.

Na teoretické vymezení navazuje praktická část, jejímž předmětem je analýza šesti vybraných projevů. Pomocí kvantitativních a kvalitativních (interpretativních) metod analyzuji kandidátské projevy Donalda Trumpa, ve kterých se zaměřuji především na jejich formální výstavbu, výrazné jazykové a řečnické prostředky spolu s dalšími jevy teoreticky vymezenými v předešlé části práce. V analýze vycházím z poznatků z oblasti rétoriky, stylistiky a kognitivní lingvistiky.

¹ KANE, JOHN, PATAPAN a HAIG. *The artless art: leadership and the limits of democratic rhetoric* [online]. 2010, s. 2 [cit. 2017-04-10]. Dostupné z: https://research-repository.griffith.edu.au/bitstream/handle/10072/35065/65354_1.pdf?sequence=1

Poslední část bakalářské práce tvoří tematicky navazující projekt, ve kterém je popsána realizace přednášky pana profesora Jiřího Krause na půdě Univerzity Hradec Králové.

Cílem bakalářské práce je především pochopit konceptualizaci projevů a rétoriku Donalda Trumpa, která mu napomohla stát se prezidentem Spojených států amerických. Související projekt má za cíl rozšířit povědomí o rétorice mezi další případné zájemce o tuto problematiku.

TEORETICKÁ ČÁST

V teoretické části se zaměřím na vybraná témata související s analýzou zvoleného materiálu. Alespoň rámcové zpracování těchto témat považuji za důležité, jelikož čtenářům pomůže vybudovat povědomí o oblastech, na které následný rozbor proslovů navazuje.

Rétorika – její současné vymezení

Existuje mnoho definic pojmu rétorika, neexistuje však jediná, která by dokázala přesně vystihnout, co vše tento pojem zahrnuje.

„Snad málokterý obor zabývající se řečovou činností člověka vzbuzuje tolik odlišných představ jako rétorika. Nejde tu jenom o různost v pojetí obsahu a rozsahu oboru (rétorikou se rozumí /1/ ‚praktické řečnictví‘, /2/ ‚teorie řečnické stylizace a argumentace‘, /3/ ‚ustálený způsob veřejného vyjadřování‘), ale i o různost v hodnocení.“²

Problematika vymezení rétoriky souvisí mimo jiné s její bohatou historií. Již v samých počátcích spadajících do období antiky byla rétorika vnímána a vykládána rozličnými způsoby. V tomto raném období byla rétorika silou, vědou, návykem, uměním či dokonce zruďným (špatným) uměním. Zdůrazňovala se především její přesvědčovací funkce. Názory na ni se rozcházely kupříkladu v souvislosti s otázkou cti. Kdy jedni zastávali názor, že řečníkem může být i nečestný člověk, zatímco druzí (např. Platón) tvrdili, že rétorice dokáže vládnout pouze člověk poctivý a spravedlivý.³

Postoj k rétorice spolu s jejím obsahem se měnil i v průběhu dalšího vývoje. Vzhledem k tomu je pro správné definování a pochopení rétoriky vhodné určit jistý

² Rétorika v dějinách jazykové komunikace. *Naše řeč* [online]. 1983, 66(4), s. 211–214 [cit. 2017-03-21]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=6407>

³ QUINTILIANUS, Marcus Fabius. *Základy rétoriky*. Praha: Odeon, 1985, s. 106–110.

atribut, který blíže vymezí, o jaké rétorice se pojednává (např. klasická – antická, aristotelská, současná...⁴

Projevy Donalda Trumpa, které jsou předmětem této práce, patří do politické a také současné (moderní) rétoriky. Tu lze vnímat jako „teorii veřejné účinné komunikace, tj. nauku o tom, jak přesvědčit posluchače a získat ho pro stanovisko řečnickovo: (a) prostředky obsahovými (např. argumenty, logickým vyvozováním, optimálními kompozičními postupy), (b) prostředky jazykovými (např. volbou vhodných jednotek lexikálních a syntaktických) a (c) neverbálním chováním.“⁵

Pro současnou rétoriku je rovněž charakteristická spolupráce s dalšími vědními obory. Tato interdisciplinárnost je pro rétoriku, pokud chce náležitě plnit svoji funkci, zásadní. Potřebuje totiž vstřebávat vědomosti z jiných věd, být schopna tyto vědomosti dále rozvíjet a formulovat pro příjemce z jiných oborů. Mezi vědy, ze kterých soudobá rétorika nejvíce čerpá, patří: stylistika, logika, moderní psychologie, psycholingvistika, sociolingvistika, kvantitativní lingvistika, teorie mluvních aktů, textová lingvistika a pragmatika.⁶

Vztah rétoriky a politiky v průběhu historie

V 5. st. př. n. l. prošlo antické Řecko několika zásadními politickými změnami. Ty byly zapříčiněny Efialtovou reformou soudnictví zavádějící právo a povinnost každého občana předstoupit před soud v případě projednávání jeho záležitostí a Kleisthenovou demokratickou ústavou přinášející svobodu slova.⁷ Tyto obměny napomohly nejen demokratizaci Řecka, ale i vzniku samotné rétoriky. Veřejná vystoupení v podobě promluvy před ostatními spoluobčany byla totiž nově základem jak lidového sněmu (ekklésia), tak lidového soudu (héliasia).

⁴ LOTKO, Edvard. *Kapitoly ze současné rétoriky*. 2. vyd., aktualiz. a rozš. Olomouc: Univerzita Palackého, 2004, s. 14.

⁵ Tamtéž, s. 16.

⁶ Tamtéž, s. 16–19.

⁷ KRAUS, Jiří. Jazyk a media mezi retorikou a filosofií. *Acta Fakulty filozofické Západočeské univerzity v Plzni* [online]. 2014, (1), s. 17 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: https://ff.zcu.cz/files/Acta-FF/2014/ACTA_FF_2014_1.pdf

Lidového sněmu se nejméně čtyřicetkrát ročně účastnili všichni svobodní Athéňané, aby zde diskutovali, poslouchali a rozhodovali o otázkách ovlivňujících chod celé obce. Na lidovém sněmu i v případě soudních přelíčení museli občané přednést svoji řeč osobně, bez možnosti zastoupení někým jiným.⁸

Vysoké požadavky kladené na politické a soudní řečnictví vedly postupně k tomu, že u řeckých občanů vznikala naléhavá potřeba naučit se řečnickému vystupování.⁹ S tím Řekům nabízeli pomoc takzvaní „učitelé moudrosti“ – sofisté, kteří putovali městy, ve kterých za honorář vyučovali různá umění, obzvláště rétoriku. Z částí děl, která se po sofistech dochovala, je patrné, že jejím cílem bylo vzdělávat lidi, aby mohli aktivně působit v politice. Pro úspěšného tehdejšího politika bylo totiž ovládnutí umění řeči zásadní.¹⁰ I díky tomu byl praktický politik v Athénách označován stejně jako výkonný řečník – rhétor.¹¹

To, že je rétorika důležitou součástí politiky, si uvědomovalo i mnoho významných myslitelů této doby. Dionýsos Halikarnasský definoval rétoriku jako *„umění přesvědčivého politického projevu, jehož smyslem je mluvit dobře.“*¹² Isokrates ji považoval *„za základ politiky umění řeči“*.¹³ Také Aristoteles věřil tomu, že *„pro politiku, je umění rétoriky svrchovaně užitečné (chrésimos), protože ukazuje, jak dosahovat společenského konsenzu.“*¹⁴ Marcus Tullius Cicero, mnohými označován za nejlepšího římského řečníka, považoval navíc řečnictví *„za nejvyšší formu všech lidských schopností a za nejdůležitější složku politické praxe“*.¹⁵

Ve středověku však rétorika změnila svůj ráz a její diskurz přešel z politického na náboženský. *„Antická řeč jako projev soudní nebo politický, jako řeč oslavná či poradní ztratila ve středověku na významu.“*¹⁶ Předmětem rétoriky bylo psané slovo. Mluveným proslovům dominovala křesťanská kázání.¹⁷ Řeči poradní (politické) existovaly jenom ve formě školních cvičení, ve kterých žáci měli přesvědčovat

⁸ ŠMAJSOVÁ BUCHTOVÁ, Božena. *Rétorika: vážnost mluveného slova. 2.*, aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2010, s. 27.

⁹ KRAUS, Jiří. *Rétorika v evropské kultuře i ve světě. 2.*, přeprac. vyd. Praha: Karolinum, 2011, s. 26.

¹⁰ Tamtéž, s. 30.

¹¹ ARISTOTELES. *Rétorika*. Praha: Jan Leichter, 1948, s. 5.

¹² KRAUS, Jiří. *Rétorika v evropské kultuře i ve světě. 2.*, přeprac. vyd. Praha: Karolinum, 2011, s. 24.

¹³ Tamtéž, s. 36.

¹⁴ Tamtéž, s. 38.

¹⁵ Tamtéž, s. 59.

¹⁶ ŠMAJSOVÁ BUCHTOVÁ, Božena. *Rétorika: vážnost mluveného slova. 2.*, aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2010, s. 31.

¹⁷ Tamtéž, s. 31.

posluchače o správnosti nějakého názoru na základě napodobování jim přiděleného vzoru.¹⁸

V renesanci došlo k návratu zájmu o antickou rétoriku, což souviselo s nově objevenými texty Cicera a Kvintiliána.¹⁹ V tomto období si sepětí politiky a rétoriky uvědomoval např. významný renesanční filozof Thomas Hobbes. Ten považoval rétoriku a umění přesvědčovat za základ politiky. Rétorika dle něj byla „*politickým nástrojem jednoznačně sloužícím boji o moc*“.²⁰

V 17. a hlavně v 18. století se rétorika omezila především na oblast stylu. Namísto soudnictví a politiky byly hlavními oblastmi rétoriky filologické obory jako literatura a jazykověda.²¹

*„Popularita veřejných projevů v politice během staletí upadala a zase stoupala. Na začátku 19. století se politické projevy spíše četly, než aby se přednášely. Na lidi působili politici nedůvěryhodně, pokud se často objevovali na veřejnosti.“*²² V polovině 19. století ale došlo ke změně a řečnictví se pro politiky opět stalo nezbytnou schopností.²³ V tomto období, konkrétně v roce 1863, zazněl jeden z nejlepších proslavů americké historie. Autorem projevu, který trval pouhé tři minuty a skládal se ze 272 slov, byl prezident Abraham Lincoln. Ten pronesl svoji výjimečnou řeč po bitvě v Gettysburgu, kde vzdával na tamním hřbitově čest padlým vojákům.²⁴

Velkou změnu v rétorice a ve formě veřejných projevů přineslo dále 20. století a s ním spojený příchod rozhlasu a televize. Nově objevená média umožnila, aby se proslovy řečníků dostaly k daleko většímu počtu lidí.

Sílu rozhlasu si jako jeden z prvních politiků uvědomil americký prezident Fraklín D. Roosevelt. Ten pronesl v den své inaugurace v březnu 1933 mimořádně

¹⁸ KRAUS, Jiří. *Rétorika v evropské kultuře i ve světě*. 2., přeprac. vyd. Praha: Karolinum, 2011, s. 79.

¹⁹ KRAUS, Jiří. *Rétorika v evropské kultuře i ve světě*. 2., přeprac. vyd. Praha: Karolinum, 2011, s. 119.

²⁰ Tamtéž, s. 162–163.

²¹ Tamtéž, s. 141.

²² KÚSOVÁ, Lucie. *Prezidentské projevy Miloše Zemana* [online]. Praha, 2015, s. 6 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/152481/>. Bakalářská práce.

²³ Tamtéž, s. 6.

²⁴ MCKAY, Brett a Kate MCKAY. *The 35 Greatest Speeches in History* [online]. 2008 [cit. 2017-01-14]. Dostupné z: <http://www.artofmanliness.com/2008/08/01/the-35-greatest-speeches-in-history/>

působivý projev, ve kterém žádal Američany o důvěru v těžkém období probíhající hospodářské krize. Inaugurační proslov byl přenášen rozhlasem po celé Americe, a tak se Roosveltovo poselství dostalo k desítkám milionů Američanů. Ti byli ostatně Roosveltem oslovováni i později prostřednictvím pravidelných rozhlasových vysílání takzvaných „rozhovorů od krbu“.

Ve stejném roce však začalo také docházet ke zneužívání síly slova a rozhlasu, a to pomocí rétoriky nacistické propagandy. Pro tu se rozhlas od jmenování Adolfa Hitlera říšským kancléřem postupně stával nejúčinnější zbraní v ovlivňování veřejného mínění. Na základě toho byla do začátku války rozhlasem vysílána v průměru jedna Hitlerova řeč týdně. Ta byla často přenášena z velkých shromáždění a manifestací kvůli působivé kulise tvořené davy shromážděných.²⁵

Sám Adolf Hitler vnímal veřejná vystoupení jako zásadní součást celého svého úsilí. V knize *Mein Kampf* se k tomu vyjádřil slovy: *"I know that men are won over less by the written than by the spoken word, that every great movement on this earth owes its growth to great orators and not to great writers."*²⁶ V průběhu 12 let tak pronesl více než 5 000 proslovů. Ty pro něj byly natolik důležité, že nedovolil nikomu jinému, aby mu s prací na nich pomáhal. Nevěnoval se přitom jenom tvorbě proslovů, ale i neméně důležitému přednesu.²⁷ Ten spolu s gestikulací a mimikou přiváděl k dokonalosti před zrcadlem, před kterým strávil leckdy i mnoho hodin.

To, že bylo Hitlerovo rétorické snažení efektivní, bylo zapříčiněno několika hlavními aspekty. Jeho proslovy byly jednoduché, soustředily se na maximálně 1–2 zásadní sdělení, která byla opakována stále znovu. Důležité bylo cílení na emoce posluchačů. Emoce strachu a vzteku byly rozdmýchávány v průběhu celého projevu. Při argumentaci používal černobílé, stereotypní vyobrazení světa a namísto krasořečnění se soustředil pouze na jediný cíl – přesvědčit publikum. Využíval také myšlenek Gustava Le Bona, který se zabýval psychologií davy vycházející z toho, že se jedinec, který je součástí davy, neřídí vlastní vůlí, ale následuje ostatní.²⁸

²⁵ BREITFELDER, Miroslav. *Rozhlas ve službách nacistické propagandy* [online]. [cit. 2017-01-21]. Dostupné z: <http://mluveny.panacek.com/historie-rozhlasu/6164-rozhlas-ve-sluzbach-nacisticke-propagand.html>

²⁶ MACIAS, Amanda. *Why Hitler was such a successful orator* [online]. 2015 [cit. 2017-01-21]. Dostupné z: <http://www.businessinsider.com/why-hitler-was-such-a-successful-orator-2015-5>

²⁷ Tamtéž.

²⁸ URVE, Sajid. *Hitler's Guide to Propaganda – The Psychology of Coercion* [online]. 2008 [cit. 2017-01-21]. Dostupné z: <http://brainlogger.com/2008/11/04/hitlers-guide-to-propaganda-the-psychology-of-coercion/>

Adolf Hitler se dostal na vrchol moci právě díky svým výjimečným rétorickým schopnostem. I díky tomu má v dnešní době pojem rétorika často negativní konotaci, jelikož „hnědá rétorika“ nacistické propagandy výrazně otrásla důvěrou ve spolehlivost slov.

Dalším působivým řečníkem 20. století byl John F. Kennedy. Ten během své inaugurace v roce 1961 pronesl dodnes mnohými citovaný výrok: *“Neptejte se, co pro vás může udělat vaše vlast, ale ptejte se, co vy můžete udělat pro ni.”* Tento americký státník byl také první americký prezident, který využil televize jakožto nového média k efektivní komunikaci s obyvateli své země.

O tři roky později zazněl ve Washingtonu kultovní proslov, jenž se také výrazně zapsal do dějin politické rétoriky. „I Have a Dream“ Martina Luthera Kinga byl pronesen v rámci pochodu za práci a svobodu a byl jedním z důležitých kroků na cestě k přijetí zákona odstraňující rasovou nerovnost.

Dvacáté století přineslo mnoho jiných bravurních řečníků z politických řad jako např. Winstona Churchilla, Richarda Nixona, Ronalda Reagana, Nelsona Mandelu a další. Proslovy těchto politiků a prezidentů po zásluze figurují na předních příčkách internetových žebříčků věnujících se nejlepším projevům 20. století.

Současní vrcholní politici v čele s americkými prezidenty si i nadále uvědomují význam veřejné promluvy a mluveného slova. Neváhají si tak najímat celé týmy poradců spolu se „speechwritery“, kteří pro ně proslovy píší, nebo jim s jejich přípravou a samotnou formou veřejných vystoupení pomáhají. Posledním ukázkovým příkladem politika, který svojí rétorikou dokázal ohromit a využít ji ve svůj prospěch je Barack Obama. Tento bývalý afroamerický prezident Spojených států dle mnohých dosáhl historického prvenství právě díky svému profesionálnímu řečnickému vystupování.

