

Eva Tinková

# RÉTORIKA

## aneb Řeč jako nástroj

**Praktický průvodce řečí těla  
a verbální komunikací**

**ComputerMedia**<sup>®</sup>  
Vzdělávání, které baví  
[www.computermedia.cz](http://www.computermedia.cz)

## OBSAH

Význam rétoriky.....	13
Rétorika.....	13
Argumentace a kritické myšlení .....	13
Nonverbální komunikace.....	13
TEST .....	14

## Rétorika

### PŘÍPRAVA NA VEŘEJNÉ VYSTOUPENÍ..... 16

#### PŘÍPRAVA PROJEVU ..... 16

##### Podle čeho stavět projev? ..... 16

Typ publika.....	16
Počet posluchačů .....	16
Místo přednášky .....	17
Komunikační záměr .....	17
Řečnický útvar .....	18
Časový limit .....	19

##### Jak vytvořit vlastní prezentaci? ..... 19

Krok 1 – Výběr tématu .....	19
Krok 2 – Kompozice projevu .....	19
Krok 3 – Osnova .....	20
Krok 4 – Doplnující informace.....	21
Krok 5 – Příprava na otázky .....	21
Krok 6 – Jazyková příprava .....	21
Krok 7 – Nastudování projevu .....	21

#### PŘÍPRAVA ŘEČNÍKA..... 22

##### Na co nezapomenout těsně před projevem? ..... 22

Příprava hlasivek.....	22
Rozcvičení jazyka .....	22

#### TECHNIKA PROJEVU ..... 25

#### FONETICKÁ STRÁNKA ..... 25

##### Jak správně dýchat a frázovat? ..... 25

##### Jak správně artikulovat? ..... 29

Výslovnost samohlásek.....	29
Výslovnost souhlásek.....	30
Vady řeči .....	30

<b>PARALINGVISTIKA.....</b>	<b>31</b>
Jak rychle mluvit? .....	31
Jak hlasitě mluvit? .....	31
Jak modulovat? .....	32
Větná intonace (melodie) .....	32
Slovní přízvuk (akcent) .....	33
Větný přízvuk (důraz).....	33
<b>JAZYKOVÁ STRÁNKA .....</b>	<b>33</b>
Jak by měl vypadat jazykový projev? .....	33
Slovní zásoba.....	34
Stavba a délka vět.....	36
Chyby ve větné stavbě.....	36
S čím zacházet opatrně? .....	39
Fráze .....	39
Rčení a přísloví .....	39
Odborné citace .....	39
Cizí slova a názvy.....	39
Co do projevu nepatří?.....	40
Řečové zlozvyky.....	40
Nespisovný jazyk .....	40
<b>OSOBNOST ŘEČNÍKA.....</b>	<b>41</b>
Jaký být?.....	41
Jak zvládat trému?.....	43
<b>PUBLIKUM .....</b>	<b>44</b>
Jak upoutat a udržet pozornost posluchačů? .....	44
Co posluchače odradí? .....	45
Jak zacházet s otázkami publika? .....	45
Jak zjistit spokojenost publika?.....	46
DOTAZNÍK .....	47
Jak na problémové posluchače? .....	48
Narušitelé .....	48
Vtipálci.....	48
Chytrolíni.....	48

<b>PRAKTICKÉ RADY .....</b>	<b>49</b>
Co (ne)jíst a (ne)pít před projevem?.....	49
Potraviny .....	49
Nápoje .....	49
Jak se starat o hlasivky? .....	50
Prevence.....	50
Léčba.....	50
Co dělat, když vypadne text? .....	51
Co dělat, když odejde hlas? .....	52
Jak na škytavku? .....	52
Jak na únavu?.....	52
<b>PRAKTICKÁ UKÁZKA.....</b>	<b>54</b>
Životopis.....	54
Výklad .....	56

## Argumentace

Co je argumentace? .....	60
Jaké jsou typy argumentace? .....	60
Jak sestavit argumentaci? .....	60
Jaké jsou nejčastější chyby v argumentaci?.....	62

## LOGICKÉ KLAMY .....

<b>Induktivní klamy .....</b>	<b>63</b>
Unáhlené zobecnění .....	63
Nereprezentativní vzorek .....	63
Lenivá indukce .....	64
Klamná analogie .....	65
Klam daný vyloučením .....	65
<b>Statistické sylogismy.....</b>	<b>66</b>
Obecné pravidlo uplatněné i na výjimky .....	66
Zobecnění na základě výjimky.....	67
<b>Kauzální klamy .....</b>	<b>68</b>
Chybná časová následnost .....	68
Chybný směr .....	68
Společný efekt .....	69

