

Komunikácia a rečnicke zručnosti v literatúre nielen pre novinárov

Jaroslav Buček, Katedra žurnalistiky FiF UK v Bratislave, dr.bucek@gmail.com

Kľúčové slová: komunikácia, komunikačné zručnosti, študent, mass médiá, spisovatelia, komunikačné problémy

Key words: communication, rhetorical skills, student, mass media, writers, problems in communication

Budúci študent sa stretáva s bariérami v komunikačnom procese. Fungujú a prejavujú sa prostredníctvom osobnosti príjemcu a pri ich analyzovaní je potrebné z osobnosti príjemcu vychádzať. Môže ísť o bariéry: subjektívne (sebecko, egocentrizmus, nedostatok empatických schopností), psychické, sociálne, priestoru, času, sémantické, tiež sem zaraďujeme absenciu alebo zníženú činnosť komunikačných kanálov a pod. Príčinou bariér býva aj nechť komunikovať o neznámych, nečakaných, nezvyčajných, často znepokojujúcich veciach, najmä ak sú nenáležité podávané.

Subjektívne bariéry medzi budúcim novinárom a príjemcom sa prejavujú v rozdielnych danostiach, dispozíciach, názoroch, záujmoch, postojoch, plánoch, odlišných formách správania. Ak stratí nadhľad nad vzniknutou situáciou, môže prísť ku konfliktu. „Subjektívne bariéry môže vyvolávať predpojatosť, neskúsenosť, nevedomosť, neochota prijímať nové, nevšedné, výnimočné riešenia, preceňovanie vlastných názorov, ale aj averzia recipienta.“ (Droppa 1992, s.36 a s.95)

Psychické bariéry sú podmienené existenciou určitých individuálnych vlastností a charakteristík. Súvisia s rozdielnymi vlastnosťami, potrebami, normami moderátora – komunikátora a príjemcu. Ak príjemca nie je vyrovnaný s danou realitou a osobným zvládnutím vlastného problému, môže mu komunikácia spôsobiť vnútorné napätie. Medzi výrazné psychické bariéry u študenta patrí stres – nadmerná psychická záťaž v procese komunikácie. Podobne, málo aktívne vnímanie, nedostatočná schopnosť koncentrácie pozornosti a jej rozdielne zameranie, iný vzťah k určitým faktom skutočnosti, predsudky a pod. vytvárajú výraznú psychickú bariéru medzi moderátorom – komunikátorom a príjemcom.

Sociálne bariéry vznikajú na základe sociálnej determinácie komunikátora a príjemcu. Zdrojom sociálnych bariér môže byť sociálne postavenie príjemcu, ale aj vzťahy, ako výsledok prirodzenej stratifikácie spoločnosti, nezávislé na sociálnych podmienkach spoločnosti. Medzi dôležité bariéry radíme aj absenciu mediálnej gramotnosti.

„Nástrojom nadobúdania mediálnej gramotnosti a adekvátnych mediálnych kompetencií by mala byť mediálna výchova, ktorá by daného čitateľa kultivovala. Mediálnu výchovu môžeme vymedziť ako formu pedagogického kontaktu s médiami, ktorý má navodiť kriticko-reflexívne využívanie médií. Mediálna výchova sa zaoberá všetkými médiami masovej komunikácie a jej cieľom je, aby si človek osvojil stratégie kompetentného zaobchádzania s médiami a ich produktmi. Hlavným cieľom mediálnej výchovy by teda malo byť rozvinutie mediálnej gramotnosti na takú úroveň, aby využívanie médií bola činnosť, ktorú má človek čo najviac pod vlastnou kontrolou a ktorú si môže organizovať tak, aby mohol čo najlepšie využiť mediálnu ponuku.“ (Gažová 2009, s.91)

O informačnej bariére môžeme zase hovoriť, ak sa v procese komunikácie dostávajú k príjemcovi informácie, ktoré výrazne presahujú jeho vedomostnú a poznatkovú úroveň.

„Bariéry vznikajú ako následok nerešpektovania zákonitostí spoločnej práce, presadzovania osobných motívov, vyplývajúcich napríklad z postavenia v redakcii.“ (Hradiská 1993, s. 112) Nedocenenie práce každého z účastníkov tvorivého procesu, nedostatok disciplíny a záujmu o konečný výsledok, ktorý sa predkladá recipientom, to sú ďalšie možné bariéry prejavujúce sa v konečnom dôsledku na horšej kvalite výsledného produktu.