Politické proslovy

Již na samém začátku jsem zmínila interdisciplinární povahu rétoriky. Politické proslovy, jež jsou součástí předvolebních kampaní, nyní budu charakterizovat z pohledu

stylistiky. V rámci stylistiky a funkčních stylů patří tyto proslovy do rétorického (řečnického) stylu. Pro ten je v současné době typická mluvenost, veřejnost, spisovnost, adresnost a sugestivnost.²⁹

Mluvená forma politických proslovů umožňuje řečníkovi využívat verbální a neverbální prostředky, které mohou v případě správného užití napomoci učinit řeč úspěšnou. Pro každého úspěšného politika je tudíž zásadní naučit se práci s hlasem, dýcháním, výslovností. Při přípravě proslovu je také důležité neopomenout význam frázování, větného přízvuku, intonace a mluvního tempa.

Další důležitou složkou politických proslovů je veřejnost. Politické proslovy jsou totiž součástí veřejné komunikace, jež si během předvolební kampaně klade za cíl oslovit a získat na svou stranu co největší část publika. To netvoří pouze posluchači a diváci, kteří jsou fyzicky přítomni. Díky všudypřítomným médiím v podobě rádia, televize a internetu se projev v konečném důsledku dostává k daleko většímu počtu lidí.

Ti jsou svědkem vystoupení v podobě jednostranného, monologického projevu, který je vědomě narušován prvky fiktivního dialogu, pomocí kterého jsou do komunikace zapojeni i posluchači. Mezi tyto prvky patří např. oslovení, řečnická otázka, uvádění argumentů, obracení se na posluchače v průběhu řeči, neverbální prostředky. Časté je používání cíleného oslovení někoho z publika např.: Ten pán vzadu, který drží ceduli, se mnou zajisté souhlasí.^{30 31}

Politický projev je součástí veřejného vystoupení, často se tak zmiňuje samozřejmost použití spisovné formy jazyka, ve kterém je řeč pronášena. Pokud se v projevu objeví prostředky nespisovné, pak „*jsou v řečnictví užívány pro aktualizaci a měly by se objevit pouze vědomě a k aktivizaci posluchačova vnímání.*“³² Přestože by tedy dle stylové normy měla převládat spisovnost, může se řečník od této normy odchýlit v případě, že to napomůže zvýšit účinnost záměru jeho sdělení a pomůže mu to například se sblížením s posluchači.

²⁹ LOTKO, Edvard. *Kapitoly ze současné rétoriky*. 2. vyd., aktualiz. a rozš. Olomouc: Univerzita Palackého, 2004, s. 25.

³⁰ LOTKO, Edvard. *Kapitoly ze současné rétoriky*. 2. vyd., aktualiz. a rozš. Olomouc: Univerzita Palackého, 2004, s. 26.

³¹ ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008, s. 288.

³² Tamtéž, s. 287.

V politických proslovech by se měl brát ohled na kolektivního adresáta, ke kterému se promlouvá, a tomu uzpůsobit výběr použitých prostředků. V tomto případě je kolektivní adresát tvořen potenciálními voliči, kteří mohou či nemusí být příznivci daného politika, který se je však v obou případech snaží přesvědčit a získat na svoji stranu. K početnému publiku se však váže problematika nárůstu odlišné interpretace textu z hlediska věcného i citového.³³ Ve snaze o docílení persvaze tak řečník musí odhadovat a přizpůsobovat své názory názorům většiny posluchačů. Těm podřizuje témata, argumenty a příklady, které v jeho řeči zazní.³⁴ I díky tomu jsou politici často osočováni z toho, že neříkají pravdu, ale pouze to, co chtějí lidé slyšet.

Součástí proslovů patřících do řečnického stylu je vzhledem k jejich přesvědčovací a získávací funkci také sugestivnost neboli podmanivé působení. Toho lze docílit zařazením jazykových prostředků z jiných funkčních stylů nebo ho může být dosaženo použitím řečnických figur a tropů.³⁵

Figury a tropy

Figury a tropy jsou rétorické prostředky, které „*v sobě zahrnují posun formální (zvukové) stránky jazykových výrazů (u figur) nebo jejich stránky významové (u tropů)*“.³⁶

V historii rétoriky byl zájem o tyto řečnické prostředky různý. Větší zájem o ně byl obvykle tehdy, když byla zdůrazňována formální stránka projevu. V těchto obdobích převládal názor, že smyslem řeči je působit více na city a fantazii posluchačů než na jejich rozum. Naopak menší pozornost jim byla věnována, když byl kladen důraz na obsahovou stránku projevu.³⁷

V současné době se používá figur a tropů daleko méně než v klasické rétorice. To je zapříčiněno odklonem moderní rétoriky od poetizace, a naopak příklonem

³³ LOTKO, Edvard. *Kapitoly ze současné rétoriky*. 2. vyd., aktualiz. a rozš. Olomouc: Univerzita Palackého, 2004, s. 27.

³⁴ ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008, s. 287.

³⁵ LOTKO, Edvard. *Kapitoly ze současné rétoriky*. 2. vyd., aktualiz. a rozš. Olomouc: Univerzita Palackého, 2004, s. 27.

³⁶ Tamtéž, s. 96.

³⁷ Tamtéž, s. 97.

k publicistické a faktografické podobě řečnictví. I v té však mají přenesená či nepřímá pojmenování své místo. Jejich užití totiž zvyšuje sugestivnost, názornost, emotivnost, obraznost či dynamiku daného sdělení. Zároveň jimi také řečník dokazuje svůj důvtip a řečnickou obratnost.³⁸

Vzhledem k tomu, že se pojetí a klasifikace figur a tropů v historii rétoriky značně proměňovaly, zvolím jako východisko pro tuto práci vymezení slovenského lingvisty J. Mistríka.³⁹ Ten třídí řečnické prostředky dle jejich funkcí do několika skupin – sugestivní, emfatické, názorné, dramatické a ozdobné.⁴⁰ Mezi těmito skupinami neexistují výrazné předěly, takže některé figury/tropy mohou patřit do více z nich.

Sugestivní řečnické prostředky

Tyto prostředky tvoří nejpočetnější skupinu. I přestože na posluchače nejpřesvědčivěji působí fakta, může zařazení těchto prostředků zvýšit působivost řečnického textu.

Sugestivní prostředky se vyznačují velkou snahou o získání a přesvědčení adresáta, zároveň také pomáhají upoutat a udržet posluchačovu pozornost.⁴¹ Základní a nejčastější sugestivní řečnické prostředky jsou založeny na opakování a jsou často doprovázeny gradováním nebo gradovanou intonací.

Do této skupiny prostředků patří např.: anafora, enumerace, epanastrofa, epifora, epizeuxis a citát.

Emfatické řečnické prostředky

Emfatické řečnické prostředky jsou prostředky, jež vyjadřují citové pohnutí, vzrušení. Součástí přesvědčivého a autentického projevu je totiž také to, zda řečník svůj projev dostatečně „prožívá“.

³⁸ LOTKO, Edvard. *Kapitoly ze současné rétoriky*. 2. vyd., aktualiz. a rozš. Olomouc: Univerzita Palackého, 2004, s. 97.

³⁹ MISTRÍK, Jozef. *Rétorika*. 3. vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1987, s. 66–112.

⁴⁰ Tamtéž, s. 67.

⁴¹ LOTKO, Edvard. *Kapitoly ze současné rétoriky*. 2. vyd., aktualiz. a rozš. Olomouc: Univerzita Palackého, 2004, s. 99.

Zda, a do jaké míry, by měl řečník v průběhu proslovu dávat najevo svoji citovou angažovanost a vzrušení, záleží mimo jiné na obsahu, funkci projevu a složení posluchačů. Jakýkoliv vnější projev vzrušení by však vždy měl být pod kontrolou řečníka, který rozezná správnou míru citového zabarvení svého projevu. Posluchač nepřijímá dobře, když je řečník letargický, to samé platí i v případě, kdy řečník značně citově přehání.⁴²

Mezi emfatické prostředky patří např.: apostrofa, apoziopéze, exklamace, řečnická odpověď a řečnická otázka.

Názorné řečnické prostředky

Názornost je důležitá pro všechny mluvené projevy, jelikož posluchač se na rozdíl od sledování písemného textu nemůže vracet zpátky k předchozímu sdělení. Tyto prostředky tudíž slouží k tomu, aby si posluchač dokázal představit a vybavit vše, o čem se hovoří.

Názorné řečnické prostředky se využívají nejvíce v naučných a agitačních projevech (výklad, přednáška, politický projev...)⁴³ a patří mezi ně např.: porovnání (pomocí číselných údajů, paralel apod.), příklad, anekdota, osobní zážitek, událost, synekdocha, metafora, hyperbola, aluze, faktografický údaj a parenthese.

Dramatické řečnické prostředky

Dramatické prostředky napomáhají tomu, aby byl text projevu přitažlivý a co nejnapínavější. Na dramtizaci projevu se podílí spolu s gestikulací, mimikou, prací s hlasem a výstavbou textu.

Do těchto prostředků je řazena např.: antiteze, antifráze, gradace (klímax/antiklímex), litotes. Některé z dramatických prostředků jako třeba enumerace, antiteze a polyptoton mohou vzhledem ke své funkci patřit i do jiných skupin.

⁴² LOTKO, Edvard. *Kapitoly ze současné rétoriky*. 2. vyd., aktualiz. a rozš. Olomouc: Univerzita Palackého, 2004, s. 103.

⁴³ Tamtéž, s. 105.

Ozdobné řečnické prostředky

Tyto prostředky byly ve starověku součástí každého veřejného projevu. V dnešní době se hodí pouze pro některé projevy (např. oslavné) a pro jiné proslovy (např. odborné přednášky) je jejich užití spíše na škodu.

Použití ozdobných řečnických prostředků činí projevy více přitažlivé a zvětšuje jejich estetické působení.

Patří mezi ně např.: epiteton, eufemismus, oxymóron či perifráze.

Kognitivní aspekt politiky – politická morálka

Z hlediska kognitivních aspektů v politice se zaměřím na myšlenky amerického lingvisty George Lakoffa. Ten se ve svém díle *Moral Politics: How Liberals and Conservative Think* zabýval odlišnou konceptualizací a jazykem amerických demokratů a republikánů.

Dle Lakoffa politika souvisí se systémem morálních konceptů vycházejících z rodiny, jelikož lidé metaforicky, podvědomě vnímají národ jako rodinu a vládu jako jakéhosi otce této rodiny. Hlavní rozdíl mezi republikány a demokraty je pak takový, že pro republikány je typická „Strict Father morality“, morálka přísného otce a pro demokraty „Nurturant Parent morality“, morálka pečujícího rodiče.⁴⁴ S těmito odlišnými morálkami pak souvisí odlišné politiky, výběr témat, zdůvodňování a používání jazyka obou těchto politických stran.

Diskurz republikánů je tedy založen na modelu rodiny, ve kterém je přísný otec, jenž má hlavní odpovědnost za ochranu a podporu své rodiny. Tento otec stanovuje přísná pravidla pro chování svých dětí a lpí na dodržování těchto pravidel. Matka v takovéto rodině pečuje o každodenní domácnost, výchovu dětí a podporuje autoritu svého muže. Děti v této rodině musí poslouchat a respektovat své rodiče, jedině tak z nich vyrostou sebedisciplinovaní jedinci, kteří se na sebe mohou v dospělosti

⁴⁴ LAKOFF, George. *Moral Politics: How Liberals and Conservatives Think*. Second Ed. Chicago: The University of Chicago Press, 2002, s. 13.

spolehnout. Láska a péče je pro tento model rodiny důležitá, avšak nepřevyšuje význam silné rodičovské autority.⁴⁵

Pro tento model rodiny je také typická hierarchie, ve které je Bůh nadřazen člověku, člověk přírodě, silní (disciplinovaní) slabým (nedisciplinovaným), bohatí chudým, zaměstnavatelé zaměstnancům, dospělí dětem, západní kultura kulturám ostatním, naše země zemím jiným. Tato hierarchie může být dále rozšířena o nadřazené postavení mužů nad ženami, bělochů nad lidmi jiné barvy kůže, křesťanů nad nekřesťany, heterosexuálů nad homosexuály.⁴⁶

Diskurz demokratů je oproti diskurzu republikánů založen na modelu rodiny, pro který je nejdůležitější láska, empatie a péče. Poslušnost dětí je založena na jejich lásce a respektu k rodičům, ne na strachu z případného trestu jako v předchozím případě. Zásadní roli zde hraje komunikace v rodině, ve které je dotazování ze strany dětí vnímáno jako pozitivní, jelikož děti potřebují pochopit smysl jednání svých rodičů.⁴⁷

Lakoff říká, že je důležité si uvědomovat zmiňovaný kognitivní aspekt politiky vzhledem k tomu, že většina našich konceptuálních rámců vzniká podvědomě bez toho, abychom si byli našich metaforických myšlenek vědomi.⁴⁸ Voliči dle něj leckdy nevolí na základě toho, co je v jejich nejlepším zájmu, ale na základě své identity, hodnot a toho, co obdivují.⁴⁹

⁴⁵ Tamtéž, s. 33.

⁴⁶ LAKOFF, George. *Why Trump?* [online]. 2016 [cit. 2017-03-21]. Dostupné z: <https://georgelakoff.com/2016/03/02/why-trump/>

⁴⁷ LAKOFF, George. *Moral Politics: How Liberals and Conservatives Think*. Second Ed. Chicago: The University of Chicago Press, 2002, s. 33–34.

⁴⁸ LAKOFF, George. *Don't Think of an Elephant!: Know Your Values and Frame the Debate: the Essential Guide for Progressives*. White River Junction: Chelsea Green Publ., 2004, s. 73.

⁴⁹ Tamtéž, s. 39.

PRAKTICKÁ ČÁST

Analýza a metodologie

Cílem této práce byla na samém začátku analýza předvolebních proslavů Donalda Trumpa v průběhu celé prezidentské kampaně. Vzhledem k délce Trumpovy předvolební kampaně (18 měsíců) by muselo být analyzováno ohromné množství materiálu, jehož zpracování by přesáhlo stanovený rozsah bakalářské práce. V souvislosti s tím, i snahou o dosažení co nejefektivnějších výsledků, byl tedy původní záměr blíže specifikován a vymezen jak časově, tak lokálně.

Mezi analyzované proslavy byly nakonec vybrány proslavy z Ohia, které se uskutečnily v průběhu celého října 2016 – přesně měsíc před volbami. Ohio bylo vybráno z několika důvodů dokazující jeho unikátní postavení mezi ostatními státy. Jedním z nich je fakt, že od roku 1964 výsledky v tomto státě pokaždé reflektovaly výsledky celé Ameriky.⁵⁰ Ohio je tak na první příčce z hlediska procentuální úspěšnosti při předpovědi budoucího prezidenta. Zároveň se v historii amerických voleb ještě nikdy nestalo, že by republikánský kandidát, který se stal prezidentem, vyhrál volby bez toho, aniž by uspěl i zde.⁵¹ To si uvědomoval i samotný Donald Trump, který během své kampaně věnoval tomuto klíčovému státu značnou pozornost.^{52 53}

Důležité je zmínit i to, že přestože mají Spojené státy 50 států, boj o amerického prezidenta Spojených států probíhá jen na zhruba 1/5 území.⁵⁴ To souvisí s tím, že

⁵⁰ MARSHALL, Ken. *Ohio presidential election results since 1960* [online]. 2012 [cit. 2017-03-10]. Dostupné z: http://www.cleveland.com/pdgraphics/index.ssf/2012/12/ohio_presidential_election_res.html

⁵¹ BUMP, Philip. *X The two states that almost always predict which candidate is headed for defeat* [online]. 2016 [cit. 2017-03-10]. Dostupné z: https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/09/07/the-two-states-that-almost-always-predict-which-candidate-is-headed-for-defeat/?utm_term=.7df9e7bfc320

⁵² *Ohio, Pennsylvania and Michigan emerge as the key states in Donald Trump's campaign* [online]. [cit. 2017-03-10]. Dostupné z: <http://www.crainscleveland.com/article/20160913/NEWS01/160919958/ohio-pennsylvania-and-michigan-emerge-as-the-key-states-in-donald>

⁵³ KAMISAR, Ben. *Trump focuses on four key states* [online]. 2016 [cit. 2017-03-08]. Dostupné z: <http://thehill.com/homenews/campaign/301110-trump-focuses-on-four-key-states>

⁵⁴ BAMBUCHOVÁ, Jarmila. *Americké volby: nejdražší show světa* [online]. Praha/Brno: Institut politického marketingu, 2017, 37 s. [cit. 2017-03-08]. Dostupné z: www.nejdrazsishowsveta.cz

většina států se chová ve volbách poměrně stabilně a jsou ryze republikánské/demokratické. Nemělo by tedy žádný větší význam cílit své úsilí a finance právě do těchto oblastí. Politické kampaně obou kandidátů se tak obzvláště zaměřují na takzvané swing states (mezi které patří i Ohio), kde jsou šance pro republikány i demokraty vyrovnané.

