



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Irena Žantovská

Rétorika a komunikace

Studijní text

Praktická rétorika

© Doc. Ing. Mgr. Irena Žantovská, Ph.D., 2018

1

Obsah

Úvodem

1. Rétorické vystoupení je zvláštní komunikační situace

1.1 Co to je veřejný projev

1.2 Jaké dovednosti by měl mít řečník

1.3 A co publikum

2. Stanovit téma samo o sobě nestačí

2.1 Na začátku stojí volba tématu a cíle

2.2 Formulujte svoji centrální myšlenku a rozved'te ji

2.3 Svoje propozice musíme řádně podpořit

3. Náš projev musíme víc, než jen napsat

3.2 Umění selekce a kompozice

3.1 Volba stylu, aneb jak na to

3.2 Oblast verbálních prostředků

3.3 Začínáme psát – jádro projevu, závěr a úvod

4. Řečnické vystoupení jako vrchol dlouhodobé přípravy

4.1 Dobře se připravit znamená zapracovat i na zvukové modulaci

4.2 Také naše tělo „mluví“

4.3 Opakovaný nácvik

4.4 Poslední fáze – řečnické vystoupení

Závěrem

Seznam použité literatury

Úvodem

Moderní rétorika je odborná disciplína, která má vedle své teoretické složky také velmi výraznou a z hlediska celého oboru významnou složku dovednostní. A právě rétorické praxi, procesu přípravy, nácviku a realizace konkrétního řečnického vystoupení, se věnuje tento učební text. Pojem rétorika ve spojení s představou umění mluvit pojí již od antických dob, i když jeho význam a obsah se pochopitelně různě modifikuje a vyvíjí. Ovšem umění mluvit s lidmi tak, abychom je získali, přesvědčili a motivovali je komunikační dovedností, která se vyžaduje a pěstuje v každém období vývoje lidské společnosti. Schopnost zvládnout rétorickou komunikaci se stala neodmyslitelnou součástí naší profesní vybavenosti a jedním z předpokladů pracovního úspěchu.

Tento studijní text se výběrově zaměřuje na praktické rady, návody a poučky, které souvisí s komunikační situací přednesu řečnického projevu, především apelativního typu. Rétoriku pojímá jako teorii účinné komunikace a požadované dovednosti řečníka směřuje k tomu, aby co nejefektivněji dosáhl svým projevem předem stanoveného cíle. Zkoumání celého procesu, od výběru tématu až po realizaci projevu před publikem, se odvíjí od klasického členění rétoriky, známého již od antických dob – tedy jednotlivých etap *inventio* (vyhledávání témat), *compositio* (uspořádání), *elocutio* (styl), *memoria* (zapamatování si, osvojení si připraveného projevu opakovaným nácvikem) a *actio* (vlastní přednes).

1 Rétorické vystoupení je zvláštní komunikační situace

1.1 Co to je veřejný projev

Komunikujeme neustále - doma, v práci, v osobním životě, v profesionálním prostředí, ve veřejném prostoru; komunikujeme osobně nebo zprostředkovaně, komunikuje dokonce i tehdy, když tzv. nechceme komunikovat a mlčíme, protože i to je způsob sociální interakce a určitý typ komunikace. Ovšem ne každý komunikační projev je rétorický, pro účely tohoto textu budeme uvažovat tak, že tento pojem vztáhneme na komunikační situace, kdy „*mluvčí hovoří k relativně velkému publiku nepřetržitým projevem a obvykle bývá osobní*“¹, jedná se o projev monologický, tedy takový, který je zpravidla pronesen souvisle, je předem připravený a od publika se neočekává okamžitá slovní odezva, ale pro dotazy, námítky či různé komentáře je prostor vymezen až po dokončení řečnického vystoupení. Je to projev veřejný, řečník se tedy obrací k relativně širokému publiku a jeho dominantní komunikační funkce se soustřeďuje na oblasti vysvětlování, dokazování, přesvědčování či vyvracení; moderní rétoriku tedy dnes většina odborníků charakterizuje jako „*teorii veřejné účinné komunikace, tj. nauku o tom, jak přesvědčit posluchače a jak ho získat pro stanovisko řečnickovo*“². Efektivitu řečnickova vystoupení tedy hodnotíme v závislosti na tom, do jaké míry se mu podařilo dosáhnout výše uvedeného cíle, tedy na míře jeho přijetí publikem.

Historie rétorických projevů se odvíjí již od antiky a přetrvává do současnosti, za tu dobu se ustavily rozličné pohledy na členění a kategorizaci různých řečnických žánrů, útvarů, forem a typů. Co se týče forem rétorických projevů, rozlišujeme **základní přístupy k přednesu** textu takto:

- **Řeč čtená**, tedy taková, kdy řečník svůj předem připravený napsaný celý projev čte doslova a bez dalšího komentáře
- **Řeč z paměti** (více či méně), tedy taková, kdy si řečník svůj projev dopředu připravil, ale před publikem ho pronáší z paměti, koncept projevu může být sepsán jako celek nebo může být připraven ve formě poznámek a bodů a řečník ho může občas využít a

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

² Lotko, E.: *Kapitoly ze současné rétoriky*. Olomouc: Univerzita Palackého 2004, s. 16. ISBN 80-244-0796-5

nahlédnout do něj nebo přednášet úplně bez poznámek či dalších pomůcek; někdy se také používá termín „řeč spatra“

- **Řeč improvizovaná** (částečně nebo úplně), tedy taková, kdy řečník mluví bez písemného konceptu a bez přípravy v okamžité reakci na vzniklé události, (např. diskusní příspěvek ve volné diskusi), nebo si připravil pouze některé slovní obraty, argumenty a klíčová slova

Pokud se týče dělení řečnických projevů podle žánrů, pokud pomineme základní dělení známé od antiky na řeči soudní, poradní, oslavné, můžeme využít např. následující **kategorizaci řečnických žánrů**:³

- **Angažované**, jejich základní komunikační funkcí je ovlivňovat, přesvědčovat, (případně manipulovat)
- **Naučné**, jejich základní komunikační funkcí je poučovat, vysvětlovat, (případně hodnotit)
- **Příležitostné**, jejich základní komunikační funkce se odvíjejí od typu události, ke které se vážou – např. různé slavnosti, shromáždění, jubilea; jedná se tedy o funkce kontaktní, rituálovou, reprezentační, atd.
- **Náboženské**, jejich základní komunikační funkce je úzce a neodmyslitelně spojena se specifikem náboženského obsahu

