

Wolfgang
Bilinski

Velká kniha

rétoriky

Jak

s jistotou

a přesvědčivě

vystupovat
při každé
příležitosti





Velká kniha

Wolfgang
Bilinski

rétorika

Jak

s jistotou

a přesvědčivě

vystupovat
při každé
příležitosti

Grada Publishing

Upozornění pro čtenáře a uživatele této knihy

Všechna práva vyhrazena. Žádná část této tištěné či elektronické knihy nesmí být reprodukována a šířena v papírové, elektronické či jiné podobě bez předchozího písemného souhlasu nakladatele. Neoprávněné užití této knihy bude **trestně stíháno**.

Wolfgang Bilinski

Velká kniha rétoriky

Jak s jistotou a přesvědčivě vystupovat při každé příležitosti

Bilinski, Wolfgang, Rhetorik – Das Trainingsbuch

Licensed edition by the Haufe-Lexware GmbH & Co. KG, Federal Republic of Germany, Freiburg, 2011

Lizenzausgabe der Haufe-Lexware GmbH & Co. KG, Bundesrepublik Deutschland, Freiburg, 2011

Přeloženo z německého originálu knihy *Wolfganga Bilinského „Rhetorik – Das Trainingsbuch“*, vydaného nakladatelstvím Haufe Verlag, Německo, Mnichov, 2006

© 2006, Haufe Verlag GmbH & Co. KG, Niederlassung Planegg b. München
All Rights Reserved

Vydala Grada Publishing, a.s.

U Průhonu 22, 170 00 Praha 7

tel.: +420 234 264 401, fax: +420 234 264 400

www.grada.cz

jako svou 4516. publikaci

Překlad Iva Michňová

Odpovědná redaktorka Mgr. Dana Karpíšková

Grafická úprava a sazba Eva Hradiláková

Počet stran 224

První vydání, Praha 2011

Vytisklo TISK CENTRUM s.r.o., Moravany

Czech edition © Grada Publishing, a.s., 2011

Cover Design © Eva Hradiláková

Cover Photo © fotobanka allphoto

ISBN 978-80-247-3905-2 (tištěná verze)

ISBN 978-80-247-7087-1 (elektronická verze ve formátu PDF)

ISBN 978-80-247-7088-8 (elektronická verze ve formátu EPUB)

Obsah

O autorovi	11
Předmluva	13
1. Jak lépe mluvit?	15
Důležité řečnické příležitosti	15
2. Základní lekce: Příprava a zahájení	19
2.1 Optimálně se připravte	19
Špatná příprava rovná se špatná realizace	19
Informujte se o publiku a o podmínkách vystoupení	21
Zanechávejte pozitivní dojem	22
Jak působíte na auditorium	23
2.2 Čeho chcete projevem dosáhnout	25
Cíle	25
2.3 Plánování projevu: Nejdříve si rozmyslete závěr	28
Koncepce projevu	28
Závěr	29
Varianty závěru	29
Hlavní část	33
Sběr materiálu	33
Jak dosáhnout vysoké pozornosti	34
Výrazové prostředky	35
Úvod	42
Zaujměte posluchače v jeho světě a vybudujte s ním vztah	42
První dojem	45
Varianty začátku projevu	47
2.4 Osnova projevu	51
Rozčlenění obsahu do podrobné struktury	52
Nejdůležitější osnova	52
2.5 Připravte se	61
Budování přirozené autority	61
Trénink, trénink, trénink	62
Psychické nastavení řečníka	63

3. Tréninkové lekce 67**Trénink 1****Zahájení projevu:****Jak působivě začnete** 68

Vzorové řešení: 70

Zaujmut – vést 72

Ve světě publika 72

Vedení publika 73

Manipulace 73

Trénink 2**Řeč ke Dni matek:****Jak pronesete krátkou řeč v rodinném kruhu** 74

Vzorové řešení: 74

Mluvit spatra nebo používat poznámky? 76

Projev spatra 77

Projev s rukopisem 77

Omluvy řečníka 78

Omluvy za nedostatečnou přípravu 78

Omluvy pro získání sympatií 79

Trénink 3**Narozeninový projev:****Jak si připravíte slavnostní slova pro členy rodiny** 80