Jak již bylo zmíněno, mezi analyzovaný materiál byly zařazeny všechny říjnové proslovy z Ohia, a to konkrétně těchto šest proslovů:

- 1) proslov z 13. 10. 2016 pronesen v Cincinnati
- 2) proslov z 20. 10. 2016 pronesen v Delaware
- 3) proslov z 22. 10. 2016 pronesen v Clevelandu
- 4) proslov z 27. 10. 2016 pronesen ve Springfieldu
- 5) proslov z 27. 10. 2016 pronesen v Toledu (viz příloha A)
- 6) proslov z 27. 10. 2016 pronesen v Genevě

Pomocí záznamů proslovů umístěných na stránkách www.youtube.com byla dále vlastnoručně vytvořena doslovná transkripce. Její zhotovení bylo ve třech případech usnadněno již zpracovanými převody Trumpových mluvených projevů, které se nacházely na stránkách www.whatthefolly.com. Tyto transkripty byly přesto ještě zkontrolovány a v případě potřeby doplněny o chybějící slova.

V průběhu samotné analýzy byly použity metody kvantitativního i kvalitativního výzkumu. Kvantitativní výzkum byl použit například při analyzování četnosti slov v předem vymezených kategoriích. Kvalitativní výzkum a interpretativní metody se uplatnily při zkoumání výrazných rétorických a jazykových prostředků a také při rozboru kognitivních prvků. Při zpracování analýzy jsem využila poznatků z rétoriky, stylistiky a kognitivní lingvistiky.

Obecně o proslovech

Veřejná vystoupení před početným publikem byla zásadní součástí celého Trumpova předvolebního úsilí. Díky těmto vystoupením mohl Donald Trump nejenom promlouvat k leckdy desítkám tisícům voličů⁵⁵, ale zároveň díky nim získal zadarmo značnou pozornost médií.

V rozhovoru pro Associated Press se Donald Trump nechal slyšet, že předvolební shromáždění, na kterých sám promlouvá, považuje za jednu ze svých nejlepších investic. *"My best investment is my rallies," Trump said. "The people go home, they tell their friends they loved it. It's been good."*⁵⁶

Po republikánském sjezdu v červenci 2016, na kterém se stal Donald Trump oficiálně kandidátem strany, započala poslední fáze voleb. Od srpna do listopadu 2016 promlouval jakožto republikánský kandidát téměř denně ke svým voličům. Zúčastnil se tak více než 87 shromáždění, kdy občas vystoupil v rámci jednoho dne i na dvou či třech různých místech.⁵⁷

Co se týká autorství Trumpových proslovů nelze určit, do jaké míry se Donald Trump podílel na tvorbě svých proslovů sám. Nejčastěji se v souvislosti s jejich tvorbou zmiňovalo jméno Stephena Millera, který mu například jakožto hlavní speechwriter vytvořil důležitý proslov k přijetí stranické nominace. Ten byl díky svým úctyhodným 75 minutám zařazen k jedněm z nejdelších nominačních proslovů v americké historii.⁵⁸

Otázka autorství však v konečném důsledku nehraje významnou roli, jelikož je to stejně řečník sám, který nese zodpovědnost za všechna vyřčená slova. Stephen Miller navíc řekl, že *„Trump všechny připravené podklady poctivě kontroluje a upravuje.“*⁵⁹ Což jenom potvrzuje to, že má Donald Trump při případných korekturách poslední slovo.

⁵⁵ HOFT, Jim. *Stunning Numbers: Trump Leads Hillary in Rally Attendance by Half a Million People Since August* [online]. 2016 [cit. 2017-03-21]. Dostupné z: <http://www.thegatewaypundit.com/2016/10/no-joke-hillary-rarely-has-more-than-1000-at-her-events/>

⁵⁶ PACE, Julie a Jill COLVIN. *AP Interview: Trump says big rallies his key campaign weapon* [online]. 2016 [cit. 2017-03-21]. Dostupné z: <http://elections.ap.org/content/ap-interview-trump-says-big-rallies-his-key-campaign-weapon>

⁵⁷ HOFT, Jim. *Stunning Numbers: Trump Leads Hillary in Rally Attendance by Half a Million People Since August* [online]. 2016 [cit. 2017-03-21]. Dostupné z: <http://www.thegatewaypundit.com/2016/10/no-joke-hillary-rarely-has-more-than-1000-at-her-events/>

⁵⁸ BAMBUCHOVÁ, Jarmila. *Americké volby: nejdražší show světa* [online]. Praha/Brno: Institut politického marketingu, 2017, 247 s. [cit. 2017-03-21]. Dostupné z: www.nejdrasishowsveta.cz

⁵⁹ Tamtéž, s. 247.

Délka a struktura proslovů

Všechny vybrané proslovy z Ohia přesáhly svojí délkou 30 minut. Přičemž nejkratší z nich trval 32 minut 40 sekund a byl pronesen ve Springfieldu, nejdelší z proslovů byl pronesen v Clevelandu a trval 45 minut 24 sekund.

Přestože jsou hlavní myšlenky či důležitá hesla ve všech proslovech stejná či podobná, žádný z proslovů není totožný. Nejedná se tedy o jeden proslov, který by byl pronášen ve stejném znění neustále dokola. Naopak Trump své proslovy obměňuje, aby byly svým obsahem neustále aktuální a mohly reagovat na nedávné důležité události (např. televizní debata obou kandidátů či únik informací z WikiLeaks).

Úvod je pro každý proslov velmi důležitý, jelikož v něm dochází k prvnímu kontaktu s posluchači, který v mnoha případech může ovlivnit průběh celé řeči. V každém z analyzovaných proslovů Donald Trump nezapomene na samý začátek poděkovat zúčastněnému publiku. Tento začátek plný díků lze interpretovat jako úlitbu společenské konvenci, která vede k získání voličské podpory.

Po poděkování následuje většinou zmínka o vysokém počtu lidí, jež jsou přítomni a také o počtu lidí, který se nemohl pro velký zájem dostat dovnitř. Donald Trump v úvodu vyzdvihuje svůj vztah k Ohio jakožto státu, ve kterém pracoval a který miluje. Často odkazuje na nedávné průzkumy ukazující, že má v Ohio náskok před Hillary Clinton. Ve všech proslovech také říká, za jak dlouho se konají volby, ve kterých dle jeho slov vyhraje. Vzhledem k tomu, že Ohio je jeden ze států, ve kterém byla možnost předčasného odevzdání hlasu, Trump zdůrazňuje, že tato předčasná volba již začala a vyzývá přítomné, aby se této volby zúčastnili.

Úvod Trumfových proslovů vypadá zpravidla podobně jako tento:

„Thank you. Thank you and thank you to the Fire Marshal. They have a lot of people outside but they got a lot in so I appreciate it. Thank you very much. Thank you... In 19 days, we are going to win the state of Ohio, and we are going to win the White House. And I worked in Ohio, and I love Ohio, I can tell you. Early voting is underway so make sure you mail in your ballot, and you have to do it quickly and in

person. But on November eighth, get there. We are going to do something that has never been done before in this country. Believe me.“⁶⁰

Trumpův začátek řeči je velmi efektivní, jelikož v něm pokorně děkuje posluchačům a odkazuje na svůj vztah k Ohiu, díky čemuž se s přítomnými hned sblíží. Dává také najevo, že spolu s lidmi v publiku jsou všichni součástí něčeho výjimečného a velkého (podpořeno počtem lidí, který se do sálu nevešel), co nemá šanci být v nadcházejících volbách poraženo.

Ve stati, nejdelší části projevu, se věnuje hlavně tématům, která souvisejí s jeho předvolebním programem. Mezi nejčastější témata patří například kritika Obamacare, ilegální imigrace, péče o americké veterány a zlepšení stavu armády, zvýšení zaměstnanosti, nevýhodné obchodní dohody, snížení daní. V projevech se ostře vyhrazuje proti demokratické kandidátce Hillary Clinton a klíčovým tématem je i korupce.

Jádro informace, které je považováno za nejdůležitější a které si má posluchač nejlépe zapamatovat, je zpravidla umístěno na samotný závěr.⁶¹ Posledních pár vět každého Trumpova proslovu tedy tvoří slogan tvořený čtyřmi větami shrnující hlavní myšlenky celé jeho řeči: „*We will make America wealthy again. We will make America strong again. We will make America safe again and we will make America great again.*“⁶² Tento slogan využívá opakování a gradace, která vrcholí silným heslem samotné kampaně odkazující na Trumpovu snahu vrátit Americe zpátky její velikost: „*Make America Great Again*“. Poté následuje už jen poděkování spolu s tradičním pozháním, ke kterému je občas přidán apel na posluchače, aby šli volit.

Slovní zásoba

V této kapitole se zaměřím především na autosémantika (mimo slovesa) a na četnost použití jazykových prostředků v předem určených skupinách, které jsou

⁶⁰ Pro citaci byl použit vlastnoruční transkrip proslovu z Delaware proneseného 20. 10. 2016.

⁶¹ BARTOŠEK, Jaroslav. *Jazyk současné české politiky*. Olomouc: Univerzita Palackého, 1993, s. 24.

⁶² Pro citaci byl použit vlastnoruční transkrip proslovu z Cincinnati proneseného 13. 10. 2016. Tento slogan se vyskytuje ve stejné podobě i v ostatních proslovech.

založeny na osmi kategoriálních rysech vymezených polským lingvistou J. Bralczykem. Jedná se o důležitost, obecnost, blízkost, nutnost, správnost (pravdivost), koherentnost, pokrokovost a trvalost.⁶³

Uvedené kategorické rysy jsou typické pro politickou propagandu. V té je vše vyobrazováno jako „dobré a ideální“, jelikož řečník usiluje o získání co nejvíce lidí. S tím souvisí i řečnickovo hodnocení protivníkových postojů a myšlenek, které jsou odsuzovány a považovány za ty „zlé a špatné“. Idealistickému vyobrazení řečnickových vizí může napomocť správný výběr jazykových prostředků z těchto osmi kategorií, které navíc výrazně zvyšují persvazivní funkci samotného sdělení.

Tabulka č. 1

Slova důležitosti	Frekvence výskytu
big (velký)	37×
important (důležitý)	22×
strong (silný)	11×
major (hlavní)	5×
basic (základní)	1×
crucial (zásadní)	1×
unprecedented (bezprecedentní)	1×
key (klíčový)	0×

Ze slov spadajících do kategorie důležitosti Donald Trump nejvíce používá „big“, „important“ a „strong“. „Big“ se nejčastěji pojí s „crowd“, „group“ a „problems“. „Important“ se nejvíce vztahuje k důležitosti voleb, proto se nejvíce váže k slovům „vote“ a „reasons we must win“. Navíc je význam slova „important“ nezřídka zesilován příslovci „very“, „so“ a „most“. „Strong“ se nejčastěji objevuje ve formě sloganu „Make America strong again“.

Tabulka č. 2

Slova obecnosti	Frekvence výskytu
all (všichni)	119×

⁶³ LOTKO, Edvard. *Kapitoly ze současné rétoriky*. 2. vyd., aktualiz. a rozš. Olomouc: Univerzita Palackého, 2004, s. 118–121.

every (každý)	58×
a lot (mnoho)	30×
everybody (každý, všichni)	24×
thousands (tisíce)	16×
entire (celý)	6×
whole (celý)	6×
full (plný)	1×

Ze slov obecnosti má největší zastoupení „all“, které je díky své vysoké frekvenci 38. nejčastěji používaným slovem. Nevyskytuje se však vždy v mnou hledaném významu „všichni“, ale také ve významu celý, všechno, vůbec – jeho četnost tedy nelze brát za klíčový údaj. Ve významu všichni se vyskytuje např. ve výrazech: „We’re all in the same boat.“, „all Americans“, v každém analyzovaném proslovu jednou zazní: „I’m going to fight to bring us all together as Americans.“

Druhé nejčastější slovo obecnosti „every“ se nejčastěji pojí s „child“, „citizen“ a „American“. V pěti z šesti analyzovaných proslovů je pronesena věta, ve které řečník zdůrazňuje univerzálnost své politiky: „I am going to fight for every citizen of every background from every stretch of this nation.“

„A lot“ se vyskytuje nejvíce ve formě „a lot of people“ a „a lot of money“.

Tabulka č. 3

Slova blízkosti	Frekvence výskytu
we (my)	548×
I (já)	414×
our (náš)	303×
they (oni)	285×
people (lidé)	183×
country (stát, země)	158×
their (jejich)	73×
state (stát)	42×
my (můj)	36×
nation (národ)	27×

Slovo „we“ se vyskytlo v prosloveh 548× a je 4. nejčastěji používaným slovem. „Our“ bylo použito 303× a je 12. nejčastějším slovem. Oproti tomu „I“ je použito 414× a „my“ pouze 36×. Toto porovnání ukazuje na velké nadužívání slov blízkosti, které je ještě víc zdůrazněno hojným užitím slov „people“ a „country“. „Country“ se navíc mnohokrát (84×) vyskytuje ve spojení „our country“, jenž ještě více poukazuje na usilovnou snahu o sblížení s posluchači.

Tabulka č. 4

Slova nutnosti	Frekvence výskytu
consequence (důsledek)	3×
interest (zájem)	1×
concern (zájem)	0×
necessary (nutný)	0×
necessity(nutnost)	0×
duty (úkol, povinnost)	0×
task (úkol)	0×

Slova z této kategorie se v prosloveh téměř nenachází.

Tabulka č. 5

Slova správnosti	Frekvence výskytu
real (skutečný)	17×
true (pravdivý, pravda)	15×
fact (fakt)	4×
historic (historický)	2×
result (výsledek)	2×
cause (příčina)	0×
indicator (ukazatel)	0×
proof (důkaz)	0×
outcome (výsledek)	0×

Ze slov správnosti se nejvíce objevují slova „real“ a „true“. „Real“ se nejčastěji objevuje ve spojení se slovy „change“, dále pak „mess“, „issues“. Pomocí slova „true“

řečník nejčastěji ujišťuje publikum o pravdivosti svých tvrzení. „It’s true“ zazní leckdy několikrát za sebou v těsném závěsu za předchozím důležitým stanoviskem, tvrzením.

Tabulka č. 6

Slova koherentnosti	Frekvence výskytu
system (systém)	30×
integrity (jednota)	1×
integrate (integrovat, začlenit)	0×
alliance (spolek)	0×
bond (svazek)	0×
connection (spojení)	0×
unity (jednota)	0×
unification (sjednocení)	0×

Ze slov koherentnosti se v prosloveh nejvíce objevuje „system“. Ten je převážně zmiňován v souvislosti se zkorumpovaností stávajícího establishmentu. Donald Trump v různých obměnách konstatuje, že „The system is rigged.“

Tabulka č. 7

Slova pokrokovosti a trvalosti	Frekvence výskytu
development (vývoj, rozvoj)	2×
advanced (pokrokový)	1×
expansion (rozmach)	1×
growth (růst)	1×
progress (pokrok)	0×
headway (pokrok)	0×
progressivity (progresivita)	0×

Vybraná slova pokrokovosti a trvalosti se v prosloveh téměř nevyskytují.

Tabulka č. 8

Nejčastější podstatná jména	Frekvence výskytu
people (lidé)	183×
country (stát, země)	158×
Hillary	128×
jobs (práce)	104×
Ohio	77×
American (Američan, americký)	65×
states (státy)	61×
world (svět)	55×
Trump	50×
America (Amerika)	50×
years (roky)	43×
president	42×
companies (společnosti)	42×
Obamacare	42×
state (stát)	42×
Mexico	40×

Frekvence výskytu podstatných jmen souvisí s myšlenkami, která jsou pro všechny proslovy klíčová. Donald Trump se věnuje příslibu pracovních míst, kritizuje Obamacare, značně vyzdvihuje patriotické cítění Američanů a samozřejmě se věnuje také svému protivníkovi v boji o prezidentský post Hillary Clinton.

Ze mnou zjištěných údajů vyplývá, že se Donald Trump nejvíce dopouští nadužívání slov blízkosti. Tato slova nejenom emotivně působí na posluchače, ale zároveň se pomocí nich řečník vehementně snaží o sblížení s publikem a navázání pocitu sounáležitosti.