Pro jednotlivé žánrové kategorie byly stanoveny různá doporučení a pravidla, která se dotýkají jejich lexikální stránky, kompoziční stránky i způsobů vhodného přednesu. Zároveň se v jejich rámci postupně vyvinula i **celá řada řečnických forem a útvarů**, mezi které patří různé **proslovy, projevy, přednášky, referáty, diskusní příspěvky, sdělení**, atd. a také od antiky přetrvávající **vymezení pojmu řeč jako formy mluveného projevu** – „*řeč je účelně rozvržený útvar, detailně propracovaný a kompozičně hierarchizovaný na širší ploše, důsledně strukturovaný a sledující přesně definované účinky někdy i ve vícero směrech v určitém kulturním, historickém, politickém kontextu. Řeč je útvar časově rozsáhlý, často reagující na konkrétní společenskou situaci, postihující důležitá témata jako je formování celospolečenských hodnot, norem a ideálů nebo naopak zpětné hodnocení důležitých*

³ Poznámka: Tato klasifikace pochází od Jána Mistríka

okamžiků historického vývoje společnosti či přínosu významných jednotlivců. Každá řeč, která má své neopakovatelné místo v dějinách rétoriky, vždy byla inspirací pro další směřování společnosti a zásadně se obracela k přítomnosti způsobem, který v daném kontextu dokázal široce rezonovat.⁴

1.2 Jaké dovednosti by měl mít řečník

Konstatovat, že „řečníkem je ten, kdo řeční k publiku“, se zdá být jednoduché, ale zhostit se komunikační role řečníka se ctí a obstát v ní tak, abyste své publikum skutečně získali a přitom naplnili vše, co jste si předsevzali, vyžaduje uplatnění celé řady nejen komunikačních dovedností. O tom, co všechno je součástí rozsáhlé přípravy adepta řečnictví a nakolik je vlastně umění rétoriky naučitelné se vedou spory od pradávna; nesporné je, že určité předpoklady a vlastnosti jsou vítané, základní znalost teorie nezbytná a disciplína k opakovanému procvičování získaných dovedností nutná. Každý řečník, který v této úloze vstupuje do komunikační interakce se svým publikem, svým vystoupením nepředává pouze to, co si připravil a nacvičil, ale svým chováním a jednáním předává auditoriu komplexní sdělení, jehož součástí jsou i informace o něm samotném, vědomě i nevědomě signalizuje jaký je, co si myslí, co prožívá a co doopravdy chce. Proto bychom měli **pozici řečníka přijímat tehdy, pokud:**

- Máme **dostatečnou motivaci**
- Jsme schopni **jasně deklarovat své cíle** a stát si za nimi
- Cítíme se **dostatečně připraveni** na to, abychom zvládli úkoly, které z role řečníka vyplývají
- **Seznámili jsme se** pokud možno dopředu **s charakteristikou a očekáváním našeho publika**
- Máme dostatečně **vypracovanou komunikační strategii** i s možnými variantami
- Jsme schopni **průběžně vyhodnocovat signály zpětné vazby** a kreativně reagovat
- Jsme schopni prezentovat se s odpovídající mírou sebejistoty a sebedůvěry

⁴ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán 2015, s. 187. ISBN 978-80-7363-712-5

Již v Aristotelově *Rétorice*, jedné z prvních učebnic tohoto oboru vůbec, se uvádí, že jedním z nejdůležitějších přesvědčovacích prostředků, kterými řečník disponuje, je on sám – jedná se o termíny⁵:

- **Ethos**, který souvisí s jeho povahou a pověstí
- **Pathos**, který souvisí s jeho schopností zapůsobit svým přednesem
- **Logos**, který tzv. tkví v řeči samé, tedy souvisí s jeho schopností znění projevu připravit jasně, srozumitelně a přehledně

Řečeno dnešním moderním jazykem, každý kdo vstupuje na pomyslné řečnické a vystupuje před publikum, musí vzít v úvahu, že do procesu rétorické komunikace a zejména efektivity jeho výstupu se zapojují i faktory, které vyplývají z celého řečnickova života, ne pouze z odborné či okamžité pracovní přípravy, vedle jeho **erudice** a **kompetentnosti**, se jedná např. i tak složitě definovatelnou složku jako je **charisma**.

1.3 A co publikum

Každý zodpovědný řečník zahrnuje do své přípravy i analýzu publika, protože svůj projev pak připravuje právě s ohledem na jeho čekávání, možnosti a nastavené parametry. Na každého z nás totiž „platí něco jiného“, každý z nás preferuje např. jiné argumenty, je mu jinak příjemná přítomnost emocí ve vystoupení, je mu blízký jiný slovník nebo celkový styl projevu. Právě otázka **složení publika z hlediska jeho homogenity** či míry jeho případné nehomogenity je první, kterou si řečník klade. Dále by měl vzít v úvahu **sociologické parametry**, jako jsou věk a pohlaví, případně úroveň a zaměření vzdělání, národnost či etnicitu, ale také případné další faktory - výši příjmu, velikost bydliště, stav, či otázky náboženství, kultury, životních zvyků, politické příslušnosti a mnoho dalších; samozřejmě vždy výběrově a s ohledem na konkrétní aktuální kontext časový, prostorový, kulturně – politický, atd. Z jiného úhlu se na věci dívá **psychologická analýza publika**, která si primárně klade otázky typu:

- Jakými vědomostmi a znalostmi publikum převážně disponuje?

⁵ In ARISTOTELES. *Rétorika*. Praha: Petr Rezek 1999. ISBN 80-86027-14-7

- Jaká atmosféra a nálada v publiku převažuje?
- Jak vysoká je ochota většiny publika soustředit se na váš řečnický výkon?

Stará rétorická poučka říká, „že zatímco básníkem se člověk rodí, řečníkem se stává“. Aby se tak stalo, musí se budoucí dobrý řečník rétorice věnovat opakovaně, procvičovat své schopnosti a i přes počáteční případnou trému a nedokonalost podstupovat jak zkušební, tak první „opravdové“ řečnické výstupy, i když zpočátku třeba jen ve své třídě nebo skupině, protože to je jediná cesta, jak získat zkušenosti a přiměřenou elokuční zběhlost, tedy připravenost k pohotové kreativní reakci v oblasti výmluvnosti, případně i k současné volbě odpovídajících mimoslovních prostředků.