Vzorové řešení: 81

Umění používat citáty 83

Kontra-citáty 83

Zdroj citátů 83

Sbírka citátů 84

Trénink 4**Přednáška průvodce:****Jak představíte návštěvníkům svou zemi** 86

Vzorové řešení: 87

Mluvte jasně a srozumitelně 88

Krátké věty 89

Slovesa 89

Jednoduchost a jasnost 89

Členění, řád 90

Stručnost, výstižnost, KISS 90

Vhodné doplňky 90

Trénink 5**Zahajovací proslov:**

Jak zahájíte raut pořádaný vaší malou firmou	91
Vzorové řešení:	91
Oslovení	94
Přivítání osobností	94

Trénink 6**Děkováná řeč (se zvukovou nahrávkou):**

Jak poděkujete pracovníkovi	96
Vzorové řešení:	96
Hlas vytváří atmosféru	99
Technika mluveného projevu	100
Tempo řeči a pauzy	104

Trénink 7**Projev při zahájení konference:**

Jak vzbudíte zájem	107
Vzorové řešení:	108
Volba správných slov	109
Provokující a magická slova	110
Jak rozvíjet jazykový cit	111
Rozmanitý jazyk nabízí rozmanité možnosti	113
Rozšiřování slovní zásoby	113

Trénink 8**Uvítací řeč:**

Jak přivítáte nováčky	115
Vzorové řešení:	115
Používání příkladů	118
Příklady pro oživení a názornost	118
Příklady při dokazování	118

Trénink 9**Projev na svatbě:**

Jak zvládnete projev v roli nevěstina otce	120
Vzorové řešení:	121
Názorný jazyk	122
Metafory a analogie	123
Jednoduché metafory	124
Složité metafory	124

Trénink 10

Vánoční projev (s videonahrávkou):	
Jak slavnostně naladíte členy klubu	126
Vzorové řešení:	127
Zpětná vazba formou videonahrávky	129
Vhodná řeč těla	130
Co je publiku nápadné	130
Oční kontakt	132
Kam s rukama?	133
Vnější a vnitřní postoj	135
Řeč těla nelže	136

Trénink 11

Projev na oslavě narozenin:	
Jak si získáte kolegy svou spontánností	138
Vzorové řešení:	139
Argumentace spatra	140
Projevy spatra, které mají systém	141
Vyprávění příběhů a anekdot	141
Síla příběhů	142
Příběhy předávající myšlenky	142

Trénink 12

Projev jako zpráva o stavu projektu:	
Jak informujete o pokroku ve stavbě budovy	145
Vzorové řešení:	145
Publikum musí vidět jasnou strukturu	148
Jak utiřit hlad po struktuře	148
Symbols a skici	150
Skicovat umí každý	150

Trénink 13

Projev při loučení:	
Jak se vhodně rozloučíte s kolegou	153
Vzorové řešení:	153
Tajná zbraň každého řečníka: otázka	155
Řečnická otázka	156
Výběrové otázky	157
Protioptázka	158
Ricochetová otázka	159
Přímá otázka na posluchače	160

Trénink 14**Prezentace produktu:**

Jak přesvědčíte zákazníka	161
Vzorové řešení:	161
Jak reagovat na otázky	164
Nejnebezpečnější chyby při odpovědích	165
Co znamená řeč těla posluchačů	165
Můžeme poznat, co se v druhém odehrává?	165
Nejrůznější interpretace	166

Trénink 15**Odborná přednáška s projektorem:**

Jak připravíte zajímavou informační řeč	167
Vzorové řešení:	167
Audiovizuální podpora	170
Jak přednášet s technikou	170
Snímky a písemné podklady	171
Pravidla při přípravě vizuálních pomůcek	171

Trénink 16**Motivační přednáška:**

Jak strhnete pracovníky prodeje	173
Vzorové řešení:	174
Přesvědčit místo přemluvit	176
Věcné argumenty	177
Entusiasmus řečníka	177
Motivace posluchačů	178

Trénink 17**Přesvědčovací projev:**

Jak připravíte zavedení systému řízení kvality	179
Vzorové řešení:	180
Jak pozitivně reagovat na námítky a vyrušování	182
Jak pohotově reagovat	183
Jak na férové soupeře	185
Jak na neférové soupeře	185
Předcházejte vyrušování	188