Nevýznamná příčina .....	69
Větší počet příčin .....	70
Neexistující příčina .....	71
Odvození z minulosti .....	71
<b>Jde o něco jiného .....</b>	<b>72</b>
Argumentace kruhem .....	72
Irelevantní závěr .....	74
Podsunutý argument .....	75
Zeslabení nebo zesílení teze.....	75
<b>Odvádění pozornosti.....</b>	<b>76</b>
Falešné dilema .....	76
Argument založený na nevědomosti .....	77
Šikmá plocha .....	77
Sloučená otázka .....	78
Zavedení na falešnou stopu .....	79
<b>To nevyplývá.....</b>	<b>80</b>
Inkonzistence .....	80
Dokázání vyplývajícího .....	80
Popření předchozího .....	81
<b>Omyly v kategorii .....</b>	<b>81</b>
Jaká část, takový celek .....	81
Jaký celek, taková část .....	82
<b>KLAMNÉ DEFINICE.....</b>	<b>83</b>
Kruhová definice .....	83
Příliš široká definice .....	83
Příliš úzká definice .....	84
Definice s vnitřním rozparem.....	84
Nejasná definice .....	85
<b>KVAZIARGUMENTACE.....</b>	<b>86</b>
Vyhrožování .....	86
Citové vydírání .....	86
Argument zdůrazňující důsledky.....	87
Společenský apel .....	88
Individuální apel .....	88
Odvolávání se na autoritu.....	90
Odvolávání se na anonymní autoritu .....	91
Kvalifikující jazyk .....	91
Zdání klame .....	92

<b>JAZYKOVÉ KLAMY .....</b>	<b>93</b>
Víceznačnost výrazu .....	93
Víceznačnost výroku .....	93
Záměna významů u podobných výrazů .....	95
Zdůraznění slov .....	95
Citově zabarvený jazyk .....	96
<b>Jak poznat klamnou argumentaci? .....</b>	<b>96</b>
<b>Co je neetická argumentace? .....</b>	<b>97</b>

## **Nonverbální komunikace**

<b>Co je nonverbální komunikace? .....</b>	<b>100</b>
--	------------

## **HAPTIKA .....**

<b>Jak se dotýkat druhých? .....</b>	<b>101</b>
<b>Jak podávat ruku? .....</b>	<b>102</b>
<b>O čem vypovídá sebehaptika? .....</b>	<b>106</b>

## **PROXEMIKA .....**

<b>Jakou vzdálenost udržovat? .....</b>	<b>108</b>
---	------------

## **POSTURIKA .....**

<b>Co lze vyčíst z polohy rukou? .....</b>	<b>110</b>
<b>Co může prozradit způsob sezení? .....</b>	<b>113</b>
<b>Jak rozumět pozicím těla? .....</b>	<b>117</b>

## **MIMIKA .....**

<b>Jak rozumět řeči úst? .....</b>	<b>121</b>
<b>Co se skrývá za úsměvem? .....</b>	<b>122</b>
<b>Co prozradí pohyby očí a obočí? .....</b>	<b>123</b>

## **VIZIKA .....**

<b>Co lze vyčíst z pohledu? .....</b>	<b>125</b>
---------------------------------------	------------

<b>GESTIKA .....</b>	<b>128</b>
Jak se gesta rozdělují? .....	128
<b>KINEZIKA .....</b>	<b>129</b>
Jak se kinezické pohyby dělí? .....	129
O čem vypovídá způsob chůze? .....	130
<b>SHRNUTÍ .....</b>	<b>132</b>
Jaké jsou nejčastější neverbální zlovyky? .....	132
Co používat a čeho se vyvarovat? .....	132
Jak se pozná...? .....	133
Lež.....	133
Pravý úsměv.....	133
Uhodnete, co lze vyčíst? .....	134

# PŘÍPRAVA NA VEŘEJNÉ VYSTOUPENÍ

## PŘÍPRAVA PROJEVU

---

### Podle čeho stavět projev?

Při sestavování projevu je nutné odpovědět si na pět základních otázek:

1. Jací posluchači zasednou v obecnstvu? (**Typ publika**)
2. Jak početné publikum bude? (**Počet posluchačů**)
3. Co je cílem projevu? (**Komunikační záměr**)
4. Jaký řečnický útvar zvolit? (**Řečnický útvar**)
5. Kolik času je na projev vyhrazeno? (**Časový limit**)