Zkušený řečník si je vědom toho, že zaujmout publikum je věc jedna, ale docílit toho, aby mu zaujetí vydrželo pokud možno po celé jeho řečnické vystoupení, je věc jiná, protože schopnost soustředit se přirozeně kolísá a v průběhu času se mění a snižuje - „*proto již v průběhu přípravy na řečnické vystoupení do svého projevu zabudovává určité prvky, které mu průběžně práci s publikem usnadňují; v jazykové přípravě – ve volbě sloganů a klíčových slov, při stylistickém zpracování užitím zejména sugestivních a dramatických řečnických prostředků tam, kde je možné očekávat ztrátu pozornosti, střídáním délky vět před podstatnými body projevu a ve schopnosti gradace projevu harmonizací verbálních i neverbálních prostředků*“.⁶

⁶ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán 2015, s. 252. ISBN 978-80-7363-712-5

2. Stanovit téma samo o sobě nestačí

2.1 Na začátku stojí volba tématu a cíle

Na otázku čím začít, lze odpovědět poměrně snadno – **stanovit si vhodné téma**. Není ovšem téma jako téma – jsou témata vhodná a témata, která jsou v určitých společnostech nebo za určitých okolností tabu, jsou témata aktuální a témata nadčasová. Témata mohou být i módní, konfliktní, celospolečenská a hlavně, ne každé téma je vhodné pro každého řečníka. Pokud tedy není konkrétní téma z nějakých důvodů stanoveno dopředu, můžeme začít např. tím, že si postupně **vytvoříme seznam oblastí**, ze kterých bychom si následně mohli vyspecifikovat naše téma projevu. Dané oblasti posoudíme z několika různých úhlů pohledu a následně **formulujeme možná klíčová témata**, v úvahu přitom bereme různá kritéria – od případných parametrů zadání, přes jeho očekávané přínosy pro naše potencionální publikum, až po posouzení, jak dalece toto téma ovládáme a jak moc nás samotné zajímá. Do úvahy zapojíme také další parametry kontextu – tedy kdy, kde a za jakých okolností se naše řečnické vystoupení uskuteční, co od nás očekávají naši diváci, co pořadatel a v neposlední míře také to, co od sebe očekáváme my samy – a to jak ve smyslu samotné kvality našeho projevu, tak ve smyslu přínosu pro naši další případnou profesní nebo řečnickou kariéru. Téma bychom měli vždy **volit s ohledem na to**:

- V čem jsme kompetentní
- Čemu rozumíme
- Co nás zajímá
- Co odpovídá našemu naturelu
- Co může obohatit naše publikum
- Co může mít přínos pro náš další profesní a osobnostní rozvoj

Pokud projdeme tímto procesem a zvolíme si příslušné téma, nastává **etapa prozkoumání tématu do šířky i do hloubky** a jeho následného vymezení:

„Proces vymezení je prostý; opakovaně rozdělujeme téma podle podstatných částí. Rozdělte například téma do několika částí a tyto části poté opět rozdělte do dalších skupin. Tímto

způsobem pokračujte, dokud nebude téma vyčerpáno – abyste měli téma rozebrané zodpovědně do hloubky.”⁷.

Jestliže jsme se rozhodli pro konkrétní téma, je třeba **definovat také náš konkrétní cíl** – oba tyto kroky mohou následovat po sobě nebo být i souběžné, vždy však jsou propojené a působí ve vzájemné součinnosti. U delšího projevu, který je rozdělen do jednotlivých bloků, které mají svá podtémata, můžeme mít vedle cíle **hlavního**, zastřešujícího i cíle **díličí**. (U projevů s přítomnou manipulační funkcí může být vedle oficiálně uváděného cíle ještě tzv. cíl **skrytý**, který je však tu tohoto typu projevů cílem hlavním).

Formulace cíle projevu představuje vlastně úkol, který zadává řečník sám sobě a který vystihuje účel, pro který své řečnické vystoupení absolvuje. Cíle se liší podle převažujícího charakteru projevu; **u informativního projevu** je naším převažujícím cílem:

- **Informovat** publikum o ...
- **Vysvětlit** publiku...co...
- **Poučit** publikum o...
- **Demonstrovat** před publikem...co...

U projevu s převažující apelativní složkou, kdy se snažíme ovlivnit oblast lidského mínění – tedy představy, názory, postoje, případně jednání publika, je naším cílem převážně:

- **Změnit** názory, postoje, mínění publika v jejich opak
- **Oslabit** stávající názory, postoje, mínění publika
- **Posílit** stávající názory, postoje, mínění publika
- **Motivovat** publikum, aby se určitým způsobem chovalo či jednalo
- **Zabránit** publiku, aby se určitým způsobem chovalo

Vždy platí, že musíme vzít do úvahy i naše možnosti ohledně časových dispozic projevu a na základě toho stanovit své téma i cíl z hlediska jeho hloubky a šířky přiměřeně. Formulace cíle, krátká rozkazovací věta, by měla být:

⁷ DeVito, J. A.: Základy mezilidské komunikace. Grada Publishing, Praha 2001, s. 281. ISBN 80-7169-988-8

- Konkrétní
- Jednoznačná
- Jednoduchá
- Jasně formulovaná

Nejčastějšími chybami v této fázi přípravy bývá to, že si zvolíme téma příliš obecně, nebo že se snažíme do jednoho projevu zapracovat hned dvě nebo i více hlavních témat, nebo že se v dílčích tématech bezděky odkloníme od hlavní linie projevu, nebo že si stanovíme neodpovídající cíl projevu a zahrátme publikum přemírou informací nebo naopak frází. Dále platí, že bychom opakovaně měli vždy všechny své kroky **znovu prověřovat i z hlediska našeho potencionálního publika a očekávaného průběhu** komunikační situace řečnického vystoupení tak, jak jsme uvedli již v předcházející kapitole.

2.2 Formulujte svoji centrální myšlenku a rozved'te ji

V rámci každého projevu zazní řada myšlenek, z nichž některé budou zcela zásadní a jiné mohou mít spíše doplňující úlohu. Aby byl projev celistvý, kompaktní a neobjevovaly se v něm nesouvisející prohlášení, je třeba vždy zformulovat hlavní tezi projevu, tedy hlavní – centrální – myšlenku, na kterou pak v ideálním případě ty ostatní navazují nebo ji rozvíjejí. Hlavní teze představuje základní sdělení vašeho projevu, je to vyjádření, které by si publikum mělo zapamatovat, proto ji obvykle formulujeme jako jednoduchou oznamovací větu či souvětí, které je stručné a přehledné a jasně vymezuje řečnickovy pozice. Toto výchozí tvrzení by mělo být formulováno jako jednoduše zapamatovatelné, srozumitelné a v apelativních projevech může mít i podobu opakujícího se sloganu. Myšlenky, které se následně odvíjejí z námi stanovené teze, nám pomohou vytvářet naše hlavní propozice.

Obecný příklad postupu pro první kroky přípravy krátkého apelativního projevu:

Téma: výuka rétoriky na vysoké škole

Cíl: Motivovat studenty, aby se učili rétoriku.

Hlavní teze: Znalost rétoriky je pro každého studenta věc prospěšná.