Trénink 18**Motivační projev:**

Jak můžete kriticky apelovat na týmový duch	190
Vzorové řešení:	190
Užitek pro publikum	193
Čas a peníze	193
Zdraví a pohodlí	194
Sociální potřeby	194
Zábava a radost	195
Jistota, bezpečí	195

Trénink 19**Slavnostní projev jako jeden z řečníků:**

Jak zahájíte jako zástupce zaměstnanců oslav y firemního jubilea	196
Vzorové řešení:	196
Jak na trému	198
Jak vzniká tréma	198
Překonávání trémy	199
Flow – opak křečovitosti	199
Mluvení na mikrofon a kameru	202
Technika mluveného projevu na mikrofon	202
Nebojte se kamery	203

Trénink 20**Smuteční řeč při skonu kolegy:**

Jak přiměřeně zvládnete silné emoce	204
Vzorové řešení:	204
Jak zacházet se silnými emocemi	206
Smutek – výzva pro každého řečníka	206

4. Závěrečná lekce: Jak se dále zlepšovat	209
Trénink skončil, pokroky jsou před vámi	209
Jak se zlepšovat pomocí zpětné vazby	209
Rozvíjejte své silné stránky a poučte se z chyb	210

Literatura	212
Poznámky	213

O autorovi



Wolfgang Bilinski pracuje jako trenér a kouč managementu v oblasti rétoriky, prezentačních technik, komunikace a řízení stresu.

Je registrovaným firemním poradcem, založil internetovou síť come2seminar.com, pomáhá realizovat procesy inovací a změn, zabývá se i rozvojem týmů. Pracuje pro řadu mezinárodních koncernů. Od roku 2005 působí jako docent na renomované vysoké škole.

Jeho vizí je podporovat lidi v tom, aby snadno dosahovali špičkových výkonů a zároveň procházeli osobním i profesním životem s úsměvem.

Předmluva

Při kontaktu s lidmi potřebujeme dobré vyjadřovací schopnosti. Řečnické umění často rozhoduje o vítězství nebo porážce v profesní oblasti, o tom, jak působilme na druhé nejen v práci, ale i v soukromí. Jazykové dovednosti zvyšují také šanci nacházet v rámci diskusí s ostatními kompromisní řešení, se kterým budou všichni spokojeni (*win-win*).

Již v dobách řecké a římské kultury vytvořila klasická rétorika systém pravidel, který říká:

- jak má být řeč strukturována,
- jaké jazykové prostředky je vhodné používat a
- jak má úspěšný řečník vystupovat.

Rétorika měla v antice velký význam a bývala vyučována i jako samostatná disciplína. Dnes se řečnické umění v naší kultuře často nedoceňuje, a z tohoto důvodu nejsou řečnické dovednosti prioritou vzdělávacího systému.

Mnoho lidí proto mluví příliš, přívál jejich slov publikum mnohdy ani nevnímá. Místo, aby řečník posluchače přesvědčil, podaří se mu je maximálně přemluvit.

Málo lidí:

- dokáže sebejistě hovořit spatra,
- mluví srozumitelně,
- umí používat vhodnou slovní zásobu,
- ví, jak zní jejich hlas,
- dokáže obratně používat jazyk,
- volí tempo a rytmus řeči podle přítomného publika,
- přemýšlí nad obsahem své promluvy.

Většina řečníků se bohužel vůbec nezamyslí nad tím, co říká.

O co jde v této knize

Velká kniha rétoriky, věnovaná především tréninku řečnických dovedností, je určena každému, kdo dokáže ocenit dobrou úroveň jazykové kultury a chce zlepšit své vyjadřovací schopnosti.

Naučíte se říci hodně pomocí mála slov, tedy vyjadřovat se ekonomicky. Dozvíte se, jak máte přistupovat k posluchačům a jak je dokážete přesvědčit. Procvičte si řečnické dovednosti a získejte kontrolu nad tím, co a jak říkáte.