Časté používání osobních zájmen „we“ a „our“, navíc může poukázat na zajímavou strategii – „my versus oni“. „We“ totiž napomáhá odlišit nás, naši skupinu od těch druhých (we x they), dává najevo řečníkovo přiklonění k zúčastněnému publiku a slouží k tomu, že jsou projednávané záležitosti chápány spíše jako záležitosti

kolektivní než jako záležitosti vztahující se k řečníkovi samotnému.⁶⁴ Zájmeno „we“ je v politickém kontextu používáno ke zdůraznění kvalit promlouvajícího kandidáta. Naopak „they“ je používáno k tomu, aby byl protikandidát vyobrazen jako méně vhodný lídr v porovnání s osobou pronášející projev.⁶⁵

Hojný výskyt těchto zájmen tak ukazuje na jednu z klíčových strategií Trumpovy kampaně. V té totiž Donald Trump využil toho, že není politik a sám byl v minulosti řadovým voličem a občanem. Spolu se současnými vlastními voliči (we) se tedy Donald Trump vymezuje v boji proti těm druhým/cizím (they), pod kterými se skrývá zkorumpovaný establishment, média, Hillary Clinton, Barack Obama a všichni ti, co nemají v zájmu blaho Ameriky.

Za zmínku stojí také používání slov obecnosti a koherentnosti. Donald Trump upozorňuje na stávající zkorumpovaný systém a sám sebe přitom staví do role toho, který je na opačné straně tohoto nečestného systému. Zdůrazňuje, že vláda je řízena lidmi, kteří hájí pouze své zájmy, a ne zájmy voličů na rozdíl od něj, jenž chce tuto stávající korupci vymýtit.

Výsledky z obou těchto kategorií ukazují také na to, že mohou být Trumpovy předvolební proslovy chápány jako značně populistické. Lid je zde totiž stavěn do protikladu k vládnoucí, zkorumpované elitě, která omezuje jeho zájmy.⁶⁶ Tomuto populistickému vidění odpovídá i četnost použití slov „people“ (lidé) a to, že Donald Trump sám sebe neprezentuje jako politika, ale jako člena lidu, do jehož rukou chce vrátit zpátky vládu a moc.

Slova z ostatních kategorií nejsou v proslovech výrazně zastoupena a nelze tak mluvit o nějakém zásadním působení na posluchače.

⁶⁴ BRAMLEY, Nicolette Ruth. *Pronouns of politics: the use of pronouns in the construction of 'self' and 'other' in political interviews*. [online]. 2001, s. 260 [cit. 2017-01-14]. Dostupné z: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.125.4780&rep=rep1&type=pdf>. Disertace.

⁶⁵ HÅKANSSON, Jessica. *The Use of Personal Pronouns in Political Speeches: A comparative study of the pronominal choices of two American presidents* [online]. 2012, s. 8 [cit. 2017-01-14]. Dostupné z: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:531167/fulltext01.pdf>

⁶⁶ HAVLÍK, Vlastimil a Aneta PINKOVÁ. *Populisté, protestní strany, outsideri? Několik poznámek ke konceptualizaci populistických politických stran* [online]. 2012 [cit. 2017-03-19]. Dostupné z: <http://www.rexter.cz/populiste-protestni-strany-outsideri-nekolik-poznamek-ke-konceptualizaci-populistickyh-politickyh-stran/2012/11/11/>

Použité figury a tropy

Donald Trump ve svých proslovech používá různé druhy figur a tropů. Ty jsou však vždy v souladu s lehkou srozumitelností a nenáročností jeho projevů. Není zde tedy mnoho obrazných pojmenování, jakými jsou např. metafora, přirovnání či metonymie.

Sugestivní řečnické prostředky

Ze sugestivních řečnických prostředků ve všech proslovech dominují prostředky založené na opakování. Ty jsou pro Trumpův řečnický styl typické. Donald Trump opakuje slova, slovní spojení, věty i celá souvětí. Ta jsou leckdy opakována nejenom těsně za sebou, ale některá slova a spojení se opakují v průběhu celé řeči. Opakování zdůrazňuje důležité myšlenky, cílí na jejich snadné zapamatování a ukotvení asociací v mysli příjemců. Při poslouchání Trumpových proslovů se díky tomu dá leckdy i předvídat, co v souvislosti s určitými tématy zazní. Pokud se zmiňuje o dosavadním systému, zazní téměř vždy, že je „rigged“ (zkorumpovaný). V souvislosti s Obamacare pravděpodobně bude řečeno, že se jedná o „disaster“ (katastrofu), která potřebuje být „repealed and replaced“ (zrušena a nahrazena). Pokud zmiňuje některou ze tří televizních debat mezi ním a Hillary Clinton, tak nezapomene dodat, že nad ní vždy zvítězil. O výhře mluví i v případě, kdy zavede řeč na blížící se volby, ve kterých očekává vítězství.

V proslovech lze ze sugestivních prostředků nalézt hlavně anafory, epifory, epizeuxis. Při opakování nejvíce zaujme první opakování zvoleného členu (x+x), druhé opakování je pak považováno za vrchol (x+x+x).⁶⁷ Donald Trump tyto účinné triády často využívá jako např. v tomto případě, ve kterém pomocí epifory zdůrazňuje, že nemusel kandidovat a že byl stejně jako lidé v publiku na druhé straně, jelikož nepůsobil v politice: „*So I didn't have to do it and I've been on the other side. I talk about the other side. I know the other side.*“⁶⁸

⁶⁷ MISTRÍK, Jozef. *Rétorika*. 3. vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1987, s. 68.

⁶⁸ Pro citaci byl použit vlastnoruční transkrip proslovu z Clevelandu proneseného 22. 10. 2016.

Za zmínku stojí i to, že Donald Trump téměř vůbec nepoužívá citáty. Cituje pouze slova Billa Clintona, ve kterých kritizuje Obamacare slovy: „*It's the craziest thing in the world.*“⁶⁹ Tato slova jsou vyřčena manželem Hillary a zároveň bývalým prezidentem Spojených států. Mají tedy velkou váhu. Stejně působí negativní slova na adresu Hillary Clinton od jejich spolupracovníků, jež Donald Trump mnohokrát parafrázuje.⁷⁰ Zmínění názorů od nejbližších osob z Clintonova okolí, které jsou v souladu s Trumpovými názory, vytváří velmi efektivní prostředek k přesvědčení publika o pravdivosti použitých tvrzení.

Emfatické řečnické prostředky

Z emfatických řečnických prostředků jsou v proslovech používány především řečnické otázky a odpovědi. Kromě nepravých otázek, na které nejsou očekávány odpovědi a které slouží k udržení kontaktu s posluchači, se v proslovech vyskytují i otázky, které se chovají jako otázky pravé. Ty si žádají zpětnou vazbu publika jako například v otázce: „*Who is gonna pay for the wall?*“ Kdy Donald Trump čeká na reakci a skandování publika křičící: „*Mexico*“.⁷¹

Některé z těchto otázek a následná komunikace s publikem jsou však poněkud manipulativní jako v tomto příkladu: „*How many people have made your phones disappear and whack them out with a hammer? Anybody here? Oh no, here's a guy right up here. Sir what business are you in? I don't wanna know.*“⁷² Těmito otázkami Donald Trump reaguje na své předchozí sdělení o tom, že Hillary Clinton nechala zmizet nejenom 33 000 důležitých e-mailů, ale také 13 mobilních telefonů, které byly dokonce zničeny kladivem. Na těchto ironických otázkách by nebylo nic divného, kdyby se na ně neptal ve většině svých proslovů a pokaždé nereagoval stejným způsobem, ve kterém oslovuje nějakého muže z publika. Přítomní diváci však toto nemůžou vědět a působí to na ně jako upřímná a zábavná součást Trumpovy spontánní komunikace s publikem.

⁶⁹ Pro citaci byl použit vlastnoruční transkrip proslovu ze Springfieldu proneseného 27. 10. 2016.

⁷⁰ viz např. „*Now WikiLeaks shows us that John Podesta said Hillary Clinton has bad instincts. Bernie Sanders said she has bad judgment. What are we doing folks?*“ (proneseno v Clevelandu)

⁷¹ Pro citaci byl použit vlastnoruční transkrip proslovu z Clevelandu proneseného 22. 10. 2016. Otázka se však vyskytuje i v dalších proslovech.

⁷² Pro citaci byl použit vlastnoruční transkrip proslovu z Clevelandu proneseného 22. 10. 2016.

Názorné řečnické prostředky

Názorné řečnické prostředky jsou v předvolebních projevech Donalda Trumpa zastoupeny ve velké míře. To je logické vzhledem k tomu, že se jedná o předvolební proslov, jehož cílem je, aby potenciální voliči pochopili, proč volit právě daného kandidáta. Vyskytují se zde příklady, faktografické a číselné údaje, parenteze, osobní zážitky nebo události.

Z řečnických prostředků je zajímavý velký výskyt hyperbol. Těch by mělo být v agitačních proslovech nejméně, jelikož by se v nich mělo především argumentovat fakty.⁷³ Příliš časté používání hyperboly tak může vyústit až do demagogie.⁷⁴ Ve své knize Trump: The Art of the Deal se Trump k používání hyperboly jakožto nástroje propagace vyjadřuje slovy: „*People may not always think big themselves, but they can still get very excited by those who do. That's why a little hyperbole never hurts. People want to believe that something is the biggest and the greatest and the most spectacular. I call it truthful hyperbole. It's an innocent form of exaggeration — and a very effective form of promotion.*“⁷⁵

Donald Trump pomocí hyperbol často přítomné a minulé věci zveličuje a dělá je o mnoho horšími, než ve skutečnosti jsou. Obchodní dohody Ameriky jsou dle něj naprosto příšerné, Obamacare je totální katastrofa, která není vůbec výhodná. O Hillary Clinton říká, že je křivá („crooked“ Hillary), že si nikdy nevyděkala poctivý dolar a kandidatura na prezidenta by jí ani neměla být umožněna. Barack Obama je neschopný a spolu s Hillary Clinton může za vznik ISIS. Naopak o svém předvolebním úsilí mluví jako o hnutí, které nikdy v Americe nebylo, říká, že dohromady se svými voliči obrátí Ameriku naruby a zachrání Ameriku pomocí těch nejlepších a nejchytřejších. Budoucnost pod jeho vedením tak líčí jako tu nejsprávnější možnou volbu.

Z názorných řečnických prostředků je také zajímavé použití synekdochy, která zazní v každém z analyzovaných proslovů: „*Imagine what our country could*

⁷³ MISTRÍK, Jozef. *Rétorika*. 3. vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1987, s. 98.

⁷⁴ LOTKO, Edvard. *Kapitoly ze současné rétoriky*. 2. vyd., aktualiz. a rozš. Olomouc: Univerzita Palackého, 2004, s. 106.

⁷⁵ ARIZMENDI, Jordan. *How Trump Swindled America with his Rhetorical Weapon 'Truthful Hyperbole'* [online]. 2016 [cit. 2017-01-20]. Dostupné z: <http://politicalhaze.com/2016/10/24/trump-swindled-america-rhetorical-weapon-truthful-hyperbole/>

*accomplish if we started working together as one people under one God saluting one American flag.*⁷⁶ Jedná se o velmi povedený prostředek, který dohromady spojuje motiv patriotismu ukrývající se pod sjednocením, vírou a americkou vlajkou.

Pomocí názorných řečnických prostředků Donald Trump rovněž cílí na emoce posluchačů. Zásadním tématem Trumpovy předvolební kampaně byl boj s ilegálními imigranty. Ve většině proslovů tedy zazní události v podobě konkrétních případů plných nevinných obětí, které mají imigranti na svědomí.

*„It was just reported that a man deported from our country 10 times in six years has been charged with raping a twelve-year-old girl in August. Texas police arrested a serial illegal immigrant rapist who had been deported five times. His victims included one 68 year-old woman with a cane who took his offer to drive him home. He left her on the side of a dirt road in horrible, horrible condition. The 64 year old Air Force veteran Maryland Ferris, an unbelievable woman, was raped and beaten to death with a hammer by repeat offending criminal illegal immigrant who should have been deported many times by the Obama administration but never ever was and people still don't understand it.*⁷⁷

Toto cílení na emoce (patos) posluchačů považoval již Aristoteles za jednu z důležitých složek persvaze. *„Neboť se nerozhodujeme stejně, máme-li zármutek nebo radost, jsme-li zaníceni láskou nebo plni nenávisi.*⁷⁸ Trump pomocí tohoto a dalších podobných výřků apeluje na vztek a strach z hrozícího přílivu imigrantů.

Dramatické řečnické prostředky

Dramatické prostředky jsou v analyzovaném materiálu zastoupeny klimaxem a antiklimaxem. To souvisí s již zmiňovaným častým opakováním, které v sobě nese prvky gradace. Dále zde nalezneme antiteze, ve kterých proti sobě Donald Trump staví dvě protichůdné myšlenky. Ty se nejčastěji objevují v souvislosti s jeho politickým programem, který je v mnoha bodech v rozporu s programem Hillary Clinton. Objevuje

⁷⁶ Pro citaci byl použit vlastnoruční transkrip proslovu z Delaware proneseného 20. 10. 2016.

⁷⁷ Pro citaci byl použit vlastnoruční transkrip proslovu z Clevelandu proneseného 22. 10. 2016.

⁷⁸ ARISTOTELES. *Rétorika*. Praha: Jan Leichter, 1948, s. 32.

se zde například použití kontrastu minulosti a budoucnosti, výhry a prohry, bohatství a chudoby, změny a stagnace, snížení a zvýšení daní.⁷⁹

Donald Trump také používá antifráze, kdy jsou slova nebo věty použity ve zpravidla ironickém, opačném významu. Ironické a sarkastické poznámky jsou častou součástí jeho vystoupení. Vysmívá se například Billu Clintonovi, který dle něj musel doma velmi trpět večer poté, co řekl, že Obamacare (kterou jeho žena podporovala) je nejšílenější věc na světě.

Ozdobné řečnické prostředky

Ozdobných řečnických prostředků je ve vybraných proslovech používáno velmi málo. Za zmínku stojí pouze epiteton, básnický přívlastek, pomocí kterého je zdůrazněn řečníkův hodnotící vztah k osobám, věcem, jevům.

Zajímavé je tak Trumpovo vyjádření vztahu k ostatním lidem. Crooked, overrated, corrupt, dishonest – těmito slovy je například nejvíce častována Hillary Clinton, kdy je o ní nepřímo říkáno, že je slabá a nedostatečná pro funkci prezidenta. Pochvalně, slovem great, jsou naopak označováni Američané, přítomné publikum, Mike Pence (Trumpův spolukandidát do funkce viceprezidenta), členové policie, veteráni, prezident Mexica a jeho obyvatelé.

Nevěcná argumentace

„Přesvědčit a získat může ten řečník, který umí náležitě zdůvodňovat.“⁸⁰ Tato slova platí více než kde jinde pro rétoriku předvolebních proslovů, pro kterou je správně zvolená a použitá argumentace klíčová. Vzhledem k rozsahu bakalářské práce se zaměřím pouze na nejčastější výskyt nevěcné argumentace (argumentum ad hominem) v analyzovaných proslovech.

⁷⁹ viz např. „*The Clintons are the past but we are all going to be together a very bright future.*“ nebo „*Either we win this election or we lose our country and that's what's happening.*“ (proneseno v Cincinnati)

⁸⁰ LOTKO, Edvard. *Kapitoly ze současné rétoriky*. 2. vyd., aktualiz. a rozš. Olomouc: Univerzita Palackého, 2004, s. 113.

V těch se nejvíce vyskytuje argumentace ad personam, která je typická pro Trumpovu předvolební rétoriku. Namísto racionálního vymezení se proti názorům protikandidátky Hillary Clinton dochází k velmi častému shazování její osoby jako třeba v tomto případě: „*Look she's highly overrated. Believe me. You know she couldn't pass her bar exam in Washington, D.C. Couldn't pass it. She failed. She's an overrated person.*“⁸¹ Tímto připomenutím jejího neúspěchu při skládání advokátních zkoušek se snaží Hillary Clinton zesměšnit a dokázat tak, že pro post prezidentky Spojených států není tou pravou osobou. Mimo to o ní často říká, že je zkorumpovaná a vysmívá se také tomu, že nemá dostatek energie na to, aby mohla vykonávat náročnou funkci hlavy státu.

Druhou osobou, která je nejvíce urážena a zesměšňována, je Barack Obama. Ten v předvolební kampani vyjádřil podporu Hillary Clinton. Podpora odcházejícího prezidenta jinému kandidátovi byla pro Trumpovu pozici ohrožující, a tak byl Obama častým tématem Trumpových proslovů, ve kterých byl nazýván katastrofou a zcela nekompetentním.

V prosloveh je častá také argumentace ad populum odkazující na názor většiny. Pomocí té například Donald Trump říká, že všichni lidé tvrdili, že nad Hillary Clinton v televizních debatách jednoznačně zvítězil, nebo že nikdo nechce další 4 roky vlády Obamy a demokratů, a proto nesmí Hillary ve volbách vyhrát. Všichni také dle Trumpova názoru ví, že je současný systém zkorumpovaný.