Pokud si nyní položíme otázku „proč je prospěšná“ a budeme se snažit na ni odpovědět z různých stran a pozic, budeme vytvářet své základní propozice, např.:

- a) Pomůže nám zlepšit kulturu našeho vyjadřování při zkouškách.
- b) Budeme lépe schopni vyložit své odborné záměry a cíle.
- c) Zlepší se naše komunikační schopnosti.
- d) Budeme schopni zvládat přesvědčivěji pracovní pohovory.
- e) Zvýší se naše šance uspět při hledání zaměstnání.
- f) Pomůže nám získat lepší pracovní ohodnocení.
- g) Pomůže nám zvýšit naše sebevědomí.
- h) Budeme lépe schopni vyložit své názory a postoje. Atd.

Na základě našeho konkrétního limitu časového a celkově zadaného rozsahu provedeme další selekci – např. sloučíme propozice, které spolu úzce souvisí do jedné či dvou, opustíme propozice, které jsou pro náš záměr a přidělený časový prostor příliš detailní, vytyčíme si body, které nám připadají nejdůležitější nebo budou patrně nejvíce zajímat naše publikum. Portfolio našich upravených propozic pak může vypadat např. následovně:

- 3. Zlepší se naše komunikační schopnosti.
- 4. Zlepší se naše možnosti získat atraktivní zaměstnání.
- 5. Zlepší se naše schopnosti posadit sebe a své představy.

Následují kroky, ve kterých musíme soubor svých vytvořených propozic dále prozkoumat a podpořit. K tomu si musíme připravit různé typy podpůrného materiálu, argumentů, případně apelů, atd. a dále s nimi pracovat.

2.3 Svoje propozice musíme řádně podpořit

Jestliže jsme si zvolili téma, uložili si cíl projevu, zformulovali hlavní tezi a vytvořili systém propozic, nastává etapa konečného sběru a shromažďování materiálu, který naše tvrzení doloží a podpoří. Provedeme základní cílený průzkum různých databází, internetových zdrojů, odborné literatury, archivů, atd. Pro převažující **informační okruhy** budeme používat především mimo jiné:

- nezpochybitelné důkazy a definice
- číselné statistické údaje, včetně jejich vizuálního zobrazení
- ověřená data
- prokázaná fakta
- exaktní modely
- oblast logické argumentace, atd.

Pro **apelativní žánry** často používáme i další prostředky:

- logické výzvy
- konkrétní příklady
- fiktivní i skutečné příběhy
- motivační apely
- apely spojené s osobností řečníka

Argumentace – zdůvodňování – představuje myšlenkový postup, jehož pomocí se snažíme:

- prokázat pravdivost našeho tvrzení, mluvíme o **dokazování**
- prokázat nepravdivost tvrzení našeho rétorického protivníka, mluvíme o **vyvracení**

Argumentace může být:

- věcná, argumentum ad rem (**k věci**)
- nevěcná, argumentum ad hominem (**k člověku**)

Argumentačních postupů může být celá řada, některé argumenty jsou tzv. apomiktické – nesporné, jiné rétorické a tvoříme je různým způsobem. Již od Aristotelových dob se v rétorice uvádějí jako základní prostředky rétorické argumentace **enthymema** (sylogismus řečnický, který vzniká na základě deduktivního úsudku) a **příklad** (který zastupuje myšlenkový postup indukci); zdůvodňovat můžeme také z analogie, ze znaků, z příčin a důsledku apod.

V apelativním projevu se dále často vyskytují i apely – **motivační výzvy**, které obracejí pozornost publika např. k základním lidským potřebám jako je např. bezpečí, ale také k oblastem peněz, zisku, vlivu, moci, hrdosti, seberealizace, apod. Nezastupitelné místo mají i **apely, které souvisejí s osobností řečníka** – jeho pověst, charakterové vlastnosti, kompetence, znalosti, erudice, charisma, atd. Naopak tzv. klamné argumenty, tedy takové, které chtějí záměrně znejistit a zmást publikum, a přitom jsou pouze zdánlivé a nevědecké, v projevu kultivovaného a eticky zodpovědného řečníka místo nemají.

3. Náš projev musíme víc, než jen napsat

3.1 Umění selekce a kompozice

Častou chybou začínajících řečníků bývá jejich snaha zařadit do svého projevu co nejvíce informací, dat a argumentů a pak se může lehce stát, že posluchač je zahlcen a ztrácí soustředěnost. Veškeré shromážděné materiály posoudíme z hlediska jejich vztahu k našemu tématu a k hlavní tezi; následně vybereme nejdůležitější fakta a argumenty, sloučíme nebo zkombinujeme, co je možné a případně vypustíme to nejméně důležité. Pak si zvolíme **kompoziční vzor**, podle kterého materiál uspořádáme. Takových možností je celá řada, například pro informativní typy projevu se hodí:

- **časový vzor**, který pracuje s časovými liniemi a posloupnostmi
- **prostorový vzor**, který pracuje prostorovým uspořádáním nebo strukturou
- **tematický vzor**, který pracuje s dělením základního tématu na různá podtémata nebo dílčí prvky

Pro apelační projevy se mohou použít i různé další postupy, např.:

- vzor problém – řešení
- vzor příčina – důsledek
- vzor pro a proti

Jako konkrétní příklad vhodné osnovy pro apelační projev uvedeme **kompozici dle Aristotela**⁸, která představuje základní členění do jednotlivých částí takto:

1. úvod
2. představení tématu
3. rozvedení tématu
4. dokazování

⁸ In ARISTOTELES. *Rétorika*. Praha: Petr Rezek 1999. ISBN 80-86027-14-7

5. odpovědi na anticipující námitky (vyvracení)
6. závěr

Při vytváření kompozice hlavní části našeho projevu můžeme využít řadu způsobů uspořádání, použít osvědčené vzorce, vytvářet jejich kombinace nebo jít zcela vlastní osobitou cestou. „Podstatou je vyhnout se chaotickému uspořádání, vnutit našemu vystoupení řád a přehlednost, umožnit posluchačům dobře se orientovat v tom, co a jak říkáme, neodbíhat do nepodstatných detailů a naopak nevynechat nic podstatného.“⁹

3.2 Volba stylu, aneb jak na to

V této fázi začínáme konkrétně tvořit výslednou podobu našeho projevu. Musíme tedy volit odpovědi na otázky např. jaká konkrétní slova volit, jak formulovat klíčové myšlenky, čím začít, jak skončit, jak pracovat s hlasem, jakými gesty projev doprovázet, jak se u toho tvářit, co si obléknout, atd. Především nás ovšem očekává jedna ze zásadních fází přípravy, a sice dát svým myšlenkám, svému chystanému projevu, písemnou podobu. Chápání termínu styl je stejně dobově podmíněno, jako např. chápání pojmu rétorika; v širokém slova smyslu můžeme obecně řečnický styl definovat „jako specifický a jednotný princip výstavby řečnických projevů, který je založen na výběru a uspořádání jak jazykových proměnných (stylistických variant), tak s nimi spjatých neverbálních prostředků.“¹⁰