Naučíte se, jak:

- navázat *kontakt* s publikem,
- jasně *strukturovat* stanovisko, aby bylo vysvětlení pro ostatní pochopitelnější,
- zvýšit kvalitu komunikace a *srozumitelnost*,
- záměrně používat *jazyk a hlas*, věrohodně vytvářet „náladu“ při přednášce a zároveň si šetřit hlasivky,
- rozvíjet *otevřenost a osobitost svého projevu*, kterou si získáte sympatie publika a umožníte mu dobře se orientovat,
- identifikovat *situaci, posluchače a hodnoty* a úspěšně podle toho formulovat vlastní řeč.

Jak můžete pracovat s touto knihou

Kniha má sloužit jako tréninková příručka – nabízím vám, abyste s ní absolvovali svůj vlastní seminář na téma rétorika. Na rozdíl od skutečného tréninku naživo můžete:

- začít kdekoli,
- kdykoli udělat přestávku a kdykoli pokračovat,
- více se soustředit na nějakou oblast,
- absolvovat trénink za velmi výhodnou cenu¹.

Semináře na téma rétorika a komunikace připravuji a vedu od roku 1990 a zde vám nabízím své výsledky a poznatky. Důvěřujte mým zkušenostem a pusťte se do co největšího počtu cvičení! Pomohou vám zlepšit vaše řečnické schopnosti. V malých dávkách podávaná teorie podpoří proces učení osvědčenými zásadami, příklady a nápady.

Největší přínos pro vás kniha bude mít, pokud si poznatky ihned vyzkoušíte v praxi. Začněte po malých krůčcích a postupně se v přiměřeném tempu zlepšujte.

Abychom vám usnadnili proces učení, mají všechny tréninkové lekce podobnou strukturu. V každé lekci najdete tabulku se dvěma sloupci, ve které je vzorový projev s detailním komentářem. Využijte tyto podněty pro své vlastní formulace.

Nyní mi nezbyvá než vám popřát:

Hodně úspěchů při přesvědčivých projevech, které vás budou bavit!

Váš trenér a autor
Wolfgang Bilinski

¹ Jako dlouholetý trenér zároveň připomínám, že skutečný seminář má jiné výhody, které zase naopak kniha poskytnout nedokáže.

1

Jak lépe mluvit?

Chcete-li pracovat na řečnických schopnostech, musíte se oprostit od myšlenky, že stačí naučit se jeden postup. K dobré rétorice patří řada dovedností, dobrá struktura, jazyk, řeč těla, slovní zásoba. To vše najdete na následujících stránkách.

Nejeden čtenář se bude ptát, kde a jak má s procesem zlepšování nejlépe začít? Při hledání odpovědi na tuto otázku byste se měli zamyslet, na co máte přirozený talent, jaké máte dosavadní zkušenosti a co už umíte. Pak můžete rozhodnout, kde zahájíte osobní tréninkový program.

Najít správnou odpověď vám pomůže následující seznam a sebereflexe. Zamyslete se, pro jaké příležitosti si chcete zdokonalit řečnické schopnosti a jakým směrem se chcete vydat.

Důležité řečnické příležitosti

Jaké řečnické příležitosti mohou nastat? Ať už se v životě ocitnete v situaci, kdy budete muset prezentovat svou vlastní osobu, nebo vás pověří nějaká skupina, abyste vystoupili jejím jménem, vždy je dobré být na řečnický výstup připraven. Nejdříve si projděte následující seznam a označte si, jak často pro vás připadá zmíněná řečnická příležitost v úvahu. Možná budete překvapeni, v kolika různých situacích se můžete ocitnout v roli řečníka.

Řečnická příležitost	často	někdy	málokdy	nikdy
zahájení diskuse				
projev spatra				
prezentace projektu				
obhajoba stanoviska				
zpráva o stavu projektu				
zasedání				
veřejné prohlášení				
motivace pracovníků				
proslov na oslavě				
přivítání nových kolegů				
loučení se s pracovníky				
narozeniny				
pohřeb				
pochvala, oceňování				
odborná přednáška				
slavnostní akt				
večírek				
prezentace produktu				
zahájení konference				
...				
...				