Medzi faktory, ktoré môžu pôsobiť ako bariéra, patrí aj samotný proces práce a požiadavky kladené na budúceho žurnalistu.

Pomerne časté sú bariéry, ktorých základom je nesprávne, neadekvátne zhodnotenie recipientov. (Hradiská 1993, s.113)

Nesprávne zhodnotenie môžu spôsobiť nasledujúce bariéry: (Bureš – Lopuchovská 2007, s. 111; McNair 2011, s. 111)

- Nie vždy hovoríme to, čo si myslíme.
- Čo je povedané, nemusí byť počuté.
- Povedanému nemusí byť vždy porozumené.
- Porozumieť neznamená vždy stotožniť sa.
- Informáciou, ktorú prezentoval moderátor, sa respondent nemusí automaticky riadiť.

Konkrétne rady, ako zvládnuť rečnícke zručnosti a vyhnúť sa tak bariéram pri komunikácii na rôznych stupňoch komunikácie, ponúkajú nami vybraní autori ako otázky a odpovede, s ktorými sa najčastejšie stretávame pri komunikácii. Odpovede na prezentované problémy sú písané jednoduchým, širokej verejnosti prijateľným jazykom.

Náš príspevok neváha veľmi jednoducho pomenovať a vzápätí pomocou literatúry odpovedať na nasledovné otázky:

- Ako účinne reagovať na neférové útoky v komunikácii?
- Ako sa dokázať slovne brániť, odraziť slovnú manipuláciu a vyžarovať osobnú autoritu?
- Ako úspešne zvládnuť rozpory, agresívnu diskusiu a pohotovo reagovať v stresových situáciách?
- Ako sa vyrovnáť s osobnými útokmi a hrozivými gestami?
- Ako sa brániť proti „psychologickým“, manipulačným trikom?

Typy, príklady a rady, ktoré ponúkajú vybraní autori „oddychovej literatúry“, sú venované situáciám, s ktorými sa študent môže stretnúť nielen pri interview s komunikačným partnerom, ale aj pri vyjednávaniach, diskusiách a kritických rozhovoroch. Zamysleli sme sa aj nad tým, ako a kde môže budúci žurnalista zdokonaľovať svoje rečnícke zručnosti. Zamerali sme sa na literatúru, ktorá by mohla pomôcť pri profesionálnej argumentácii, slovnej sebaobrane a schopnosti zvládať stres, ako predpokladu na dosiahnutie vlastných záujmov, pracovných i osobných úspechov.

Študenti žurnalistiky sa môžu dostať do situácií, keď:

- potrebujú vystupovať sebavedomo a ukázať svoju silu,
- snažia sa odvrátiť agresiu komunikačného partnera,
- chcú pohotovo kontrovať a udržať dialóg v žiaducom smere.

Aj budúci novinár by mal rozvíjať schopnosť odrážať neférové útoky komunikačného partnera, ktorý sa snaží spochybníť dôkazy, fakty, postoje a presadiť vlastnú pozíciu na úkor komunikačného partnera.

Vybraní autori (KLAPETEK, Milan; ALLHOFF, Dieter–W; ALHHOFF Waltraud; BECK, Gloria; PLETZER, A. Marc a iní) ponúkajú množstvo rád a tipov ako „profesionálne komunikovať“ a niektorí sú odhodlaní aj slovne proti útokom bojovať.

Stratégiu komunikácie vnímame ako „návod“, ktorým komunikátor ostatným účastníkom komunikačného procesu nepriamo naznačí, ako majú prijať komunikáciu. Pokúsime sa priblížiť autorov, ktorí majú skúsenosti s pedagogickou alebo lektorskou činnosťou v oblasti rétoriky a komunikačných zručností.

Uvedení autori a ich literatúra by nemala suplovať odbornú literatúru, ale budúci novinár by mohol mať prehľad aj v literatúre, ktorá „neuškodí“ pri zdokonaľovaní sa v rečníckych zručnostiach.

Tipy, príklady a rady, učiteľov, lektorov, a rétorov sú predurčené na ľahko stráviteľné čítanie. Dr. Thiele, Albert je profesionálny tréner komunikačných zručností a spolupracuje so skúsenými mediálnymi expertmi a žurnalistami. V knihe *Jak na „špinavé“ triky a útoky v komunikaci* sa venuje situáciám, s ktorými sa respondent môže stretnúť nielen pri rozhovoroch s moderátorom, ale aj pri vyjednávaniach, diskusiách, kritických rozhovoroch. Publikácia neváha veľmi jednoducho pomenovať a vzápätí odpovedať ako účinne reagovať na neférové útoky v komunikácii, ako rozpoznať skryté a otvorené komunikačné hry, ako sa dokázať slovne brániť, odraziť manipuláciu a vyžarovať osobnú autoritu. Autor sľubuje zvládnutie profesionálnej argumentácie, slovnú sebaobranu a schopnosť zvládať stres ako predpoklad na dosiahnutie vlastných záujmov, pracovných i osobných úspechov.