Nalezena byla i mimologická argumentace cílicí na city posluchačů (argumentum ad auditorem), pomocí které je například zdůvodňována důležitost účasti v nadcházejících volbách: „*I often say if you're really sick you go to the doctor. He gives you the worst message he can give you. You know what the message is. You have two months. Not gonna make it. It's really bad and really serious. That doesn't matter on November eighth you get up and you get out to vote.*“⁸² Mimologické zdůvodnění je používáno i v případě, ve kterém Donald Trump vysvětluje, proč je nutné zbavit se Islámského státu: „*We've got enoug problems, don't you think, we have enough?*“⁸³ Cílení na city posluchačů lze vidět dále i v Trumpově snaze získat hlasy nemajetných Afroameričanů, kteří se mají dle něj již tak špatně, že nemají případným špatným

⁸¹ Pro citaci byl použit vlastnoruční transkrip proslovu z Cincinnati proneseného 13. 10. 2016.

⁸² Pro citaci byl použit vlastnoruční transkrip proslovu z Clevelandu proneseného 22. 10. 2016.

⁸³ Pro citaci byl použit vlastnoruční transkrip proslovu z Delaware proneseného 20. 10. 2016.

hlasem v nastávajících volbách co ztratit: „*To those African Americans suffering in our country where in the inner cities you have no jobs horrible education and you often times get shot just walking down to street to buy a loaf of bread I say: What the hell do you have to lose?*“⁸⁴ Tuto argumentaci lze označit za argumentum ad absurdum, jelikož Afroameričané si špatným rozhodnutím ve volbách mohou zajisté ještě přihoršit. Řečnická otázka v závěru navíc umocňuje celkový výsměch a absurditu použité nevěcné argumentace.

Kognitivní aspekty – morálka přísného otce

Republikánský kandidát Donald Trump se v analyzovaných prosloveh jednoznačně staví do autoritativní pozice, která odpovídá autoritě přísného otce v rodině. Přísný otec ochraňuje své děti, Trump se snaží ochránit občany Ameriky před všudypřítomným zlem.

Jednou z klíčových myšlenek jeho předvolební kampaně je postavit zeď na hranicích Mexika, která ochrání Američany před kriminalitou nelegálních imigrantů.

Těm vzkazuje například toto: „*I have a message for the cartels, the drug dealers, and the gang members. When I win, your long reign of crime and terror and horror will come to a very beautiful crashing end.*“⁸⁵ Pokud je tedy národ metaforicky vnímán jako rodina, pak imigranti vzhledem k tomu, že nejsou příslušníci daného státu, do této rodiny z hlediska morálky přísného otce nepatří. V rámci té jsou imigranti vnímáni jako děti někoho ze sousedství přicházející do našeho domu bez pozvání, a proto u nás doma tyto děti nemají co pohledávat a my nemáme žádnou zodpovědnost se o ně dále postarat.⁸⁶

Kromě imigrantů chce Donald Trump ochránit Ameriku také od Islámského státu (ISIS). V každém z analyzovaných proslovů říká: „*I'm going to keep radical Islamic terrorist the hell out of our country.*“ Jasně tedy na sebe bere zodpovědnost za zajištění bezpečí pro celou Ameriku. Zároveň dodává, že podporuje silné hranice

⁸⁴ Pro citaci byl použit vlastnoruční transkrip proslovu z Cincinnati proneseného 13. 10. 2016.

⁸⁵ Pro citaci byl použit vlastnoruční transkrip proslovu ze Springfieldu proneseného 27. 10. 2016.

⁸⁶ LAKOFF, George. *Moral Politics: How Liberals and Conservatives Think*. Second Ed. Chicago: The University of Chicago Press, 2002, s. 187.

(„strong borders“) oproti Hillary Clinton, která chce otevřené hranice, což povede k narušení bezpečí Američanů.

V proslovec se dále vyskytuje metafora „peace through strength“ v překladu „mír skrze sílu“. V této metafoře se skrývá asociace na ochranu Ameriky a zajištění míru za pomoci síly, kterou Donald Trump vidí ve vybudování silné armády. Je zde opět obrana národa (rodiny), kterou Trump zajistí a chápe ji jako klíčovou viz jeho vlastní slova: „*Keeping our families safe is the highest obligation of the president of the United States.*“⁸⁷ Obrana a bezpečí Ameriky je vyjádřena i Trumpovou silnou podporou volného držení zbraní, které je v souladu s morálkou přísného otce.

Donald Trump silně vystupuje v boji proti korupci, pro jejíž vymýcení používá metaforu „drain the swamp“ doslovně „vysušit bažinu“. Tato metafora má svůj původ v dobách, kdy Ameriku a Evropu sužovala malárie. Tehdy se jakožto efektivní způsob při zabíjení komárů osvědčilo vysušování bažin, ve kterých se komáři množili.⁸⁸ Pod touto metaforou se tedy skrývá korupce, která stejně jako v případě smrtelných komárů ohrožuje americký lid. Tohoto ohrožujícího nebezpečí se Donald Trump ze své pozice ochránitele hodlá zbavit.

Zajímavá je také metafora skrývající se za těmito slovy: „*I proposed a contract with the American voter that will end the corruption and give the government back to the people.*“⁸⁹ Donald Trump nabízí svým voličům metaforickou smlouvu, jejíž podpis lidem zaručí konec korupce. Jako v případě jakékoliv jiné smlouvy jsou zde ale jistá pravidla, která druhá strana musí dodržet, jinak přijde sankce.

V proslovec se vyskytuje rovněž metafora, ve které je Amerika chápána jako domov plný bezpečí a harmonie: „*We're gonna have big beautiful doors in that wall and people are coming into our country – a lot of people, but they're gonna come in legally.*“⁹⁰ Dveře od zmiňovaného domova jsou však otevřené pouze těm, kteří dodržují

⁸⁷ Pro citaci byl použit vlastnoruční transkrip proslovu ze Springfieldu proneseného 27. 10. 2016.

⁸⁸ HARRINGTON, Rebecca. *Here's what Trump means when he says 'drain the swamp' — even though it's not an accurate metaphor* [online]. 2016 [cit. 2017-03-10]. Dostupné z: <http://www.businessinsider.com/what-does-drain-the-swamp-mean-was-dc-built-on-a-swamp-2016-11>

⁸⁹ Pro citaci byl použit vlastnoruční transkrip proslovu z Toleda proneseného 27. 10. 2016.

⁹⁰ Pro citaci byl použit vlastnoruční transkrip proslovu z Genevy proneseného 27. 10. 2016.

pravidla a přichází se zájmem nenarušit toto poklidné rodinné zázemí, na což Donald Trump slibuje dohlédnout.

*„And countries are no longer going to be taking our jobs. There will be consequences. There will be a price to pay.“*⁹¹ Postoj přísného otce je uplatňován i v Trumpově politice týkající se příslibu pracovních míst. Donald Trump totiž navrhuje postihnout všechny americké firmy, které se rozhodnou odejít ze země a mít továrny mimo území USA, 35% daní na jejich zboží. Firmy na základě toho budou muset čelit postihu za neuposlechnutí předem stanovených pravidel, jelikož se dopustily nemorálního aktu, za což musí následovat trest.

Co se týká použité hierarchie v analyzovaných proslovech, tak ta odpovídá Lakoffovu vymezení, ve kterém je na vrcholku pomyslné pyramidy Bůh. To lze vidět v metaforě, která je použita v každém proslovu: *„Just imagine what our country could accomplish if we started working together as one people under one God saluting one American flag.“* Bůh je tady nadřazen lidem, a i samotnému Trumpovi. Ten také v rámci hierarchie zdůrazňuje, že jeho země je nadřazená zemím jiným. Často opakuje, že po jeho zvolení bude opět „America first“, tedy že bude Amerika opět na prvním místě. Nyní tomu tak dle něj není a o toto prvenství Ameriku připravují jiné země jako Čína, Mexiko a další, které poškozují zájmy Američanů.

⁹¹ Pro citaci byl použit vlastnoruční transkrip proslovu z Cincinnati proneseného 13. 10. 2016.

PROJEKTOVÁ ČÁST

Vymezení projektu

První fází při práci na jakémkoliv projektu tvoří jeho výběr. Již v této počáteční etapě jsem však narazila na potíže týkající se tohoto vymezení. Vytvoření pro bakalářskou práci povinného projektu by mělo totiž určitým způsobem souviset s teoretickou a analytickou částí práce samotné.

Vzhledem k tomu, že se mnou zvolená bakalářská práce zabývala lingvistickým tématem a také v souvislosti s tím, že jsou analyzované proslovy staršího data (nejedná se již o aktuální událost těšící se velké pozornosti), jsem nevěděla, jakým směrem se dále ubírat. Po dlouhé úvaze jsem se tak rozhodla spojit svůj zájem o rétoriku spolu s nashromážděnými vědomostmi a za cíl jsem si dala získání nových informací o rétorice a rozšíření těchto poznatků mezi další zájemce o tuto problematiku.

Prvotním nápadem bylo vytvoření článku, který by měl podobu rozhovoru a ve kterém by se nejen k otázce rétoriky Donalda Trumpa, ale celkově k otázce veřejných proslovů politiků a řečnictví jako takovém, vyjadřovala vybraná erudovaná osoba. Tato prvotní myšlenka byla později nahrazena iniciováním a spoluorganizováním přednášky na půdě Univerzity Hradec Králové. Uskutečněná změna z prvotně plánovaného článku je objasněna v níže uvedených krocích realizace tohoto původně zamýšleného projektu.

Výběr a představení erudované osoby

Při tvorbě bakalářské práce jsem byla překvapena, kolik existuje praktických knížek o rétorice, které mimo jiné sdílejí návody na to, jak se stát úspěšným řečníkem či jak správně vystupovat a promlouvat před lidmi. Většina těchto knížek však neměla prezentující poznatky postavené na pevných teoretických základech, informace v těchto knížkách se de facto opakovaly a jednalo se spíše o velmi zjednodušené výklady

odborných pouček. Tyto knížky jsem tak neshledala jako dostačující pro to, aby z nich moje akademická práce mohla vycházet.

Mezi knížky, ze kterých jsem čerpala v teoretické práci pojednávající o rétorice nejvíce, tak patřilo pouze pár publikací. Mezi těmi dominovaly publikace napsané českým lingvistou panem profesorem Jiřím Krausem. Z jeho prací jsem vycházela především proto, že jsem nenašla žádné jiné české publikace od někoho, kdo by se zabýval teorií a praxí rétoriky na takové úrovni jako pan profesor, jenž při jejich tvorbě vycházel z rozsáhlé odborné znalosti daného tématu.

V následujících pár řádcích uvádím stručné představení pana profesora Jiřího Krause, dokládající jeho odbornost a erudovanost, na základě které jsem se rozhodla pro svůj plánovaný projekt oslovit právě jeho.

Prof. PhDr. Jiří Kraus, DrSc. se narodil v roce 1935 v Praze. Mezi jeho hlavní oblasti odborného zájmu patří rétorika, stylistika, jazyková kultura a komunikační lingvistika. V minulosti se také zabýval fonologií češtiny a matematickou lingvistikou. Těmto oborům se věnoval převážně na půdě Ústavu pro jazyk český, do kterého byl přijat v roce 1964, aby zde nastoupil do oddělení kvantitativní lingvistiky. Z tohoto oddělení pak přešel v roce 1978 do oddělení jazykové kultury. V Ústavu pro jazyk český pracoval později jako zástupce ředitele a mezi lety 1994–2002 zde byl i ředitelem. Jiří Kraus působí od roku 1990 na fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy a od stejného roku je také členem redakční rady časopisů *Naše řeč* a *Český jazyk a literatura*.⁹² Rozsáhlé vědomosti z oboru rétoriky dokládá členství pana Krause v Mezinárodní společnosti pro dějiny rétoriky, jeho příspěvek v *Encyclopedia of Rhetoric* a také vydané publikace jako např. *Rétorika v dějinách jazykové komunikace*, *Rétorika v evropské kultuře i ve světě*, *Rétorika a řečová kultura* či popularizační učebnice *Člověk mluvící*.

⁹² LEHEČKOVÁ, Eva a Jan CHROMÝ. *Rozhovory s českými lingvisty II*. V Praze: Dauphin, 2010, s. 149.

Schválení projektu a komunikace s přednášejícím

Myšlenka navrhovaného projektu spočívajícího ve vytvoření článku ve formě rozhovoru s panem profesorem Jiřím Krausem byla posléze schválena panem doktorem Zábranským, vedoucím mé bakalářské práce. Plánovaný projekt byl přijat kladně především s ohledem na to, že se pan profesor Kraus během své kariéry velmi zaměřoval na popularizační činnosti spojené s lingvistikou a rétorikou a bylo předpokládáno, že by se mohl na daném nápadu určitým způsobem podílet.

Po schválení projektu jsem požádala vedoucího mé práce, zda by mi pomohl s panem profesorem navázat prvotní komunikaci, a to vzhledem k tomu, že jsem považovala za vhodnější, aby byla tematika mé práce a můj záměr představen výše postavenou osobou. Usnadnění kontaktování pana profesora umožnily internetové stránky www.slaviste.cz. Tyto stránky tvoří volně přístupnou databázi, která slouží k umožnění snazší komunikace mezi českými badateli a odborníky⁹³, jelikož se na nich nachází kontaktní údaje mnoha osob věnující se odborné činnosti.

Pan profesor byl tedy vzápětí telefonicky kontaktován, bylo mu nastíněno téma mé bakalářské práce a také to, zda mnou může být dále osloven s prosbou o rozhovor a konzultaci. Tato nabídka se setkala s kladným ohlasem, a tak jsem posléze kontaktovala pana Jiřího Krause již sama.

V průběhu porady ohledně budoucího projektu jsem svému vedoucímu práce předložila i náhradní plán, který by byl realizován v případě, že by byl navrhovaný rozhovor panem Krausem zamítnut. Tímto plánem bylo uskutečnění přednášky v rámci hradecké pobočky Jazykovědného sdružení (jemuž je pan doktor Zábranský předsedou) s tím, že bych pozvala pana profesora Krause, aby přednesl některé ze svých myšlenek na téma rétorika.

S oběma těmito návrhy jsem dále prostřednictvím e-mailu kontaktovala pana Krause (viz příloha B).

Po odeslání tohoto e-mailu jsem požádala svého vedoucího práce, aby poslal panu profesorovi Krausovi oficiální pozvánku od Jazykovědného sdružení dokládající

⁹³ O databázi. *KDO JE KDO v české slavistice* [online]. [cit. 2017-03-28]. Dostupné z: <http://www.slaviste.cz/>

mnou avizovaná slova v předešlém e-mailu. To bylo také učiněno a od tohoto okamžiku probíhala veškerá komunikace ve třech rovinách. Pan Zábanský byl v kontaktu s panem Krausem, já jsem o průběhu jejich komunikace věděla prostřednictvím pana Zábanského a zároveň jsem sama byla v nepřetržitém kontaktu s panem profesorem.

Pan Jiří Kraus reagoval na můj email a oficiální pozvání Jazykovědného sdružení kladně a pozvání týkající se avizované přednášky přijal. Další ze zamýšlených záměrů (rozhovor na téma rétoriky) také nebyl úplně zavrhnut, ale postupně jsme společně došli k závěru, že bude lepší se o tomto tématu pobavit později, nejlépe v den samotné přednášky. V rámci projektu k bakalářské práci jsem se tedy rozhodla spíše soustředit na pomoc se spolupřipádáním a propagací chystané přednášky.

Volba prostoru a termínu události

Postupně došlo v emailové komunikaci k určení data přednášky, kdy pan profesor sám navrhl několik termínů, které byly v souladu s tím, že se přednášky Jazykovědného sdružení konají převážně každou středu. Jako zvolený termín byl nakonec vybrán 22. březen 2017. Místem pro přednášku byla zvolena a zarezervována místnost A10 v hlavní budově Univerzity Hradec Králové (Budova A). Tato místnost má kapacitu zhruba 50 až 60 lidí, což odpovídalo předpokládanému zájmu o plánovanou událost.

Pan profesor také zaslal teze ke své přednášce (viz příloha C), na jejichž základě získala přednáška oficiální název (Rétorika jako teorie i praxe řečového dorozumění), a díky kterým bylo možno přednášku představovat případným zájemcům.

Propagace přednášky

Dalším důležitým krokem byla propagace přednášky s úmyslem, aby se o přednášce dozvědělo co nejvíce lidí a kapacita učebny byla náležitě zaplněna.

Panem doktorem Zábanským byla rozeslána pozvánka členům hradecké pobočky Jazykovědného sdružení a také došlo k oznámení této události na stránkách webu UHK.