Poté, co jste si poznamenali četnost různých řečnických příležitostí, označte si zvýrazňovačem ty situace, které jsou pro vás nejdůležitější. V části „Tréninkové lekce“ (od strany 67) se všem uvedeným příležitostem podrobně věnujeme. Můžete si z nich pak vybrat podle svých potřeb nebo se jimi můžete zabývat postupně.

Sebereflexe: Zkušenosti s řečnickými situacemi

Podívejte se na své poznámky a uveďte do tabulky, v čem si jste při nějakém proslovu jistí a na co byste byli rádi v budoucnu lépe připraveni:

Know-how, témata z oblasti rétoriky	Připadám si jistě	Mohu ještě zlepšit	Musím se teprve naučit
zahájení a první dojem			
upoutat a vést posluchače			
řeč těla při projevu			
hlas a jazyk			
členění a struktura			
psychologická stránka projevu			
srozumitelnost			
otázky			
analogie, příklady, ...			
audiovizuální pomůcky			
reakce na problémy			
mluvení před mikrofonem/kamerou			
příprava			

Nyní si formulujte cíl, na který se budete při práci s touto knihou nejvíce zaměřovat. Vyberte si z nabídky to *know-how*, které nejlépe vyhovuje vašim potřebám. Nabízené nástroje vám tak přinesou největší užitek.

Můj cíl a zaměření při práci s knihou:

2

Základní lekce: Příprava a zahájení

Než začneme s tréninkem rétoriky, řekneme si několik základních informací o přípravě a plánování proslovy a o důležitých bodech, které se týkají zahájení a navázání kontaktu s publikem.

2.1 Optimálně se připravte

„Omlouvám se za dlouhý dopis, neměl jsem čas napsat krátký.“

(Oscar Wilde)

Oscar Wilde to vystihl přesně. Umění vyjádřit minimem slov maximum informací vyžaduje čas, čas na optimální přípravu obsahu. Úspěšným řečníkům velice záleží na tom, aby dosáhli efektivní komunikací co nejlepších výsledků. Proto příprava představuje dobře investovaný čas.

Dobrá příprava přináší dobré výsledky, špatná naopak. Proč přesto někteří řečníci nevěnují přípravě dostatek pozornosti?

Špatná příprava rovná se špatná realizace

Nedostatečnou přípravu způsobují tři faktory. Důkladně se s nimi seznamte, abyste se před nimi dokázali chránit. Pokud u sebe některý z uvedených vzorců chování identifikujete, mějte jej na paměti, jakmile před vámi stojí příprava projevu. To, že si vůbec uvědomíme své vzorce chování, o kterých jsme dříve nevěděli, je začátkem zlepšení! Nepolevujte a neustále si připomínejte pozitivní vzorce, dokud u vás nenastane v dané oblasti změna.

1. *Nedostatek času a podcenění*

Nedostatečná příprava kvůli nedostatku času a stresu není v dnešní době vzácností. Pamatujte, že je vždy otázkou našeho vlastního zhodnocení situace, jestli si na něco uděláme dostatek času. Pokud bereme danou věc opravdu vážně, najdeme si na ni také potřebný prostor. Nezapomínejte, že podceňování významu svědomité přípravy vás vystavuje nebezpečí, že při přednášce budete vypadat hloupě. Bez dobré přípravy nepodáte optimální výkon a budete se „prodávat“ pod cenou.

2. *Lenost při přípravě a cizí přednášky*

Využívání vzorových přednášek nebo osnov proslavů, které už jste někdy slyšeli u jiných řečníků, může mít stejné důsledky jako v předchozím bodě. Řečníci, kteří využívají předlohy a neupraví si je podle cílové skupiny, neukazují své skutečné schopnosti. V nejhorším případě zažijí nepříjemné překvapení, pokud před publikem zjistí, že vlastně nevědí, co je uvedeno na snímcích k přednášce, kterou připravoval někdo jiný.

3. *Přehnaná sebejistota*

Sebejisté vystupování je v zásadě vítáno. Ale pozor, příliš sebejistí lidé mají tendenci nepřipravovat se nebo se připravují nedostatečně. Jsou si sami sebou příliš jistí a domnívají se, že všechno zvládnou rovnou spatra. Může se jim to vrátit jako bumerang a sebejistota zmizí jako mávnutím kouzelného proutku.