Volba stylu tedy především znamená **volbu konkrétních stylotvorných prostředků**, které budeme dále užívat. **Stylotvorné prostředky jsou** dvojí kategorie:

- verbální
- neverbální – např. postoj a držení těla, gesta a řeč těla, mimika, pohledy očí, fyzický vzhled a oblečení, uspořádání prostoru; hlasový přednes a další neverbální aspekty mluveného projevu

⁹ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán 2015, s. 233. ISBN 978-80-7363-712-5

¹⁰ LOTKO, E. *Kapitoly ze současné rétoriky*. Olomouc: Univerzita Palackého 2004, s. 25. ISBN 80-244-0796-5

V rétorice často také vydělujeme z neverbálních prostředků samostatnou podmnožinu prostředků, které se dotýkají zvukové stránky našeho mluveného projevu. Volba stylotvorných prostředků není náhodný jev, ale měl by to být cílený proces, kdy jsou prostředky **vybírány na základě**:

- **charakteru projevu**, kdy zvažujeme zejména parametry osobnosti konkrétního řečníka a vyžádaný, očekávaný nebo zvolený žánr
- **charakteru publika**, kdy vycházíme jednak z analýzy publika a dále z časových, prostorových a jiných aktuálních situačních aspektů

Každý z nás je samozřejmě individuální osobnost, a proto při stylizaci svého projevu nepostupujeme všichni stejným způsobem, přesto můžeme formulovat určitá následující doporučení, která bychom při tvorbě našeho projevu měli pokud možno zohlednit.

3.3 Oblast verbálních prostředků

Při psaní svého projevu procházíme z hlediska jazykových operací třemi procedurami – nejdříve si **shromáždíme příhodná slova**, (určíme si, která jsou klíčová), pak je **skládáme do vět a širších větných celků** a nakonec pracujeme na tom, jak je **nejvhodnějším způsobem hlasově prezentovat** před publikem. Při práci **se slovem** bychom měli **pracovat motivovaně**, v odborné literatuře nalezneme řadu pravidel a návodů, které by nám měli pomoci co nejlépe tuto fázi práce zvládat. V následujícím odstavci uvádíme pouze pro příklad některé z nich:

- vhodná je **široká slovní zásoba**, slova živá a plastická, srozumitelná a pokud možno jednoznačná, preferujeme slova běžně užívaná, využíváme i synonyma
- slovesa se doporučují užívat **v aktivní formě**, pasivní tvary spíše funkčně z hlediska významu vyjádření, (např. když chce řečník akcentovat svůj odstup – příklad: řešil jsem to x řešilo se)
- **cizí slova**, případně módní slova, volíme vždy podle výsledků analýzy našeho publika, tedy jinak před odborným publikem, jinak před laiky, atd.

- pokusíme se **vyvarovat nadbytečných slov**, nefunkčnímu opakování, případně tzv. slovní vatě
- z hlediska větné skladby **upřednostňujeme věty jednoduché a krátké** před složitými souvětími, která mohou být pro posluchače v mluveném projevu obtížněji srozumitelná
- pečlivě si hlídáme **vyváženost** mezi množstvím **myšlenek**, které chceme vyjádřit a množstvím **slov a slovních spojení**, která k tomu potřebujeme, abychom větnou skladbu nepřetížily nebo naopak nebyla tzv. nenasycená
- opakovaně kontrolujeme **lexikální a gramatickou správnost**
- přiměřeně **používáme i specifické řečnické prostředky**, (figury a tropy), které nám mohou pomoci náš projev ozvláštnit a publikum snáze získat na naši stranu
- pro zvýšení názornosti používáme **obrazná vyjádření, metafory, přirovnání, hyperboly**, případně antiteze
- pro zvýšení sugestivity našeho projevu používáme zejména v apelativních žánrech **různé opakovací figury**, opoziční konstrukce, pregnantní výroky
- pro zvýšení dramatičnosti našeho projevu můžeme zapojit **gradaci**
- pro oslovení našeho publika nezapomeneme vložit do projevu **místa s řečnickými otázkami**
- někdy je vhodné **zapojit i parafráze nebo citáty**, (vždy uvádíme zdroj), naopak velmi **opatrně** je třeba pracovat s **frázemi** a floskulami

Již při psaní textu je dobré, myslet na to, že náš projev bude mluvený, tedy, že jeho jazyková struktura se musí od psaného jazyka odlišovat a zařazovat do něj i prvky, které nám usnadní přednést ho tak, aby nebyl monotónní, ale dynamický a publikum co nejvíce zaujal. Pomoci nám k tomu může např.:

- střídání vět různých typů a různých délek
- užívání vět tzv. komentářového typu, popřípadě komentářových vsuvek
- důkladná příprava různých variant potřebných slovních spojení pro oblasti přechodu mezi jednotlivými kompozičními body projevu
- již při psaní bereme v úvahu klíčová místa projevu a potřebu řečnických pauz, efektivitu způsobů frázování řeči, případných změn rytmu, důrazů apod.

3.4 Začínáme psát – jádro projevu, závěr a úvod

V rétorice doporučujeme začít psát náš projev od hlavní stati, následuje závěr a úplně nakonec bychom měli připojit úvod. Toto doporučení jistě není nutné brát vždy doslovně, ale je dobré uvědomit si, proč to tak je: přestože úvod a závěr našeho projevu jsou proporčně méně obsažné než hlavní stať, co se týče samotné efektivity našeho projevu a míry jeho přijetí u publika, mohou být velmi důležité, ne-li podstatné. Jestliže jsme se již rozhodli o kompozičním vzorci jádra projevu a stylizovali hlavní stať, můžeme si lépe představit, jaký typ závěru a úvodu bude nevhodnější.

Již od antických dob platí představa, že úvod slouží k tomu, aby si řečník své publikum získal, upoutal jeho pozornost a dokázal připravit atmosféru, která se nejvíce hodí pro zvolené téma a žánr projevu, samozřejmě v kontextu aktuální situace a v závislosti na charakteru svého publika.