Plakát

Důležitou součástí propagace byla také výroba plakátu (viz příloha D), který měl plnit informační a propagační funkci. Tento plakát jsem vytvořila pomocí grafického editoru Adobe Photoshop. Hlavní obrázek na plakátu byl vybrán pomocí služby Adobe Stock, díky které jsem se vyhnula jakýmkoliv problémům s případným řešením autorských práv vztahující se k použitému obrázku. Adobe Stock totiž disponuje rozsáhlou databází obrázků, se kterými lze za měsíční poplatek volně manipulovat a které lze používat pro zamýšlené tvůrčí projekty.

Díky knihovně Adobe Stock jsem tedy na plakát vybrala červenomodrý poutavý obrázek vztahující se k tématu rétorika. Tento obrázek byl spolu s názvem přednášky a jménem přednášejícího dominujícím prvkem plakátu. Ten dále doplňovaly základní informace o přednášce (termín, místo, čas). Pro styl písma na plakátě byl vybrán font Helvetica Neue.

Mnou vytvořené plakáty byly poté vytisknuty, kdy dvacet plakátů bylo vytištěno barevně na obyčejný papír formátu A4 a pět plakátů bylo vytištěno na lesklý papír vyšší gramáže. Vytištěné plakáty jsem rozvěsila na nástěnky v hradecké univerzitní budově A (v místě konání přednášky) a ve stejné budově jsem také plakáty umístila na stoly k místům, kde odpočívají studenti univerzity. Plakáty byly umístěny také v hradecké univerzitní budově B, ve Vědecké knihovně Hradec Králové, Městské knihovně Hradec Králové a dvou hradeckých kavárnách.

Událost na Facebooku

V rámci propagace jsem rovněž vytvořila událost na Facebooku, která poutavým způsobem představila nadcházející přednášku. Tato událost byla sdílena na oficiálních stránkách Pedagogické fakulty Univerzity Hradec Králové, na stránkách „Prváci UHK“ a také byla sdílena na mém osobním profilu a na osobních profilech mých spolužáků a přátel, kteří mi se sdílením události pomohli.

Na tuto událost jsem nahrála mnou vytvořený plakát a rovněž jsem na ni postupně přidávala další příspěvky odkazující na blížící se událost.

Tvorba reklamy na Facebooku

Protože byl zájem o událost na Facebooku týkající se přednášky pana Krause dle mého názoru nedostatečný, rozhodla jsem se pár dní před konáním samotné přednášky zvolit placený způsob propagace a využít služeb reklamy na Facebooku.

Při vytváření události na Facebooku mě však nenapadlo, že budu v budoucnu chtít využít placenou reklamu a událost jsem vytvořila ze svého osobního uživatelského profilu. Toto rozhodnutí se však ukázalo jako chybné, jelikož Facebook neumožňuje pro události, které jsou vytvořené soukromým profilem využít funkci placené reklamy. Tato funkce je přístupna pouze událostem, které jsou vytvořeny facebookovou stránkou. Z důvodu toho, že na mnou vytvořené události byli již přihlášení lidé mající o událost zájem, jsem nemohla tuto událost smazat a znovu vytvořit pod pro tento účel nově založenou facebookovou stránkou. Musela jsem tedy vytvořit facebookovou stránku, na kterou bych již dříve vytvořenou událost sdílela a až poté tento sdílený příspěvek placenou formou propagovala.

Pro realizaci této myšlenky jsem tedy nejdříve vytvořila facebookovou stránku s názvem „Rétorika“. Jako profilový a úvodní obrázek této stránky jsem opět zvolila obrázky ze služby Adobe Stock. Do popisu stránky jsem uvedla tato slova: *“Ohlédněte se za historii jednoho z nejstarších a nejrozporuplnějších lidských oborů. Naleznete zde nejen významné proslovy a řečníky, ale i aktuální události spojené s tímto uměním dobře mluvit.”*⁹⁴

Na tyto stránky jsem poté přidala pár příspěvků zvyšující věrohodnost stránky. Tyto příspěvky odkazovaly a krátce vzpomínaly na významné proslovy amerických prezidentů.

Díky nově vytvořené facebookové stránce „Rétorika“ jsem již mohla využít placenou reklamu pro příspěvek sdílející odkaz na blížící se událost (přednášku pana profesora Krause). Nejdříve jsem si však musela vytvořit účet na Facebook Business Manager, zadat potřebné osobní a platební údaje a tento účet propojit s mým osobním uživatelským profilem a se stránkou „Rétorika“.

⁹⁴ Rétorika. *Facebook* [online]. [cit. 2017-04-02]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/R%C3%A9torika-273131783109226/>

Poté jsem se dostala k samotnému vytvoření reklamy, kdy jsem zvolila z více možností za cíl reklamy „Reakce na událost“, která primárně slouží k získání většího počtu návštěvníků. Zapotřebí bylo správně nastavit tzv. cílení, tedy okruh uživatelů, kterým se reklama zobrazí. Jelikož jsem chtěla, aby se tato reklama zobrazila především studentům s případným zájmem o rétoriku a podobné vědy, vymezila jsem tuto reklamu takto:

Lokalita – žije v oblasti: Česká republika: Hradec Králové (+24 km)

Věk: 20–30

Úroveň vzdělání: Vysokoškoláci

Škola: Univerzita Pardubice nebo Univerzita Hradec Králové

Studijní obor: Čeština nebo Pedagogika

Lidé, kteří splňují zájmy: Literatura faktu, Aktuální události, Literatura nebo Antická řecká filosofie

Dále jsem stanovila dlouhodobý rozpočet pro tuto reklamu a také po jakou dobou má reklama běžet. Do reklamy jsem se rozhodla investovat 350 Kč a jako termín pro její zobrazování jsem zvolila období krátce před konáním přednášky – 18. až 20. březen.

Výsledky placené reklamy

Přestože reklama běžela tři dny a nebyl pro ni stanoven příliš vysoký rozpočet, dá se její výsledek považovat za úspěšný. Reklama se dle konečných výsledků zobrazila 2 101 lidem, ze kterých 35 lidí na tuto reklamu nějakým způsobem dále reagovalo. Zvýšilo se tedy povědomí o konané události i počet uživatelů, kteří se na facebookové události přihlásili k tomu, že se přednášky zúčastní.

Konečný počet lidí, který projevil o událost na Facebooku zájem byl 56. Z toho 14 lidí dalo, že se přednášky zúčastní a většina – 42 lidí byla tvořena lidmi, kteří potvrdili, že mají o přednášku zájem.

Realizace přednášky

Poslední fází projektu byla realizace přednášky. V den konání přednášky jsem panu profesorovi zprostředkovala odvoz z Prahy do Hradce Králové a zpět. Domnívám se, že díky tomuto gestu řečníkovi odpadla starost s případnou dopravou na místo přednášky a zároveň jsem tímto gestem vyjádřila panu profesorovi patřičnou úctu a dík za jeho čas a ochotu.

Po příjezdu do Hradce Králové zbyl ještě krátký čas na občerstvení, po kterém začala samotná přednáška. Pan profesor byl na začátku přednášky krátce představen, načež se ujal slova a promlouval o rétorice z hlediska historie i jejího současného významu zhruba jednu hodinu. Po skončení přednášky nastal prostor pro případné dotazy a krátkou závěrečnou diskuzi, kterou jedna z položených otázek podnítila. Po této závěrečné debatě věnující se rétorice vrcholných politiků a českého prezidenta přednáška skončila.

Zpětná vazba

Přednášku pana profesora Jiřího Krause považuji za úspěšný počín, a to vzhledem k několika důvodům. Jednak proto, že byla učebna téměř celá zaplněna více než 40 lidmi a také pro vesměs pozitivní zpětnou vazbu od účastníků přednášky. Ti uvedli jako největší přínos přednášky možnost poslechu významného českého lingvisty spolu s jeho přednesem a informacemi, které v průběhu přednášky zazněly. Oceněn byl také vhléd do současné rétoriky politiků v závěrečné diskuzi. Záporně bylo vnímáno přílišné zaobírání se historií rétoriky a malé věnování se tématu uplatnění rétoriky v praxi a současnosti. Někteří účastníci také očekávali větší návaznost na problematiku mé bakalářské práce zabývající se proslavou Donalda Trumpa.

Dovětek

Prvotním záměrem projektové části bylo napsání článku vycházejícího z rozhovoru s panem profesorem Jiřím Krausem. Na tento nápad jsem úplně nezanevřela a po uskutečnění přednášky jsem na toto téma s panem Krausem navázala

rozhovor, díky kterému jsem si mu dovolila později poslat část své bakalářské práce spolu s několika otázkami. Věřím, že odpovědi pana Krause budou zajímavým zpestřením této bakalářské práce.

Jaký soubor dovedností podle Vás z člověka dělá výjimečného řečníka?

Zmiňujete se o výjimečném řečníkovi. Raději bych mluvil o obratném (manipulativním), přemýšlivém (ten nemusí získat auditorium okamžitě), o řečníkovi se smyslem pro styl a kompoziční výstavbu projevu, o řečníkovi systematickém, soustředěném výhradně na obsah řeči, o řečníkovi střízlivém nebo naopak emocionálním apod. asi tu jde o postižení toho, co se nazývá rétorickou situací, která může být pokaždé jiná.

Považujete Donalda Trumpa za dobrého řečníka?

Podle toho (pozn. aut. viz vymezení výše) je možné charakterizovat Trumpa jako obratného řečníka, který umí využívat situaci a okamžité očekávání auditoria. Je na něm vidět, že některé školské systémy výchovu k veřejnému působení zahrnují.

V antice pomáhali s přípravou proslovů Řekům sofisté. V dnešní době si politici najímají celé týmy poradců spolu se speechwritery. Myslíte si, že otázka autorství proslovů hraje v konečném důsledku důležitou roli?

Při náročných projevech je jistě významná úloha expertů, ale jednotící styl musí dodat autor.

Jaké použité jazykové či rétorické prostředky Vás v Trumpově proslovu zaujaly?

Trumpova argumentace vycházející z rozvíjení základní premisy Učiňme znovu Ameriku silnou. To auditorium musí uvítat, příslovce znovu napovídá změnu, novou situaci.

Ve většině proslovů Donald Trump cílí na emoce posluchačů. Například v podobě líčení konkrétních případů plných nevinných obětí v souvislosti s jeho protiimigrační politikou. Domníváte se, že je tato forma persvaze efektivní?

Emotivní, silně zaujatý projev je nezbytným rysem daného žánru a v poslední době proniká i do zdánlivě objektivního vědeckého diskursu, např. v polemikách nebo při potřebě zdůraznit vlastní přínos.

Jaký máte názor na nadužívání slov blízkosti, díky kterým se Donald Trump snaží o sblížení s publikem. Lze označit toto nadužívání slov spolu se strategií "my versus oni" za manipulativní?

Protiklad my/oni je důležitou složkou žánru předvolebních vystoupení (a nejen těch). Je ovšem třeba auditorium zahrnout k "my".

Trumpovy proslovy jsou typické značným používáním opakovacích rétorických prostředků (anafor, epifor, epizeuxis). Je toto opakování spíše vědomé (v rámci promyšlené předvolební strategie), nebo může být toto opakování součástí přirozených (podvědomých) řečnických schopností rétora?

Opakování (ať už doslovné, nebo jinak formulované) považují teoretikové manipulace, reklamy, přesvědčování za podstatný rys těchto jazykových projevů. Je to apel na lidskou paměť i podvědomé chování.

Myslíte si, že je vhodné v předvolební kampani častovat protivníka v boji o prezidentský post slovy jako crooked, most dishonest person, weak person apod. (použití argumentace ad hominem)?

S dehonestací je třeba zacházet velice opatrně. Každé překročení hranice očekávané zdvořilosti působí spíš negativně...

Měla by být rétorika stejně jako v minulosti součástí vyššího vzdělání?

Výsledky spíše mluví pro to, že mluvní cvičení ve francouzských školách (a mnohde jinde, Skotsko, Polsko, Rusko) a zařazování historicky proslulých řečí do čítanek, práce kateder Speech Communication na amerických univerzitách vede k dobrým výsledkům, nebo aspoň k tomu, že si lidé – často v delším období po absolvování školy – uvědomují, že dobrý mluvní projev je pro praxi nezbytný. Nastupující situace, že na vysoké školy pronikají testy (aby se zkontrolovaly znalosti nadměrného množství studentů, na něž chybí čas), není v pořádku.

Závěr

Ve své bakalářské práci jsem se zabývala šesti kandidátskými proslovy Donalda Trumpa, které byly proneseny v období od 13. 10. 2016 do 27. 10. 2016 ve státě Ohio. Tyto proslovy jsem podrobila analýze, která se zaměřila na strukturu proslovů, slovní zásobu, použité rétorické prostředky (figury a tropy) a uplatnění takzvané morálky přísného otce.

Analýza ukázala, že pronesené proslovy nejsou totožné, přestože hlavní myšlenky a témata byly konzistentní. Všechny proslovy měly stejnou strukturu v podobě téměř totožných začátků a konců proslovů. Prostřední části proslovů se vždy dotýkaly hlavních témat celé kampaně.

Z hlediska předem vymezené slovní zásoby se kvantitativní analýzou zjistilo značné nadužívání slov blízkosti, ukazující na jednu z hlavních strategií použitých Trumpem v předvolební kampani. Touto strategií bylo použití taktiky „my versus oni“, pomocí které se Trump přidával na stranu voličů v boji proti nepřátelům – zkorumpovanému establishmentu, médiím, Hillary Clinton, Baracku Obamovi a těm, co chtějí Americe ublížit. Donald Trump se využitím této strategie snažil ztotožnit se svým publikem, stát se jedním z nich a získat je tak snáz na svoji stranu.

V proslovech byl také zjištěn četný výskyt slov koherentnosti, který ukázal na další Trumpův záměr, který mu měl napomoci ke zvolení do funkce prezidenta. Donald Trump totiž definoval americký systém jako zkorumpovaný, kdy vymýcení této korupce mohlo dle něj nastolit pouze jeho vítězství ve volbách.

Díky nadužívání slov blízkosti a koherentnosti jsem došla k závěru, že Trumpovy kandidátské proslovy mohou být vnímány jako značně populistické. Tento názor podpořil i výskyt podstatných jmen, který rovněž ukázal na vyzdvihování patriotického citění v myslích voličů.

Analýzou použitých figur a tropů se dále zjistilo hojné používání opakovacích prostředků, pomocí kterých bylo cíleno na snadné zapamatování hlavních myšlenek celé kampaně. V proslovech se vyskytovaly také časté řečnické otázky, jejichž použití bylo v několika případech shledáno jako manipulativní. Výrazným řečnickým prostředkem Trumpovy rétoriky byly hyperboly. Hyperbolami byl zveličován špatný stav současné Ameriky, a naopak jimi byla nastiňována zářivá budoucnost v případě Trumpova

zvolení. V projevech bylo využíváno kontrastního vyobrazení a často se zde vyskytovala ironie spolu s výraznou kritikou Trumpových oponentů. Zaznamenáno bylo cílení na emoce posluchačů pomocí názorného vyobrazení kriminality nelegálních imigrantů.

V prosloveh Donalda Trumpa bylo nalezeno i uplatnění takzvané morálky přísného otce, jelikož se řečník stavěl do autoritativní pozice ochránce, jehož úkolem je bránit svoji vlast potažmo rodinu.

Domnívám se, že analýza vybraných kandidátských proslovů značně přiblížila použitou předvolební rétoriku Donalda Trumpa, pomocí které uspěl v amerických prezidentských volbách. Zároveň také rozšířila pohled na vybrané kandidátské proslovy, a to především z hlediska jazyka, stylu a specifických rysů spojující všechny zkoumané proslovy. Mnou zjištěné údaje by však mohly být dále rozšířeny o nové poznatky např. z hlediska významu použitých sloves a synsémantik, syntaxe, věcné argumentace a dlouhodobých/aktuálních témat, na jejichž základě by práce získala zajímavější a ucelenější rozměr.

V projektové části jsem propojila zkoumané téma rétoriky a uspořádala jsem přednášku pana profesora Jiřího Krause na Univerzitě Hradec Králové.

Pomocí té jsem doufám nejenom já, ale i další účastníci přednášky získali nové vědomosti o rétorice z úst jednoho z nejvýznamnějších českých lingvistů.

Díky pořádanému projektu jsem získala mnoho cenných zkušeností a podnětů, za které jsem velmi vděčná a které bych zajisté využila v případě pořádání dalších přednášek, nejenom na poli akademické půdy.

Seznam použité literatury

Tištěné dokumenty

ARISTOTELES. *Rétorika*. Praha: Jan Leichter, 1948.

BARTOŠEK, Jaroslav. *Jazyk současné české politiky*. Olomouc: Univerzita Palackého, 1993. ISBN 80-7067-331-1.

ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4.

KRAUS, Jiří. *Rétorika v evropské kultuře i ve světě*. 2., přeprac. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-2001-5.

LAKOFF, George. *Don't Think of an Elephant!: Know Your Values and Frame the Debate: the Essential Guide for Progressives*. White River Junction: Chelsea Green Publ., 2004. ISBN 1-931498-71-7.