V úvodných kapitolách (*klid a stresový management; cílená príprava–nezbytná súčasť prevencie stresu; vystupujte sebedovome–vyzaruje osobní autoritu; jak úspěšně odrazit neférové útoky; jemná manipulace a psychologické triky; techniky pohotových reakcí; technika pěti kroků–jak výstižně předat poselství.*) nám ponúka analýzu, príklady, tipy na precvičovanie rečníckych zručností, ale aj možné očakávania komunikačného partnera. Aj napriek názvom jednotlivých kapitol sa optimálna komunikácia nezakladá iba na obranných reakciách a odrážaní neférových útokov. „*Dráždit protivníka zlobou, protože v hněvu není schopen správně soudit a vnímat své přednosti. Nejsnáze druhého rozhněvate tím, že mu budete křivdit, šikanovat ho a budete se chovat neomaleně.*“ (Thiele 2010, s.66) Študentov inšpiruje ako zvládnuť rozpory, agresívnu diskusiu a pohotovo reagovať v stresových situáciách?

- Ako sa vyrovnat' s osobnými útokmi a hrozivými gestami?
- Ako sa brániť proti „psychologickým“, manipulačným trikom?

Autor sa usiluje presne popísať komunikačný útok a vzápätí uviesť konkrétny príklad (návod) ako reagovať. Ponúka množstvo rád a tipov ako proti komunikačným útokom zo strany partnera bojovať. Za dôležitú etickú vlastnosť sa považuje byť za každých okolností objektívnym a pristupovať aj k protikladným názorom nezaujato, s dominantným záujmom sprostredkovať informáciu pravdivo, čomu autor na niektorých miestach nevenuje dostatočnú pozornosť. Ak berieme stratégiu komunikácie ako „návod“, ktorým komunikátor ostatným účastníkom komunikačného procesu nepriamo naznačí ako majú prijať komunikáciu. „*Předem si sami pro sebe ujasněte , jaké názory mají ostatní a kde mohou být slabiny jejich kroků. Připravte si krátký seznam možných otázek*“ (Thiele 2010, s.145) Problémy, ktoré rieši sú prehľadne delené na princípy, tipy, príklady, fázy, plány situácie atď. Rady a tipy segmentuje podľa individuálneho plánu, ktorý si môže vytvoriť každý čitateľ osobitne a vyberie si tú časť, problém, situáciu, ktorá u neho vyvoláva komunikáciu pod stresom. Budúci žurnalista si môže pri čítaní odpovedať na tri základné otázky. Kedy sa pri argumentácii dostáva do stresu?, Aký vnútorný strach ho blokuje?, V čom spočíva potenciál na zlepšenie (vybraný podľa jednotlivých kapitol tejto knihy)?. Praktické tipy autor veľmi prehľadne zaradil do jednotlivých cvičení, ktoré pôsobia ako „pracovný zošit“ do ktorého si môžu záujemcovia písať poznámky, riešiť zadania, zlepšovať komunikačné zručnosti.

Vysokoškolský pedagóg Milan Klapetek je autorom knihy *Komunikace, argumentace, rétorika*. Prezентuje snahu predstaviť medziľudskú komunikáciu ako jedinečnú kultúrnu udalosť, v ktorej sa odohráva čosi veľké a vznešené. Autor zostáva verný svojmu duchovnému rozmeru (dvadsaťročné pôsobenie v cirkvi) čo nezaprel ani svojím slovníkom. Venuje sa nielen predpokladom úspešnej presvedčovacej stratégie, ale aj princípom argumentácie, nevynímajúc úlohu logiky v argumentácii. „*Více než o to jak přesvědčit druhého o vlastní pravde a jak prosadit vlastní názory, zde půjde o to, jak druhého člověka*

pochopiť a porozumieť mu. Predstava, že komunikácia spočíva predovšetkým v presvedčovaní druhých o správnosti svojich názorov, je síce dnes bežne rozšírená, ale považujú ju za veľmi nešťastnú“ (Klapetek 2008, s. 88) Budúci novinári nemusia s autorom súhlasiť, ale dozvedia sa na nový pohľad na manipuláciu pri komunikácii s v mediálnom produkte, ale aj mimo neho.