### Typ publika

Typ publika je vhodné posuzovat zejména podle tří následujících kritérií:

- **Věk** – jinak je potřeba mluvit k dětem, jinak k dospělým a vlastní přístup budou vyžadovat i dospívající.
- **Odbornost** – čekají-li vás laičtí posluchači, musíte se vcítit do jejich znalostí a používat termíny a přirovnání, která jim budou blízká a pomocí nichž výklad snadno pochopí. Odbornou veřejnost naopak nesmíte nudit diletantskými výrazy. Řečník musí vědět, které odborné termíny je třeba objasnit.
- **Složení** – je-li obecnstvo homogenní, stačí řídit se dvěma výše uvedenými aspekty. Těžší je přizpůsobit projev heterogenní (různorodé) skupině. Je zapotřebí jej koncipovat tak, aby si v něm našel každý něco – odborné informace například můžete dávat do souvislosti s běžnými jevy a prokládat je obecnými zajímavostmi, a máte-li v publiku děti, čas od času můžete zkusit tematiku přiblížit i dětskému světu.

### Počet posluchačů

Počet posluchačů je údaj významný z několika důvodů – jednak máte při přípravě podpurných či propagačních materiálů představu, kolik jich bude potřeba, a jednak si můžete lépe připravit koncepci proslovu. Čeká-li vás sál se

stovkami lidí, je obtížné zorganizovat diskusi či zapojit obecenstvo do prezentace. U méně početného publika zase můžete spíše počítat s otázkami a navíc se bude lépe diskutovat.

## Místo přednášky

- **Uspořádání místnosti** – je lepší vědět, zda posluchači budou usazeni jako ve třídě za stoly, nebo jako v divadle v řadách, anebo u kulatého stolu. Na základě těchto poznatků si můžete lépe připravit doplňující materiály s ohledem na to, zda posluchači mohou psát, zda spolu mohou diskutovat tak, aby na sebe viděli, apod.
- **Akustika** – pokud předem víte, jak se bude zvuk v místnosti chovat, umožní vám to optimalizovat sílu hlasu, aby posluchačům v prvních řadách nepraskaly ušní bubínky a posluchačům vzadu slova nesplývala v důsledku nadměrné rezonance. Při dobré akustice se také můžete obejít bez mikrofону, který již tradičně patří mezi „nejzlobivější“ techniku, navíc je to zrádný zesilovač trémy – každý nervóznější nádech se okamžitě násobně zesílí.
- **Technické vybavení** – příprava podpůrných materiálů bezpochyby závisí na tom, jaká technika je k dispozici, tedy zda lze využít projektor, tabuli, počítač, internet apod. Vždy je ale vhodné mít v zásobě materiály nezávislé na moderních pomůckách, protože nezřídka se stane, že technika selže, a není-li řečník na tuto možnost připraven, může dojít k nepřijemnému a stěžejšímu problému.

## Komunikační záměr

Měli byste si uvědomit, co je cílem vašeho projevu. Podle toho zvolte i řečnický styl. Zde je přehled základních komunikačních záměrů a jim odpovídajících řečnických stylů:

Komunikační záměr	Řečnický styl	Hlavní znaky stylu
informovat	informativní	Účelem je obohatit posluchače o nové informace či rady. Je vhodné se opírat o věrohodná fakta a uvádět i potřebné detaily. Cennou službu prokážou obrázky, prezentace, ukázky i konkrétní příklady a analogie (tedy přirovnání k něčemu, co je posluchačům známé).
instruovat		
poučit		
vysvětlit		
přesvědčit	persuazivní, argumentační	Hlavním cílem je ovlivnit něčí postoj, a proto těžištěm tohoto stylu je uvádění příkladů, důkazů, argumentů, fakt, názorů autorit, zkušeností jiných. Je nutné vyhnout se citově zabarvenému a básnickému jazyku. Posluchači ocení i stručnou zmínku o opačném názoru.

mácí slova se nahrazují cizími ekvivalenty a do jazyka pronikají přejaté větné konstrukce. A protože média, jak známo, slouží za vzor i po stránce jazykové, zlovyky se rychle šíří, a kvalita češtiny tak postupně upadá. A přitom kultivovaná řeč je jednou z podstat řečnického umění.

## Slovní zásoba

Při projevu byste se měli držet těchto zásad:

**Používejte přesné a jednoznačné výrazy**, aby kvůli nesprávnému výkladu slov nedocházelo k nedorozuměním.

**Snažte se o co nejpestřejší mluvu**, tedy o maximální využití aktivní slovní zásoby.

Pokud je to možné, **používejte česká slova**: *koresponduje* → *odpovídá*, *preferuje* → *upřednostňuje*.