Obecné příklady možných typů úvodu:

- představíme se, můžeme doložit svou kompetenci pro řečnické vystoupení
- představíme důvody výběru našeho tématu
- představíme osnovu svého projevu
- představíme cíl, který sledujeme
- oceníme zájem publika
- začneme vyprávěním osobního zážitku nebo nějakého příběhu, který souvisí, (třeba jen volně) s naším tématem
- položíme do publika sugestivní řečnickou otázku
- začneme tzv. *in media res* (rovnou k věci)

Hlavním cílem samotného úvodu je tedy zaujmout, cílem konečného závěru by mělo být kromě ukončení projevu i podtrhnout celkový dojem z řečnického vystoupení, popřípadě publikum „strhnout, ohromit“; platí, že úvod výrazně přispívá k prvnímu dojmu, zatímco myšlenky závěru patří k tomu, co si publikum nejvýrazněji či nejdéle pamatuje, proto je poměrně efektivní znovu shrnout hlavní myšlenky našeho projevu nebo připomenout ústřední slogan.

Obecné příklady možných typů závěru:

- *závěrečné shrnutí*
- *zopakování hlavní myšlenky, ve stejném nebo mírně obměněném znění*
- *sugestivní řečnická otázka do publika*
- *motivační výzva směrem k publiku*
- *návodný příklad nebo příběh, který dokládá řečnickovy názory*
- *poděkování publiku*

Mezi nejčastější chyby v úvodu a závěru, kterých bychom se měli vyvarovat, patří to, že:

- řečník **shazuje sám sebe**, např. omluvou
- řečník **podceňuje publikum**, např. formulací „možná vás to ani nezajímá“...
- řečník tzv. **uvádí úvod**, např. „ještě než vůbec začnu svůj projev“...
- řečník **v závěru otevře nové téma**

Jestliže je po ukončení projevu plánována diskuse, je nutné učinit výraznou významovou pauzu, aby se obě části řečnické prezentace formálně oddělily.

4. Řečnické vystoupení jako vrchol dlouhodobé přípravy

4.1 Dobře se připravit ne znamená jen umět text nazpaměť, ale zpracovat i na jeho zvukové modulaci

Pokud jsme si připravili písemnou podobu našeho projevu, nastává další fáze přípravy, a sice nácvik samotného vystoupení. Nejprve si v textu pečlivě označíme **zvukové modulátory**, které nám pomohou při výstavbě mluvené podoby našeho projevu. Hlas je totiž jedním z důležitých nástrojů, jak svému publiku co nejlépe a nejefektivněji sdělit, co jsme si předsevzali. Zejména se soustředíme na následující prvky:

a) Mluvní tempo

označuje počet slov, která průměrně proneseme za minutu; individuální mluvní tempo patří k našim osobnostním charakteristikám, někdo má přirozený sklon mluvit rychleji než jiní, někdo zase hovoří příliš pomalu a často hledá slova. (Dále existuje i označení národní mluvní tempo, které souvisí se strukturou výstavby toho kterého jazyka.) Mluvní tempo našeho projevu volíme s ohledem na naše povahové vlastnosti, žánr projevu a celkovou komunikační situaci. Rychlost mluvy v průběhu projevu samozřejmě měníme, zpočátku mluvíme spíše pomaleji, totéž platí pro důležitá sdělení, klíčová slova, hlavní myšlenky. Naopak rychleji pronášíme méně důležité části, vsuvky, věty vedlejší, přechodové části. Změna tempa řeči působí také jako dramatický prvek a napomáhá udržení soustředění v publiku a zvyšovat míru napětí.

b) hlasová intenzita

tedy hlasitost našeho projevu primárně souvisí s prostorem, ve kterém se naše řečnické vystoupení odehrává, ale s proměnou její intenzity musíme pracovat cíleně, základní myšlenky a klíčová slova vyslovujeme hlasitěji, zvyšovat hlas můžeme také v závěru projevu. Obecně platí, že dnešní řečnická praxe nepřeje přílišným a rychlým proměnám modulace, které mohou působit pateticky, ale je třeba zabránit tomu, aby projev vyzněl monotónně a neměl potřebnou dynamiku. Obecně opět platí, že síla a barva hlasu patří mezi naše osobnostní charakteristiky.

c) Frázování řeči

Tedy zvukové (a významové) členění řeči do jednotlivých segmentů, je základním procesem, jak sdělit publiku přehledně, srozumitelně a s jednoznačným významem náš projev. Základním prostředkem frázování jsou pauzy, (napomáhá také propracovaný větný důrazem a odpovídající intonace – např. správná intonace otázky nebo věty vedlejší. Promyšleně pracujeme s délkou jednotlivých pauz, delší pauzy volíme např. před úplným začátkem projevu, na začátku a na konci klíčových slov a tvrzení, mezi jednotlivými bloky projevu, po vyslovení řečnické otázky, po ukončení projevu.

Podle funkce **rozlišujeme pauzy**:

- **fyziologická** (při nádechu, pokud možno na začátku vět)
- **gramatická** (odpovídá interpunkčním znaménkům)
- **řečnická** (volíme ji tam, kde chceme zdůraznit slova, myšlenky, nebo pracovat s dynamikou výrazu, proto se někdy označuje jako pauza psychologická)
- **formulační** (při hledání vhodného výrazu a formulování myšlenek; je třeba dávat si pozor, aby nebyla vyplněna parazitními zvuky)

d) spisovná výslovnost a správná artikulace

Obecně platí, že každý řečník by měl mít dobrou dikci, která zahrnuje správné dýchání, správnou fonaci, (tvoření hlasu) a správnou artikulaci, která je upravena českou výslovnostní normou.

4.2 Také naše tělo „mluví“

Úspěch našeho řečnického vystoupení závisí nejen na tom, co a jak říkáme, ale také na tom, jak se prezentujeme celkově, jak pracujeme s naším tělem, s prostorem, s časem – to vše přináleží k důležitým prvkům neverbální komunikace. Všechny naše nonverbální signály samozřejmě uhlídat nemůžeme, řada z nich je totiž neintencionální, ale i na tomto poli se můžeme připravit dopředu, do **tzv. osnovy přednesu** si poznamenáme další prvky neverbální

komunikace, které zařadíme do svého nácviku, např. základní postoj, významové pohledy do publika, případné přechody, gesta, mimické prvky, atd. Jedná se mimo jiné o **mimoslovní signály**:

- „*postoj a držení těla, aby vyzařovalo řečnickovu oprávněnou sebejistotu, tedy přirozený, ale přitom pevný postoj s rovnoměrně rozloženou váhou kolem těžiště, jedna noha může být i mírně vysunutá vpřed, paže zalomené v loktech, pohyb by měl být vždy cílený, bez prudkých obrátů, přešlapování či rotace, pokud pracujeme s projekcí, snažíme se pokud možno neobracet k posluchačům zády. Vyhýbáme se strnulému postoji tzv. solný sloup nebo postoji tzv. fíkový list, také není dobré křížit ruce na prsou, v kapsách nebo založené za zády spolu s široce rozkročenýma nohama, protože to v posluchačích může vyvolávat pocit agresivního chování řečníka a demonstrace jeho povýšenosti*“¹¹
- **gesta**, a to zejména symbolická nebo ilustrační; je třeba si uvědomit, že především gesta rukou mohou smysluplně doprovodit náš projev, dokreslit naše emoce a míru angažovanosti a zaujmout diváka. Důležité je vždy **zachovat míru proporcí**, aby náš projev nebyl ani přehnaně temperamentní, ani příliš strnulý a aby přirozeně vyplýval ze založení řečnickovy osobnosti.
- **mimika, tedy výraz obličeje**, který by měl zásadně korespondovat s celkovým nastavením projevu, protože naše tvář slouží - vedle jazyka - jako velice výrazný komunikační prostředek, zejména v oblasti sdělování emocí. Intenzita našeho zaujetí a emočního rozpoložení se nejvíce projevuje v oblasti tzv. mimického trojúhelníku. Naše mimiku může být **spontánní nebo předstíraná**, mezi mimické techniky patří i úsměv, posměch, úšklebek, atd.
- „*oční kontakt, se kterým cíleně pracujeme již při vstupu na řečniště, kdy ještě dříve než promluvíme, obhlédneme panoramatickým pohledem všechny přítomné a navážeme tak první kontakt s posluchači. V průběhu projevu bychom měli udržovat průběžný oční kontakt s celým publikem (tedy střídáme své pohledy rovnoměrně vlevo, vpravo, dozadu i dopředu), přitom pohled přenášíme od vybraných opěrných*

¹¹ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán 2015, s. 239. ISBN 978-80-7363-712-5

*bodů plynule. S důležitými myšlenkami nebo se začátkem nových témat můžeme na chvíli upřít pohled přímo do očí vybraného (zaujatého vstřícného) posluchače, ne však déle než na tři sekundy, kontakt přerušujeme odvrácením pohledu směrem dolů. V našem kulturním okruhu se nedostatečný zrakový kontakt pociťuje jako nezáměr ze strany řečníka a jako jeho nezúčastněnost až nedůvěryhodnost.*¹²

- **prostorové uspořádání** je faktor, který většinou není prvkem naší volby, ale jeho parametry – zejména vzdálenost od publika, způsob uspořádání řečnické a hlediště, technické parametry místa, užití audiovizuálních pomůcek, atd. je třeba vzít v potaz jak při sestavování projevu, tak při jeho nácvičování
- **náš vnější vzhled**, a to jak náš celkový fyzický vzhled, tak volba stylu oblečení, líčení, účesu, barev, atd.; v určitých typech komunikačních situací, kdy např. zastupujeme určitou instituci nebo celý pracovní tým, může být tento faktor předmětem vyžadované image

4.3 Opakovaný nácvič

Jestliže jsme prošli všechny výše uvedené fáze, dostáváme se k předposlední z nich – a to je nácvičování toho, jak bude celý náš projev probíhat. Projev budeme pokud možno nácvičovat od začátku do konce. (Petrně se nám nepovede naučit se ho úplně celý z paměti – také bychom pak mohli působit spíše nepřirozeně a mohlo by nám působit komplikace pružně reagovat na podněty z publika.) Jako velice příhodné se ukazuje nazpaměť se naučit především úvodní a závěrečné věty, klíčová slova a speciálně připravené slovní obraty, formulace hlavních myšlenek, případně ústřední slogan. Dále je nutné fixovat základní kompoziční body, hlavní propozice a pořadí argumentů, možný uváděný protiargument. Vhodné je také zapamatovat si připravené znění řečnických otázek a místa, kam jsme je chtěli zařadit. I v detailně připraveném projevu se nám stane, že tu a tam vypadne slovíčko, změní se slovosled, zapomeneme uvést veškerý připravený materiál. Důležité je, abychom dodrželi stanovenou osnovu a neustále sledovali základní myšlenku a cíl projevu, proto je někdy vhodné připravit si podrobnou osnovu a určité kompoziční body nebo neopomenutelné argumenty v mysli

¹² Tamtéž s. 240

propojit asociačně propojit. Největším problémem není, mírně se odchýlit od připraveného textu, ale ztratit se v něm, zpanikařit a nedokončit své hlavní myšlenky.

Svůj projev si nacvičujeme včetně přednesové stránky, věnujeme se hlasové modulaci i dalším neverbálním signálům. Proto je vhodné nacvik audiovizuálně zaznamenat a záznam pak vyhodnotit. Je dobré, pokud máme možnost vyzkoušet si vše v prostoru, který se co nejvíce podobá očekávaným skutečným podmínkám řečnického vystoupení. Přínosné může být i to, přednést projev nejprve pro několik posluchačů – přátel, kolegů, apod. a požádat je o zpětnou vazbu. Každopádně platí, že musíme nacvičovat vícekrát, jedna „zkouška nanečisto“ nestačí. Pokud vyhodnocujeme svůj řečnický výkon z cvičného záznamu, sledujeme zejména:

- zda je vybrané téma vhodné pro nás i publikum
- zda jsme dostali požadavkům zvoleného žánru
- zda jsme dostatečně jasně zformulovali textovou stránku
- zda je náš jazyk přiměřeně pestrý
- zda je naše argumentace přesvědčivá
- zda mluvíme dostatečně srozumitelně a nahlas
- zda správně artikulujeme
- zda je naše mimika přiměřená
- zda jsme připraveni prokázat schopnost navázat kontakt s posluchačem
- zda jsou naše gesta vhodně zvolena, případně zda neruší vyznění projevu
- zda je verbální a neverbální složka našeho vystoupení v harmonickém souladu
- Zda pracujeme dostatečně s dynamikou a intonací
- Zda jsme prokázali schopnost správného frázování
- Zda nemáme zvýšený výskyt parazitních zvuků
- Zda evidujeme zvýšenou přítomnost stresových projevů

Pokud trpíme trémou, je vhodné do přípravy zařadit i nacvik metod zvládnání trémy, mezi které patří např. pozitivní formulace, dechové a relaxační cvičení, metody na soustředění pozornosti a asociační metoda.

4.4 Poslední fáze – řečnické vystoupení

Všechny předchozí body přípravy vlastně směřují k tomu jedinému podstatnému – k okamžiku, kdy se postavíte za řečnický pultík, vstoupíte na řečniště, nebo jenom vstanete a zaujmete vhodný postoj, a začnete pronášet svůj projev. Součástí téměř každé odborné literatury, která se rétorice věnuje, bývá i různě dlouhá sestava pokynů a rad, jak přitom postupovat, takovouto soustavu pouček a zásad představuje i následující **návodné rétorické desatero**:¹³

„1. Připravte si projev na téma, které vás zajímá a kterému rozumíte a se kterým jste vnitřně ztotožněni, fakticky pravdivý, jazykově pestrý a stylisticky propracovaný. Zaujměte zábavným úvodem a zapůsobte sugestivním závěrem.