Pokud publikum získá dojem, že je nějaká řeč připravená povrchně nebo se jedná o příspěvek, určený původně pro jinou situaci, bude mít pocit, že není pro řečníka dostatečně důležité. Jestliže se někdo publika takto dotkne, nevytváří si dobrý základ pro přesvědčivé vystoupení.



Tip: Koncepti proslavu vždy přizpůsobujte posluchačům, neboť u všech typů publika nemůžete uspět s univerzální verzí.

Prezentace produktu připravená pro pracovníky oddělení prodeje ve vlastní firmě rozhodně nebude vhodná pro zákazníky. Řada informací, které jsou důležité pro zaměstnance firmy, by zákazníky nudila a třeba pozice produktu v rámci firemního sortimentu by nebyla pro zákazníky důvodem, aby si produkt koupili. Nelze opomíjet ani jednotlivé profesní skupiny. Projev určený pro dělníky by se nehodil pro manažery. Nebo politický projev před obecními volbami by nebyl nejhodnější pro stranický sjezd.

Informujte se o publiku a o podmínkách vystoupení

Profesionální řečníci se předem informují, před kým budou mluvit. Přizpůsobují strukturu projevu auditoriu a zamýšlejí se nad tím, koho a jak chtějí oslovit. Kromě toho se dobří řečníci zabývají tím, v jakých podmínkách budou vystupovat:

- v jakém prostředí,
- v jaké situaci,
- při jaké příležitosti a
- v jakém okamžiku.

Tip: Vždy se informujte na podmínky vystoupení a zjistěte si co nejvíce o auditoriu, situaci, prostředí a okamžiku projevu.



Neexistují špatné projevy

Excelentní přednášející vědí, že neexistují špatné projevy, ale jen projevy před špatnými posluchači, ve špatnou dobu, na špatném místě, ve špatné situaci.

Do přípravy „dobrého“ projevu můžete investovat sebevíce času, ovšem teprve pokud budou vaše slova vhodná pro konkrétní publikum, podmínky, situaci a okamžik, máte šanci, že budete slavit úspěch!

Bez ohledu na témata a politické smýšlení je považován za vynikajícího řečníka moderních dějin Fidel Castro. Se svými tématy, obviňováním třídy bohatých a emocionálně bojovnými projevy mohl být úspěšný pouze proto, že vše odpovídalo publiku, okamžiku, situaci a okolním podmínkám. Kdyby dnes někdo zkusil mluvit o stejných tématech a stejným způsobem v některé z demokratických zemí s obecně spokojeným obyvatelstvem, úspěch by byl nemožný.

Cvičení:

Zjistěte si informace o auditoriu, situaci, prostředí a okamžiku příští porady o projektu. Poznamenejte si tyto informace a rozmyslete si, zda a jak by mohly vhodně ovlivnit to, co budete na poradě říkat.

Vyhodnocení:

I zdánlivě banální informace dokážou prolomit ledy. Je-li třeba vnést do projektového týmu pozitivní náladu, můžete třeba zmínit kolegovy narozeniny. Pokud zjistíte, že většina členů týmu je na sladké, nabídněte jim o přestávce ke kávě zákusky.

Kromě toho mohou vámi shromážděné informace – třeba nejnovější vývoj ve firmě a v oboru – představovat důležité detaily proslovu na poradě projektového týmu.