LAKOFF, George. *Moral Politics: How Liberals and Conservatives Think*. Second Ed. Chicago: The University of Chicago Press, 2002. ISBN 0-226-46771-6.

LEHEČKOVÁ, Eva a Jan CHROMÝ. *Rozhovory s českými lingvisty II*. V Praze: Dauphin, 2010. ISBN 978-80-86903-95-8.

LOTKO, Edvard. *Kapitoly ze současné rétoriky*. 2. vyd., aktualiz. a rozš. Olomouc: Univerzita Palackého, 2004. ISBN 80-244-0796-5.

MISTRÍK, Jozef. *Rétorika*. 3. vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1987.

ŠMAJSOVÁ BUCHTOVÁ, Božena. *Rétorika: vážnost mluveného slova*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3031-8.

QUINTILIANUS, Marcus Fabius. *Základy rétoriky*. Praha: Odeon, 1985.

Elektronické dokumenty

ARIZMENDI, Jordan. *How Trump Swindled America with his Rhetorical Weapon 'Truthful Hyperbole'* [online]. 2016 [cit. 2017-01-20]. Dostupné z: <http://politicalhaze.com/2016/10/24/trump-swindled-america-rhetorical-weapon-truthful-hyperbole/>

BAMBUCHOVÁ, Jarmila et al. *Americké volby: nejdražší show světa* [online]. Praha/Brno: Institut politického marketingu, 2017 [cit. 2017-03-08]. Dostupné z: www.nejdrazsishowsveta.cz

BREITFELDER, Miroslav. *Rozhlas ve službách nacistické propagandy* [online]. [cit. 2017-01-21]. Dostupné z: <http://mluveny.panacek.com/historie-rozhlasu/6164-rozhlas-ve-sluzbach-nacisticke-propagand.html>

BRAMLEY, Nicolette Ruth. *Pronouns of politics: the use of pronouns in the construction of 'self' and 'other' in political interviews*. [online]. 2001 [cit. 2017-01-14]. Dostupné z: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.125.4780&rep=rep1&type=pdf>. Disertace.

BUMP, Philip. *X The two states that almost always predict which candidate is headed for defeat* [online]. 2016 [cit. 2017-03-10]. Dostupné z: https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/09/07/the-two-states-that-almost-always-predict-which-candidate-is-headed-for-defeat/?utm_term=.7df9e7bfc320

HÅKANSSON, Jessica. *The Use of Personal Pronouns in Political Speeches: A comparative study of the pronominal choices of two American presidents* [online]. [cit. 2017-01-14]. Dostupné z: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:531167/fulltext01.pdf>

HARRINGTON, Rebecca. *Here's what Trump means when he says 'drain the swamp' — even though it's not an accurate metaphor* [online]. 2016 [cit. 2017-03-10]. Dostupné z: <http://www.businessinsider.com/what-does-drain-the-swamp-mean-was-dc-built-on-a-swamp-2016-11>

HAVLÍK, Vlastimil a Aneta PINKOVÁ. *Populisté, protestní strany, outsideri? Několik poznámek ke konceptualizaci populistických politických stran* [online]. 2012 [cit. 2017-03-19]. Dostupné z: <http://www.rexter.cz/populiste-protestni-strany-outsideri-nekolik-poznamek-ke-konceptualizaci-populistickyh-politickyh-stran/2012/11/11/>

HOFT, Jim. *Stunning Numbers: Trump Leads Hillary in Rally Attendance by Half a Million People Since August* [online]. 2016 [cit. 2017-03-21]. Dostupné z: <http://www.thegatewaypundit.com/2016/10/no-joke-hillary-rarely-has-more-than-1000-at-her-events/>

KAMISAR, Ben. *Trump focuses on four key states* [online]. 2016 [cit. 2017-03-08]. Dostupné z: <http://thehill.com/homenews/campaign/301110-trump-focuses-on-four-key-states>

KANE, JOHN, PATAPAN a HAIG. *The artless art: leadership and the limits of democratic rhetoric* [online]. 2010 [cit. 2017-04-10]. Dostupné z: https://research-repository.griffith.edu.au/bitstream/handle/10072/35065/65354_1.pdf?sequence=1

KRAUS, Jiří. *Jazyk a media mezi retorikou a filosofií. Acta Fakulty filozofické Západočeské univerzity v Plzni* [online]. 2014, (1), 17 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: https://ff.zcu.cz/files/Acta-FF/2014/ACTA_FF_2014_1.pdf

KŮSOVÁ, Lucie. *Prezidentské projevy Miloše Zemana* [online]. Praha, 2015 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/152481/>. Bakalářská práce.

LAKOFF, George. *Why Trump?* [online]. 2016 [cit. 2017-03-21]. Dostupné z: <https://georgelakoff.com/2016/03/02/why-trump/>

MACIAS, Amanda. *Why Hitler was such a successful orator* [online]. 2015 [cit. 2017-01-21]. Dostupné z: <http://www.businessinsider.com/why-hitler-was-such-a-successful-orator-2015-5>

MARSHALL, Ken. *Ohio presidential election results since 1960* [online]. 2012 [cit. 2017-03-10]. Dostupné z: http://www.cleveland.com/pdgraphics/index.ssf/2012/12/ohio_presidential_election_res.html

MCKAY, Brett a Kate MCKAY. *The 35 Greatest Speeches in History* [online]. 2008 [cit. 2017-01-14]. Dostupné z: <http://www.artofmanliness.com/2008/08/01/the-35-greatest-speeches-in-history/>

PACE, Julie a Jill COLVIN. *AP Interview: Trump says big rallies his key campaign weapon* [online]. 2016 [cit. 2017-03-21]. Dostupné z: <http://elections.ap.org/content/ap-interview-trump-says-big-rallies-his-key-campaign-weapon>

Rétorika v dějinách jazykové komunikace. *Naše řeč* [online]. 1983, 66(4), 211–214 [cit. 2017-03-21]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=6407>

URVE, Sajid. *Hitler's Guide to Propaganda – The Psychology of Coercion* [online]. 2008 [cit. 2017-01-21]. Dostupné z: <http://brainblogger.com/2008/11/04/hitlers-guide-to-propaganda-the-psychology-of-coercion/>

O databázi. *KDO JE KDO v české slavistice* [online]. [cit. 2017-03-28]. Dostupné z: <http://www.slaviste.cz/>

Ohio, Pennsylvania and Michigan emerge as the key states in Donald Trump's campaign [online]. 2016 [cit. 2017-03-10]. Dostupné z: <http://www.craigslist.com/article/20160913/NEWS01/160919958/ohio-pennsylvania-and-michigan-emerge-as-the-key-states-in-donald>

Rétorika. *Facebook* [online]. [cit. 2017-03-22]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/R%C3%A9torika-273131783109226/>

Seznam příloh

Příloha A: Transkript kandidátského proslovu z Toleda

Příloha B: E-mail zaslaný panu profesorovi J. Krausovi

Příloha C: Teze pana profesora J. Krause

Příloha D: Plakát k pořádané přednášce

Příloha A: Transkript kandidátského proslovu z Toleda

Wow! What a nice group. Thank you! Thank you. Thank you! What a nice group. That's a big group. We're having some awfully big groups. Thank you everybody. Thank you.

In 12 days we are going to win Ohio and we are going to win back the White House. Believe me. A brand new poll just came out. Remington Research has us up 4 points in Ohio. Early voting is underway so make sure you get out and vote. Right? This is amazing. All – no matter where we go, we have these massive crowds. We just left one that was 11,000. We just – it's been amazing the receptivity. There's never been anything like this in this country. But you have to get out and vote because otherwise – always. We're gonna win. We're gonna win big. I think we're gonna win a lot bigger than people even understand. You know what I mean. A lot bigger. We're tired of stupidity and we're tired of incompetence, and we're gonna run it properly, and that's what we want. We want to... We want to make America great again, folks. Very simple. 75 % of the American people think our country is on the wrong track. Who are the other 25 % just out of curiosity? Who are the 25 %?

We're going to fix it and we're going to get our country back on the right track. Real change begins with immediately repealing and replacing Obamacare. What a mess. It never worked from day one. It was never destined to work. There was no way it was ever going to work and I said before they voted. I said that's never gonna work. It has just been announced that Americans are going to experience a massive double-digit hike in Obamacare premiums, including a 116 % premium hike in the great state of Arizona. Think of that. Don't worry, you're not going to be so far behind. Don't worry. It's a mess. It's a mess. It's going up in numbers like you wouldn't believe. Just so you understand, Hillary Clinton is gonna double down double up. She wants that thing. She's gonna spend so much money. But you're gonna spend more money. You're right. Even Bill Clinton admitted Obamacare is the craziest thing in the world. "Craziest think in the world" where people wind up with their premiums doubled and their coverage cut in half. Job-killing Obamacare is just one more way the system is rigged. Hillary Clinton wants to double down on Obamacare, destroying American health care forever and destroying businesses forever because you see what it's doing to businesses small and big. Just this year, crooked Hillary declared that Obamacare is one of the greatest accomplishments of President Obama, of the Democratic Party, and of our country. Can you imagine – I'm just standing here saying can you believe this? Can you imagine if that's one of your greatest accomplishments as president? And it's a disaster. And by the way, we're gonna repeal it but it's gonna die of its own weight. It's not... It can't make it anyway. The insurance companies are all leaving. They're fleeing. Here in Ohio, another 5 insurance companies are dropping out of Obamacare. You'll have nobody to negotiate with. Just one maybe and that's a tough negotiation. That means all the residents covered by plans from these companies will be getting cancellation notices very shortly. I'm sure you look forward to that. It's a catastrophic situation beyond imagination. Repealing Obamacare is one of the single most important reasons we must win on November eighth. She wants to keep it. She wants to keep it. We're gonna repeal it. We're gonna have a really great plan that's going to cost much less and be much better.

Real change also means getting rid of the corruption in Washington. Hillary Clinton bleached and deleted 33,000 emails, lied to Congress under oath, made 13 phones disappear, some with a hammer, and then told the FBI she couldn't remember 39 times. The Clinton crew gave more than 675,000 to the wife of the Deputy FBI Director overseeing the investigation into Hillary's illegal server. We need to re-open the investigation. Information came out today just a little while ago that's more devastating than anything you've seen so far. WikiLeaks more information but it pertains to what they knew and it makes all of them – they're already liars but it confirms it for the 75th time. Hillary Clinton put the office of Secretary of State up for sale, and if she got the chance, she'd put the Oval Office up for sale also. I proposed a contract with the American voter that will end the corruption and give the government back to the people. I want the entire corrupt Washington establishment – and you know, I've been on that side, just so you understand. Life was a lot easier on that side. I didn't have to do this. But the day I announced. You're welcome. You're welcome. You're welcome. We had to do the right thing. The Washington establishment to hear and heed the words. I'm about to say. If we win on November eighth – okay, okay. You're ready. When we win – there's a lot of good energy in Ohio. That I can tell you. You know, I worked here very early in my career like the early years. One of the first jobs I've ever done, I worked in Cincinnati and it was a great success. And it gave me that confidence. You know? I had a success. And it was confidence, and I love Ohio. Always have. So, when we win, we are going to Washington D.C. and we are going to drain the swamp.

You know, that phrase started about a week ago, and I thought it was terrible. I didn't like it at all. I said, I don't know. I just don't like it. And now it's become one of the hottest phrase anywhere in the world, and I'm saying I like it. That's like did you ever see the great singers – Frank Sinatra. Some of his greatest hits, he didn't like them. But at the end, he liked them very much. Right? It's what happened with drain the swamp. It's a great phrase. But it's true. The people like it. That's much more important.

At the core of my contract is my plan to bring back our jobs. We're living through the greatest jobs theft in the history of the world. So true. Ohio has lost one in four manufacturing jobs since NAFTA, a deal signed by Bill Clinton and supported strongly by crooked Hillary. Remember – who was the one that said that? This guy's screaming Slick Willy. It's true. It's true. That's right. Supported strongly by Slick Willy. I think I'll make that up. Remember every time you see a closed factory and before I get into this. This is too depressing. Is this the most fun you'll ever have? Right? Right? Being at a Trump rally. Being at a Trump rally. There's nothing better. All right. Now let's get back to the closed factories. Okay? But every time you see a closed factory, a wiped out community here in Ohio, the Clintons were really involved because NAFTA has been such a disaster and he signed it. New Mather Metal closed its factory in Toledo and laid off 168 workers and shipped their jobs to Mexico. 2010. Texti Leather Corporation closed their Toledo factory and laid off 160 workers and moved their jobs to China and Canada in 2009. Honeywell's auto lights factory in Fostoria over the past 16 years has laid off and moved at least 900 jobs to Mexico. Employees at Dixon Ticonderoga wowowowoo. Dixon Ticonderoga. Right? Is that the name? Who the hell cares? They're gone. I mean, who cares? Maybe we'll get them back. Should we try getting them back? See? Now with me, they wouldn't be able to leave because whatever the hell they make, when they go to Mexico and they make their product and they wanna send it back over the border and they leave us with closed plants and unemployment and Mexico gets the cash, the employment, the factories, everything. What happens is they

make their products. They wanna send it across. I say, “No, thank you. It’s a 35 % tax to get your product.” Right? Right? 35 % tax. And you know what’s gonn happen? If I do it early enough, they’re not leaving. They’re not leaving. They’re not gonna leave. And if they do leave, we make a lot of money as a country. That’s okay. But nobody’s leaving. 35 % go ahead leave. We’ll enjoy it very much.

We’ve lost and I say this all the time because it’s hard to believe – 70,000 factories. I thought it was a typo. I thought it was 700 or 7,000. It’s 70,000 factories since China entered the World Trade Organization, another Bill and Hillary backed disaster. Under my contract, if a company wants to fire their workers, move to Mexico or other countries, and ship their products back into the United States as I said, we will put a 35 % tax or tariff on those products and they will not leave. Not gonna leave. Now, the politicians knew this. Some of them did. Some of them probably don’t because they don’t have any basic understanding of the way the system works. But a lot of them knew this but they’re controlled by special interests.

You know, I’ll have over 100 million dollars invested in this campaign, meaning – oh, you know, if I don’t win, I will consider that – some of these dishonest people back here. And they are among the world’s most dishonest. They are disgusting. They are among the world’s most dishonest people. But believe it or not, some of them, they said this what we have all done together is one of the great political phenomenon. Some – Bill O’Reilly said this is the single greatest political phenomenon that he’s ever witnessed. Right? Right? But I’ll tell you what. I’ll be in for over 100 million dollars and a lot of work, a lot of energy. And they were saying it doesn’t matter. What you’ve done will go down in the record books and history. Because you know, let’s face it. When we started, it was 17 people, I wasn’t exactly favoured to win. Right? The only people that though that I was gonna win were the people that knew me. Right? I have friends that went and placed bets. They said anytime I can place a bet 3 % on Trump, I will – I have one friend who made a lot of money. But you know what? One by one they’ve disappeared, and now we’re down to one person who’s got low energy. Very low energy. She goes to sleep. So look, here’s the story, folks. Here’s the story. Who is more low energy? Bill O’Reilly just asked me. I just did Bill O’Reilly. He’s on tonight. He said who’s more low energy? Jeb Bush or Hillary Clinton? He just asked me that. What’s the answer? Who? Who? Who’s more low energy? I don’t know. And you know what I say? Doesn’t matter.

Ohio is at the centre of American motor vehicles and the industry is really suffering in terms of production. According to the state development, almost 75 % of all light vehicles produced in North America are made in Ohio or within 500 miles of this great state. The auto industry and its feeder industries account for over 10 % of Ohio’s economy. 75 of Ohio’s 88 counties have at least one automotive industry business. Nearly 1 in 8 Ohio residents are either directly or indirectly employed by the auto industry. Hillary Clinton supported and lobbied for the South Korea trade agreement. You know that one. That’s been another disaster. On the promise of 75,000 new jobs. Instead, her trade destroyed 100,000 jobs, mostly in the auto industry. And believe me, as you stand here today, your executives are negotiating deals to move businesses out of Ohio and into Mexico and other countries because we have nobody to protect our companies and really nobody to protect our workers. Next – you’ve got me. You’ve got me. Believe me. I’ll protect you.

Hillary wants the Trans-Pacific Partnership, which will kill the rest of our auto jobs AND kill jobs generally speaking of this country. Here's the good news. It will never be as bad as NAFTA. You'd never thought I'd say that. NAFTA is the all-time king. There'll never be anything like it. First of all, it was defective the day it was signed. You know, it's a different tax system. Theirs is a VAT tax system. Right? Look, there's a person clapping because only one person understands in this whole audience. Right? You know what I'm saying. It's a VAT tax system. So before we even start, if we go in or they come out, we are 17 % behind their tax is almost 17 %. So we're 17 – so it was a defective agreement for many years and nobody ever fixed it. So they had this huge advantage for many years because of the tax systems. I will stop the Trans-Pacific Partnership and I will bring the auto jobs back to America and keep your remaining auto jobs in Ohio. Believe me, nobody's leaving. They may leave for a different state, don't get angry at me, but we've got to keep them out in our country. We love our country. Right? We will immediately begin renegotiating NAFTA – that disaster. And if we don't get the deal we want, we will terminate NAFTA and get a much better deal. All right? Believe me. You know, folks, it's got to be a two-way street. Right? You know, you want some coming this way. The problem is it's a one-way highway right out.