2. Nezapomeňte zkontrolovat svůj zevnějšek, aby vás později žádná drobná nedbalost nemohla vyvést z míry. Styl oblečení musí být adekvátní tématu, žánru, situačnímu kontextu a vaší osobnosti.

3. Zkontrolujte si své umístění v prostoru, umožněte všem, aby na vás dobře viděli. Udržujte správné napětí těla.

4. Než začnete mluvit, klidně se rozhlédněte panoramaticky po svých divácích a pohláďte je pohledem.

5. Před prvním slovem se pevně postavte, vyrovnejte těžiště, pomalu vydechněte a po nádechu začněte dvakrát tak nahlas než obvykle a v pomalejším tempu než je pro vás příznačné.

6. Navažte a udržujte průběžný oční kontakt, je to neocenitelná forma zpětné vazby s diváky.

7. Hlídejte si pouze cílený pohyb po řečništi, zachovejte uměřenou gestiku i mimiku. Při počítačové prezentaci se neotáčejte zády a nehrajte si s laserovým ukazovátkem.

8. Svůj proslav modulačně propracujte a důsledně potlačujte parazitní zvuky.

Klíčová sdělení říkejte pomaleji a výrazněji.

9. Dodržujte normativní výslovnost a správnou artikulaci, dbejte na to, aby vám publikum dobře rozumělo, co říkáte.

10. Nebojte se přidat úsměv vždy, kdy je to jen trochu možné, protože je to univerzální nástroj usnadňující komunikaci“.

¹³ ŽANTOVSKÁ, I. *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán 2015, s. 242-243. ISBN 978-80-7363-712-5

Důležitou dovedností řečníka je i jeho schopnost reagovat na podněty z publika a aktuálně zařazovat prvky, které mu pomohou pozornost publika udržet, případně publikum aktivovat. Každý řečník si musí svoji citlivost na publikum dlouhodobě pěstovat v návaznosti na rozvoj svých improvizčních schopností. Řečnické mistrovství je ovšem během na dlouhou trať, reakce a chování publika se dá pouze předpokládat, nikoliv naplánovat, projev, který jeden den sklídí ovace a uznání, může druhý den zcela propadnout. Každé řečnické vystoupení je neopakovatelné a vždy má své klady a zápory, zásadní je, abychom svůj výkon dokázaly realisticky zhodnotit a abychom se na své cestě za řečnickým uměním neustále zdokonalovali. V následující citaci vybíráme přehled nejčastěji uváděných rušivých faktorů¹⁴:

- „1. Neexistující zrakový kontakt*
- 2. Těkající, nebo kamsi strnule zahleděný pohled*
- 3. Nervózní přecházení sem a tam*
- 4. Škrobené a strnulé postávání na jednom místě*
- 5. Také vůbec nemáme rádi příliš rychlý nebo monotónní výklad*
- 6. Právě tak málo snášíme předčítání z připravených poznámek*
- 7. Cinkání a chřestění drobnými v kapse nás rovněž znervózňuje*
- 8. Pozornost publika odvádí a ruší pohrávání si s ukazovátkem, kuličkovým perem atd.*
- 9. Právě tak působí popotahování se za části oděvu nebo upravování šperků, ozdob apod.*
- 10. Nejhorší ale je, když začne mít publikum dojem, že se o něj přednášející nezajímá“*

¹⁴Hierhold, E.: Rétorika a prezentace. Grada Publishing, Praha 2005, s. 300. ISBN 80-247-0782-9

Závěrem

Tento studijní text vznikl v rámci ESF projektu CZ.02.2.69/0.0/0.0/16_015/0002342, probíhajícího na VŠE v Praze, jehož cílem je modernizace vybraných kurzů. Studijní text je určen studentům kurzu Rétorika a komunikace.

Seznam použité literatury

- Aristoteles. *Rétorika*. Praha: Petr Rezek, 1999. ISBN 80-86027-14-7
- Buchtová, B. *Rétorika*. Praha: Grada Publishing, 2006. ISBN 80-247-0868-X
- Buchtová, B. *Psychologie pro ekonomy*. Brno: Masarykova univerzita 2004. ISBN 80-210-3396-7
- Cmíralová, J. *Učte se mluvit. O technice mluveného slova*. Brno: Datel 1992. Bez ISBN
- Černý, V. *Řeč těla*. Brno: Computer Press 2007. ISBN 978-80-251-1658-6
- Čmejrková a kol. *Jazyk, média, politika*. Praha: Academia 2003. ISBN 80-200-1034-3
- DeVito, J. A. *Základy mezilidské komunikace*. Praha: Grada Publishing 2001. ISBN 80-7169-988-8
- Hierhold, E. *Rétorika a prezentace*. Praha: Grada Publishing 2005. ISBN 80-247-0782-9
- Heinrichs, J. *Rétorika pro každého*. Brno: Computer Press 2010. ISBN 978-80-251-2693-6
- Hůrková-Novotná, J.: *Česká výslovnostní norma*. Praha: Scientia 1995. ISBN
- Kohout, J. *Rétorika – umění mluvit a jednat s lidmi*. Praha: Management Press 1998. ISBN 80-85943-54-9
- Kraus, J. *Rétorika v evropské kultuře*. Praha: Academia 1998. ISBN 80-200-0659-1
- Kvintilianus, M., F. *Základy rétoriky*. Praha: Odeon 1981. Bez ISBN
- Lewis, D. *Tajná řeč těla*. Praha: Bondy 2010. ISBN: 978-80-904471-7-2
- Lotko, E. *Kapitoly ze současné rétoriky*. Olomouc: Univerzita Palackého 2004. ISBN 80-244-0796-5
- Měchurová, A. *Jak dobře mluvit a úspěšně jednat*. Praha: UJAK 2008. ISBN 978-80-86723-32-7
- Mistrík, J. *Štylistika slovenského jazyka*. Bratislava: SPN 1969. Bez ISBN
- Mistrík, J. *Variácie reči*. Bratislava: Smena 1988. Bez ISBN
- Pease, A. *Řeč těla*. Praha: Portál 2001. ISBN: 80-7178-582-2
- Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost*. Praha: Academia 2003. ISBN: 80-200-1080-7
- Špačková, A. *Moderní rétorika*. Praha: Grada Publishing 2003. ISBN 80-247-0633-4
- Vybíral, Z. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál 2005. ISBN 80-7178-998-4
- Žantovská, I.: *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán 2015. ISBN 978-80-7363-712-5



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Toto dílo podléhá licenci Creative Commons
Uveďte původ – Zachovejte licenci 4.0 Mezinárodní.