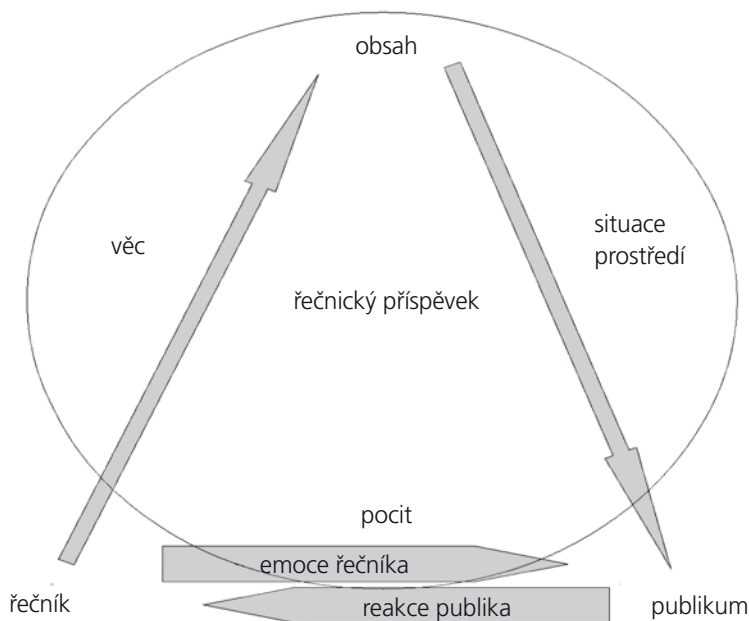
Zanechávejte pozitivní dojem

Již Cicero (106–43 př. n. l.) vysvětloval, jak zanechá řečník pozitivní dojem. Musí bavit, přesvědčit, získat si sympatie a k něčemu přimět (motivovat a vyvolávat emoce).

Souvislost auditoria, prostředí a situace je zřejmá z trojúhelníku dojmu, který ukazuje, jak je věcně a emocionálně ovlivňován dojem, který vyvolává řečníkův příspěvek.

- Jaký je obsah, co říká řečník věcně?
- Jaké jsou řečníkovy emoce? Jaký navazuje s publikem vztah? Jak to vnímají posluchači?

Podle toho, jak si publikum odpoví na tyto otázky, reaguje na přednášejícího buď pozitivně, nebo negativně.



Obr. 1 *Trojúhelník dojmu*

Jak působíte na auditorium

Na seminářích o rétorice často kladou posluchači otázku: „Jak budu působit na publikum, když použiji tuto argumentaci a budu se takto pohybovat?“ Zároveň se objevují dotazy, jakým chováním se dosáhne určitého efektu, například: „Co musím udělat, abych na ostatní působil přesvědčivě?“ Otázky tohoto typu vycházejí z představy, že nějaká konkrétní kombinace způsobů chování vyvolá u různých posluchačů vždy stejný dojem. Bohužel to však není tak jednoduché. Předpokládané souvislosti příčiny a následku neexistují v takové formě, že by nějaká akce pokaždé vyvolala stejnou reakci.

Působení řečníka se liší v závislosti na publiku, situaci a prostředí. Uvedme malý příklad závislosti na situaci. Pokud má člen týmu krátký projev před kolegy, většinou nikomu z nich nevadí, pokud má řečník ruku v kapse. Při proslovu na pohřbu by ovšem stejní kolegové u stejného řečníka považovali tento postoj za nevhodný.

Bývalý německý kancléř Helmut Schmidt nezdědka mluvil s rukou v kapse ve Spolkovém sněmu. Někteří novináři situaci komentovali jako nenucenost velkého státníka, jiní to kritizovali jako pohrdání poslanci. Zde se jeden způsob chování hodnotí různě dokonce ve stejné situaci, podle toho, jaký postoj posluchači a novináři zastávají.

Tip: Pokud chcete zjistit, jak působíte, musíte získat co nejvíce informací o tom, jak vás ostatní vnímají. Požádejte různé lidi v různých situacích o upřímnou zpětnou vazbu.



Působení na posluchače vzniká tím, jak posluchač individuálně vnímá vlastnosti a chování mluvčího. Objektívni detaily vyhodnocují posluchači různě. Řečník má plnovous a na sobě tmavomodré sako atd. Plnovous může mít pro posluchače jak pozitivní, tak negativní význam, i sako může vyvolávat různé asociace.

U subjektivních kritérií a charakterových vlastností je pro různé interpretace ještě větší prostor. Dojem se bude u různých osob lišit. Jedni mohou tvrdit: „Pan Müller je přesvědčený o tom, co říká.“ Jiní: „Paní Maierová si je nejistá.“ U těchto interpretací není vnímání publika vždy jednotné.

Posluchači vnímají řadu detailů

Následující seznam ukazuje množství informací, které lidé registrují. Jen zlomek z nich ovšem vnímají vědomě, většina ovlivňuje jejich názor podvědomě.