As part of our plan to bring back American jobs, we will lower taxes on our businesses from 35 % down to 15 %. We'll go from the highest to among the lowest. Hillary Clinton wants to raise taxes on small businesses up to 45 %. What a difference? You know, what a difference this is. And just thinking to myself right now, we should just cancel the election and just give it to Trump. Right? Why are we having it? Her policies are so bad. Boy, do we have a big difference.

Hillary also says she wants to put coal miners out of work. Not gonna happen. Stop producing shale energy in most places, and place a permanent moratorium on energy development on federal lands where vast coal and shale energy and other forms of energy are located. My administration will unleash all sources of American energy, including shale, oil, natural gas, renewables, and clean coal. And we're putting the miners back to work. We will put our miners back to work. And we will put our steelworkers who are under siege back to work. We will become a rich nation once again. A woman came up to me three months ago. She said, "Mr. Trump, I love you. I'm going to vote for you. But you're making a terrible mistake when you talk about making our country rich again. It doesn't sound good." I said to me it sounds good. Why? She explained and I understand. You know, in this world of politically correct, you're gonna be rich again. We're gonna make a rich country again. We need to be a rich country again. If we're going to do what we have to do in terms of infrastructure, which is a disaster. You know, we spent 6 trillion dollars in the Middle East. We could have rebuilt our country twice. And we are not in far worse shape in the Middle East than if our president just went to the beach everyday. Right? Or in the case of Obama, went golfing everyday instead of every other day. Right? You see, the problem is he went every other day so therefore the day he stayed in the White House was not good. And what about this? What about a guy who's constantly campaigning for crooked Hillary? It's all he does. Right? It's all he does. He campaigns – this guy ought to be in the White House working on jobs, working on our military, working on defeating ISIS. What a terrible situation.

But to be a rich country, we also must be a safe country. Hillary Clinton unleashed ISIS onto the world. The vacuum was created and it spread into the United States. There are

now 1,000 open ISIS investigations in the United States. ISIS is on a campaign of genocide against Christians in the Middle East or what they call the Nation of the Cross. That's what they call – the Nation of the Cross. Think of that. Think of that. That's the term they have for Christians. And people – who said that over there? Let me see. Who said that? Who's the guy? Don't worry – they're gonna be – I'll tell you, they are dreaming of having her win. Do you ever notice – she says we're gonna work on the tax code, we're gonna work on ISIS, we're gonna work on this. She's been there for 30 years. What's she been doing? Right? What's she been doing?

ISIS is dreaming – ISIS is dreaming of her becoming president. That I can tell you. They're crucifying, drowning, and beheading their victims. Not since Medieval times have we seen what's happening. Have you ever thought you'd see this? They're throwing people off buildings and hanging their victims from meat hooks. The New York Post just published reports about ISIS crushing children to death and burning adults alive. This is what we have. This is what has been unleashed. Now, Hillary wants massive immigration from the most dangerous regions of the world where ISIS operates, including a 550 % increase in Syrian refugees entering our country over and above the thousands and thousands already coming here under Obama. A Trump administration is going to suspend immigration from terror prone regions and we will suspend the Syrian refugee program. And you know what? We'll work and we'll build safe zones in Syria. We'll do things. We'll get the Gulf States to put in the money because our country has no money. We owe 20 trillion dollars – doubled up under Obama. And yet, our roads are no good and our tunnels and our hospitals and our bridges and our schools. So, we owed all this money. And you know, I like to say if we owe the money and we're in tippy top shape. Right? Tippy top. But we're not in tippy top. We're in terrible shape. Pretty sad. Pretty sad. Let me state this as clearly as I can. If I'm elected president, I am going to keep radical Islamic – when I'm elected president, better get out and vote. I am going to keep radical Islamic terrorists the hell out of our country. Believe me. Believe me.

Hillary also said she wants totally open borders, meaning you don't have a country anymore. A Trump administration will also secure and defend the borders of the United States. And yes, we will build a wall. A real wall. This will be a real wall. And Mexico will pay for the wall. Thousands of Americans have been killed by illegal immigrants. And by the way, the border patrol agents and I.C.E. both endorsed me. Endorsed me. First time they've ever endorsed a candidate for president. Right here in Ohio, 60-year-old Margaret Kostelnik was murdered in cold blood by an illegal immigrant. Earlier that day, her killer shot another woman in the arm while she was with her children in a nearby park. Police encountered the man more than 3 weeks before the crime spree but federal authorities, under Obama, refused to take him into custody. People that knew this thug were begging – were begging – that he be incarcerated. He was so dangerous. Nothing was done. Then there was the case of 90-year-old Earl Olander, a Minnesota farmer who was brutally beaten by illegal immigrants and left to bleed to death in his own house. Earl's body was found with his hands bound behind his back in duct tape and blunt force injuries to his head. His killers had criminal records a mile long but they did not meet the Obama administration's priority for removal. Then you had the recent case of 800 people – tough ones – who were going to be deported. You saw that three weeks ago. Right? They were going to be deported. Now, you know if they're gonna be deported from our country, they got to be trouble. What happened is there was a mistake made, and instead of deporting them, congratulations everybody, they became United

States citizens. And it was a mistake made. Instead of 800, I have a little bad news for you, instead of 800, it was close to 1,800 people. So, they became. So, I then said very strongly then undo the error. Undo the error. And they said we can't do that. It would not be constitutional. Can you believe this? Can you believe this? Right? I have a message for the cartels, the drug dealers, and the gang members – when I win – when, when! Do you understand me? Your long reign of crime and terror will come to a crashing end.

We will also repeal the Obama – Clinton defence cuts and rebuild our badly depleted military where we have our greatest people. We will rebuild our army, which is the smallest since World War II. And maybe we need it more than ever before. Almost ever before. We've had some other pretty bad times too. But we need strength. Peace through strength. Right? New order for equipments for our troops will need to come to places like Lima, Ohio. I like Lima better. What do you like? Home of the Abrams tank. Is that the best tank in the world? Is it? Is it the best?

And we will change our foreign policy. Hillary Clinton's policies in Iraq, in Syria, in Libya threw the Middle East into turmoil. Now, Hillary wants to start a shooting war in Syria in conflict with a nuclear armed Russia, which could very well lead to World War III. And you see the way she talks about Putin. I mean, no wonder Putin doesn't like her and has no respect for her. You know, they're nuclear armed. It's all right. It would be nice if we got along. If we don't, we don't. But it would be nice. But how can he get along with her? How can he get along with her? He's got no respect for her, number one. And the way she talks, it's ridiculous. I'll tell you what, honestly, if we can have a good relationship with Russia, that would be a good thing. Not a bad thing. I mean, I hate to say it. It'd be a good thing. I don't know that that will happen but it'll be a good thing. One thing, I'll figure it out real fast. You understand that. Right? I'll figure it out real fast.

To all Americans, I say it's time for a new leadership. We have to have new leadership. We cannot have another four years of Barack Obama. Cannot. Just think about what we can accomplish in the first 100 days. We're going to have the biggest tax cut since Ronald Reagan. We're going to eliminate every unnecessary job killing regulation. Provide school choice and put an end to Common Core, bring your education local. We're going to rebuild our military and take care of our great, great veterans. They have not been taken care of. We will support the wonderful men and women of law enforcement. Save the Second Amendment, which is under siege, and appoint justices to the United States Supreme Court who will uphold and defend the Constitution of the United States. Americans are tired of being told by politicians that they have to defer their dreams to another day but really you and I know it's another decade or many decades away.

It's like our politics are caught in a total time loop. We keep electing the same people over and over again who keep making the same mistakes and who keep offering the same old tired excuses. These career politicians keep telling us that things can't change, that we can't try new solutions. Not only try. The new solutions are common sense. So simple. I mean, keeping our jobs. That's gonnawork, folks. Let me tell you. It's amazing, it's amazing that it's gone this long. But again, the special interests, the donors, they control the politicians. But I have a message for them. The future belongs to the dreamers, not the cynics and not the critics. I'm asking all Americans to join me in

dreaming big like we used to in this country. Big and bold for our future. I'm going to fight for every American of every background in every stretch of this nation. I'm going to fight for every mother who has lost her child to illegal immigration or drugs or gang violence. I am going to fight for every community in Ohio, in Michigan, in Pennsylvania and all around this nation whose jobs have been ripped out and shipped to other countries because we have people that are not capable of properly representing us. So sad. So easy and so sad. I'm going to fight for every citizen who believes that government should serve the people, not the donors and not the special interests. And I'm going to fight to bring us all together as Americans. We're living in a divided country. It's not gonna be divided. We're gonna love everybody like we love the people in this room.

Just imagine what our country could accomplish if we started working together as one people under one God saluting one America flag. Think about that. Once again, we will have a government of, by, and for the people. And we're going to work on our ghettos so the – you take a look at what's going on where you have pockets of areas of land where you have the inner cities and you have so many things so many problems, so many horrible, horrible problems. The violence, the deaths, the lack of education, no jobs. We're going to work with the African-American community and we're going to solve the problem of the inner city. We're going to solve the problem. We're going to bring back jobs to the inner cities. We're going to bring proper education, including school choice. And we're going to bring our safety back. We're going to bring safety back. You can't walk out the streets. You buy a loaf of bread and you end up getting shot. So we're going to work very strongly with the African-American community. And remember this: The Democrats have been talking about this for years. I mean, 50, 80, 90, 100, unbroken. We are going to solve the educational problem, the crime problem, and the jobs problem of the inner cities. And a lot of people are gonna be very happy.

Gonna finally happen. They've been talking. They want your vote. So they come in and they get your vote and then they get your vote four years later and then they get your vote again. And at some point, people say, "That's enough." They only want your vote. Hillary wants your vote. That's all.

Together, we will make all together America wealthy again. We will make America strong again. We will make America safe again. And guess what the last one is? See all those beautiful caps? We will make America great again. Thank you, Ohio. Thank you. Get out and vote. God bless you everybody. Get out and vote. Thank you.

Příloha B: E-mail zasláný panu profesorovi J. Krausovi

Vážený pane profesore,

kontaktuji Vás na základě předešlé telefonické komunikace, kdy s Vámi mluvil vedoucí mé bakalářské práce – pan doktor Zábranský z Univerzity Hradec Králové.

Bylo mi řečeno, že Vám nastínil téma mé bakalářské práce zabývající se analýzou proslovů Donalda Trumpa. Díky ohromnému množství materiálu se zaměřuji pouze na proslovy pronesené v Ohiu v rámci posledního měsíce Trumpovy předvolební kampaně. Těchto celkem 6 proslovů lze zhlédnout zde:

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLKf39Ur1JxUqMZN-idwJySI2T73m7s7F>.

Vzhledem k tomu, že je součástí mé bakalářské práce také projektová část, bych se Vás ráda zeptala, zda byste mi byl ochotný poskytnout krátký rozhovor na téma Trumpových rétorických schopností. Zamýšlený rozhovor by se však nemusel zabývat pouze tímto fenoménem, ale také významem a důležitostí současné rétoriky. Byla bych poctěna a velmi vděčná za možnost získání erudovaného názoru od někoho, kdo se tímto oborem zabývá na takové úrovni jako Vy.

Jelikož jsem v archivu České televize viděla Vaši přednášku o historii rétoriky a její současné renesanci, napadlo mě také, zda by bylo možné se s Vámi domluvit na uskutečnění podobně přednášky, která by zazněla na naší univerzitě. Domnívám se, že by Vaše slova byla velkým přínosem nejenom pro mě, ale také pro mnoho dalších studentů. Hovořila jsem o této možnosti s panem doktorem Zábranským, který Vás bude kontaktovat prostřednictvím e-mailu s pozváním k přednášce v rámci Jazykovědného sdružení pobočky UHK.

Dejte mi prosím vědět, pokud byste se mohl jakýmkoliv způsobem podílet na jednom z výše uvedených návrhů.

Vzhledem k tomu, že navštěvuji Prahu párkrát do měsíce, bychom se mohli domluvit na případných požadavcích a dalších potřebných detailech osobně.

S pozdravem a přáním hezkého dne

Eminiová

Příloha C: Teze pana profesora J. Krause

Rétorika jako teorie i praxe řečového dorozumění

prof. PhDr. Jiří Kraus, DrSc.

Jazykovědné sdružení – UHK – 22. března 2017

Rétoriku jako jeden z ústředních okruhů antického dědictví charakterizuje francouzský historik Henri-Irénée Marrou dnes možná překvapivými slovy: „Studium rétoriky, které do doby renesance dominovalo ve všech západních kulturách, má svou kolébku ve starém Řecku, kde tento obor představoval jádro vzdělání a kultury. Studium filozofie, které představovali Sokrates, Platon a Aristoteles, bylo i přes svou pozdější plodnost relativně méně významným prvkem v celku řecké kultury a nikdy nemohlo soutěžit s rétorikou, ať šlo o počet lidí, kteří se mu věnovali, nebo o bezprostřední společenský dopad.“

Toto tvrzení nabízí několik závěrů. Především podává informaci o stáří disciplíny, jejíž podoba se utvořila před dvěma a půl tisíci lety. Je pozoruhodné, že tento důmyslný systém, složený z velkého počtu hierarchicky uspořádaných prvků, se v zásadě dochoval až do současnosti a inspiroval mnohé obory zabývající se jazykem a dorozuměním. Množství bibliografických údajů nasvědčuje tomu, že rétorika se stala metajazykem kulturních dějin a podílela se na kulturním i politickém a náboženském vývoji lidského myšlení. Objevy Ciceronových a Kvintiliánových textů, považovaných za ztracené, představovaly zásadní podnět pro zrod renesance. Spor mezi rétorikou a filozofií, vyvolaný Platonovou kritikou sofistů, i konflikty mezi rétorikou a teologií významně ovlivnily myslitele od doby raného středověku, racionalismu až po současnou postmodernu. Systematika rétoriky připoutala k sobě pozornost ze strany strukturalistů, zvláště frankofonních, v oblasti literární teorie.

Rétorika je poznamenána pozoruhodným paradoxem. Zpočátku se zrodem demokracie, republiky a svobody slova vznikla jako technika (řecky *techné*) mluvené řeči (u soudů a v politice), ale později, s nástupem císařství a s rozšířením písma ve sféře korespondence a krásné literatury se přeměnila v náročný systém pouček o stylizaci a interpretaci textů psaných.

Jednotlivé oddíly rétoriky (*partes artis*) jsou předobrazem generativní teorie textů. Od invence (vyhledání témat a argumentů) k jejich uspořádání, dispozici, po jazykové ztvárnění, stylizaci (*elocutio*), memorování a konečně podání (přednes, gestiku, mimiku). Později se chápání rétoriky rozštěpilo na složku argumentativní (rozpracování zásad invence) a literární (*tropy* a *figury* jako základ oddílu *elocutio*).

Po období úpadku prestiže rétoriky vyvolaného hnutím romantismu a kritikou ze strany Kantovy dochází ve druhé polovině 20. století k renesanci oboru jak v oblasti jazyka, umělecké literatury, tak v oblasti filozofie a teorie argumentace. Podnět z oblasti komunikační praxe vychází ze strany politických kampaní, reklamy, potřeby účasti na veřejném životě (též v souvislosti s technologickými médii).

V českém prostředí se pojem rétoriky často spojuje s neupřímností, klamným přesvědčováním, prázdným verbalismem. Vinu na tom nese – jak konstatoval již Jungmann ve Slovesnosti – nedostatečná tradice parlamentního systému a soudnictví. Zájmu neprospívá ani malý zájem ze strany klasických filologů. Teprve v roce 1986 byly do češtiny přeloženy Kvintiliánovy Základy rétoriky (z konce 1. stol.), Ciceronovy klíčové dialogy Řečník, O řečníkovi, Brutus jsou k dispozici ve slovenském překladu.

RÉTORIKA JAKO TEORIE I PRAXE ŘEČOVÉHO DOROZUMĚNÍ



JAZYKOVĚDNÉ SDRUŽENÍ, POBOČKA
PŘI UNIVERZITĚ HRADEC KRÁLOVÉ,
si Vás dovoluje pozvat na přednášku, kterou prosloví

**prof. PhDr. Jiří Kraus,
DrSc.**

Přednáška se koná ve
**středu 22. března 2017
od 14:05 hod.**

v učebně A10 budovy OSV
Univerzity Hradec Králové
(ulice Hradecká 1227).