**Nenahrazujte příliš často konkrétní podstatná jména zájmeny** – může to způsobit zbytečné zmatky.

*Řekl jsem mu, aby mu ukázal, jak se ho zbavit.* (Správně *např. Řekl jsem Radkovi, aby sousedovi ukázal, jak se zbavit krta.*)

**Nenechte se zmást angličtinou**, která používá přivlastňovací zájmena častěji než čeština:

*Vzal si svůj deštník.* (Správně: *Vzal si deštník.*)

*Protřel své oči.* (Správně: *Protřel si oči.*)

**Dejte také pozor na rozlišení zájmen *váš/můj x svůj*** – jde-li o stejný podmět, užívá se *svůj*, jsou-li podměty různé, užívá se příslušné osobní zájmeno:

*Zeptejte se vašeho lékaře.* (Správně: *Zeptejte se svého lékaře.*)

*Srovnejte: Postavil před něj láhev vína. x Postavil před sebe láhev vína.*

Pokud to není z nějakého důvodu úmysl, **vyhýbejte se hromadění slov se stejným základem**:

*Soustředěně se soustředěte.*

*Uživatelé často používají užitečné utility.*

## Rozlišují se dva typy slovní zásoby:

- **Aktivní** – slova a slovní spojení, která běžně používáme v mluveném i psaném projevu. Obsah aktivní slovní zásoby se u každého jedince značně liší, obvykle to bývá mezi 3 000 a 10 000 slovy. Právě bohatost aktivní slovní zásoby se nejvíce promítne do kvality projevu.

- **Pasivní** – souhrn slov a slovních spojení, která jsou uložena v paměti. Běžně je nepoužíváme, ale rozumíme jim při čtení a poslechu. Uvádí se, že bývá třikrát až šestkrát vyšší než slovní zásoba aktivní, v průměru obsahuje asi 50 000 slov.

### Zhodnocení vlastní slovní zásoby

Nahrajte si vlastní jazykový projev a zkuste na základě nahrávky odpovědět na následující otázky:

- Jaká slova používáte v řeči příliš často?
- Jaké cizí výrazy běžně užíváte?
- Najdete ve svém projevu slova mnohoznačná?

Po zodpovězení otázek zkuste problémové výrazy nahradit vhodnými ekvivalenty.

Máte-li možnost, dejte nahrávku posoudit nezávislému posluchači a požádejte jej o shrnutí řečeného. Porozuměl správně?

### Rozšiřování pasivní slovní zásoby

- Hodně čtěte, nejlépe klasickou literaturu (např. W. Shakespeare, A. Dumas, U. Eco) a učte se z nich odstavce zpaměti.
- Poslouchejte dobré řečníky.
- Zapisujte si výrazy, o nichž víte, že je aktivně nepoužíváte, ale chtěli byste je zařadit do projevu.

### Rozšiřování aktivní zásoby

- Čtěte si články z novin nebo časopisů a zkoušejte je převyprávět s použitím co nejvíce slov z článku.
- Mluvte co nejvíce s druhými lidmi a dbejte na co nejpestřejší použití slov.

### Trénink přesného vyjadřování

Čtěte právní dokumenty (dohody, smlouvy, všeobecné podmínky apod.), snažte se soustředit na každou větu a zkuste odpovědět na následující otázky:

- Jsou všechny formulace jednoznačné?
- Lze některé formulace interpretovat i jinak? Proč?

Z chyb dokumentů se snažte vzít si příklad a dávejte si ve vlastním projevu pozor na podobně víceznačná sdělení.

## Nereprezentativní vzorek - příklady

*Výsledky matematického testu, který byl proveden na českých gymnáziích, jsou nadprůměrné. Čeští středoškoláci jsou tedy na tom v matematice velmi dobře.*

Test proběhl pouze na gymnáziích, nikoliv na ostatních středních školách, jako jsou střední odborné školy a učiliště. A studenti gymnázií jsou na jiné znalostní úrovni než studenti ostatních středních škol.

*Většina politiků považuje úroveň pražské MHD za vysokou. Hromadná doprava Praze je tedy velmi kvalitní.*

Většina politiků MHD vůbec nejezdí, a nemůže tedy posuzovat její kvalitu z vlastní praxe. MHD sice může být v Praze kvalitní, ovšem je nutné to podložit jinými důkazy, ne názory politiků.

*Koláč z ochutnávky byl výborný. Koupím si jich tedy hned několik.*

To, co bývá prezentováno jako ochutnávka či ukázka, je zpravidla o několik stupňů lepší než to, co se následně prodává. Proto tedy nelze soudit z něčeho, čím se výrobce prezentuje.

Mimochodem, s tímtož se lze setkat velmi často i v obchodech – ovoce či zelenina vystavené nahoře bývají hezčí než kusy schované vespod, a zákazník tak v dobré víře a bez přemýšlení snadno sáhne po shnilých plodech, aniž by si výběr pozorně prohlížel.

## Lenivá indukce

Za tzv. lenivou indukci se považuje odmítnutí správného induktivního úsudku, přestože existuje dostatek pravdivých argumentů (důkazů) na jeho podporu.

**OBRANA:** Je nutno poukázat na daná fakta a zdůraznit jejich význam.

## Lenivá indukce - příklady

*Obviněný se v minulosti dopustil pětkrát loupežného přepadení. Soud však rozhodl o jeho nevině s tím, že obviněný se stal účastníkem přepadení pouze nešťastnou náhodou.*

Být pětkrát u loupežného přepadení již není náhoda.

*Písemná práce zahrnovala dostatek otázek ze všech témat, Petr však nezodpověděl správně ani jednu. Přesto tvrdí na tom, že se řádně a poctivě učil.*

Pokud se Petr učil, musel by odpovědět alespoň na jednu otázku. Vzhledem k tomu, že otázky tvořily dostatečný průřez učivem, nelze říci, že by nezvládl pouze jednu oblast anebo že by měl smůlu na otázky.

*Řidič po nehodě nadýchal tři promile. Odmítá však, že by před jízdou pil.*

Tři promile jsou jasný důkaz požití alkoholu před jízdou. Takovou hodnotu nelze nadýchat ani po použití ústní vody, ani po požití rumových pralinek apod. Neexistuje tedy jiná možnost, jak by se alkohol do krve dostal, než že řidič před jízdou pil.

## Klamná analogie

Klamnou analogií se označuje srovnávání dvou věcí, které se zdánlivě podobají, ve skutečnosti však nemají nic společného. Vlastnost jednoho předmětu se tedy automaticky přisuzuje jinému předmětu, přestože pro to nejsou logické důvody.

**OBRANA:** Porovnejte oba jevy či předměty a vypočítejte jejich odlišnosti. Zdůrazněte, že právě kvůli odlišnostem nelze dané objekty stavět na stejnou úroveň a že jejich podobnost je pouze povrchní.

### Klamná analogie - příklad

*Lidé jsou jako olivy. Teprve když je pořádně lisujete, vydají ze sebe to nejlepší.*

Lidé a olivy ovšem mají jiný „životní úkol“ – zatímco olivy po „vyždímání“ končí se životem, pro člověka by žádný výkon neměl mít ničivý dopad.

### Klamnou analogii používají často reklamy

*Čokoláda je jako sen – stejně lehká a rozplývající se na jazyku.*

Zatímco čokoláda je skutečná fyzická věc, sen je pouze abstraktní pojem, proto nelze srovnávat jejich váhu ani jiné vlastnosti.

### Na klamné analogii je založena i řada anekdot

*Tchýně je jako půllitr piva – stejně chladná a stejně často s pěnou u pusy.*

Tchýně nemá s pivem ve skutečnosti nic společného – nelze najít jedinou opravdovou společnou vlastnost, pouze metaforické (obrazné) přirovnání (pěna u pusy).

## Klam daný vyloučením

Této praktiky se v dnešní době využívá velmi často – ve snaze prosadit určitý úsudek se z tvrzení vynechají ty skutečnosti, které by výsledek mohly zpochybnit. Běžně se těmto klamům říká demagogie neboli necelá pravda.

**OBRANA:** Musíte najít důkazy, které nebyly do předpokladu zahrnuty, a poukázat na to, že právě chybějící existující fakta mají zásadním způsobem vliv na závěr.



### Ledabylé podpírání hlavy či brady

Za podpíráním hlavy nebo brady nejčastěji stojí nuda nebo nezájem.



### Ukazováček směřující k uchu

Ukazováček namířený k uchu obvykle vyjadřuje zájem či pozornost.



### Ruce spojené před tělem nebo na stole

Ruce před tělem tvoří jakousi bariéru, proto většinou značí obavy, nedůvěru, nízké sebevědomí, snahu bránit se.



### Ruce v bok

Osoba s rukama v bok je pravděpodobně rozčilená, s něčím nesouhlasí nebo se jí něco nelíbí.