Ak študent žurnalistiky potrebuje lepšie porozumieť argumentom, pokojne môže nahliadnuť do publikácie „Rétorika a komunikácia“, ktorá poskytuje náhľad na väčšinu oblastí aplikovanej rétoriky (od voľného prejavu až po správnu argumentáciu a vytvorenie predpokladov na úspešné zvládnutie hovoreného prejavu). O úspechu publikácie Rétorika a komunikácia svedčí jej 14. vydanie. Knihu môžeme považovať za vhodnú príručku pre tých, ktorí chcú vyjadriť najlepšie to, čo majú práve na mysli. Čitatelia majú v knihe prehľadný návod ako a kde zlepšiť svoje rečnícke zručnosti. Kniha sa nesnaží vyriešiť všetky problémy, ktoré sa vyskytujú v komunikácii, ale ponúka fundovaný návod k mnohým oblastiam aplikovanej rétoriky (mimoverbálna komunikácia, argumentácia, voľný prejav, vedenie rozhovoru a i.) K čitateľom sa autori prihovárajú jednoduchým, zrozumiteľným slovníkom a problémy definujú veľmi jasne (ako vyjadriť to, čo máme na mysli; ako sa prihovoriť partnerom, aby nám rozumeli a ako ich treba počúvať...) Veľkým prínosom pre študentov sú takzvané pracovné listy, ktoré ponúkajú okamžitú možnosť nácviku jednotlivých zručností. Pracovné listy v každej kapitole sú koncipované tak, že čitateľ si môže priamo do knihy zaznačiť výsledky pozorovania, alebo si môže nacvičiť úlohy, ku ktorým je vyzvaný. „Registrujte nonverbálne spôsoby chovania, ktoré ste pozorovali u profesionálnych mluvčích (z oblasti politiky, umenia, zábavy, televízie a pod.) (Allhoff, D–Allhoff, W. 2010 s.199). Autori, skúsení lektori a vysokoškolskí pedagógovia sa sústreďujú predovšetkým na zrozumiteľnosť a jasnosť vo všetkých druhoch prejavov, čomu je prispôsobené aj bohaté členenie podkapitol. Zrozumiteľnosť ako súčasť prejavu je segmentovaná na: štruktúru a usporiadanie, jednoduchosť výrazu, výber informácií, stimuláciu a záujem, pomocné vizuálne prostriedky a spôsoby reči. Autori využívajú prepojenie s antickou rétorikou. „Už Cicero píše: *Nástup reči však musí byť vypracovaný pečlivo a dôvtipne, musí byť bohatý na myšlienky, výstižný vo výrazu a predovšetkým musí byť príměřený predmetu reči. První hodnocení a doporučení řečníka totiž jistě záleží na nástupu jeho reči– a ten musí posluchače ihned přitáhnout a zaujmout.*“ (Allhoff, D–Allhoff, W. 2010 s.55) Študenti oceňujú ľahkú orientáciu pomocou grafov, tabuliek, príkladov a praktických návodov ako si pripraviť zrozumiteľnú osnovu pre optimálne členenie prejavu. Podrobne sa dozvedia o fázach, ktoré majú gradovať prejav (od vymedzenia témy a jej významu, prehľad výsledkov potrebných k prezentácii, až po prípravu očakávaného výsledku prejavu). Praktické cvičenia pre čitateľov sú orientované aj na komparáciu komentárov a vystúpení v jednotlivých médiách. Knihu pokladáme ako významný prínos aj pre študentov žurnalistiky, kde môžu poslucháči využiť doterajšie znalosti z tvorby mediálnych produktov. V žurnalistickej terminológii, by sme zhodnotili prácu autorov ako brilantnú prácu s titulkami –názvy kapitol a medzitulkami, ktoré upozorňujú čitateľa, aby si uvedomil čo, ako a kde môže vyskúšať priamo v praxi. Prácu autorov na tretej kapitole zhodnotíme výrokom Herdera, ktorý hovorí: *Všetky chyby rád odpustím, ale neodpustím chybu v osnove.* Nemecké príslovie „Cvičenie robí majstra“ pravdepodobne výrazne ovplyvnilo týchto nemeckých pedagógov (ALLHOFF, Dieter–W, ALHHOFF Waltraud) pri tvorbe úspešnej publikácie v snahe získať si čitateľov fundovanými, praktickými radami, návodmi a skúsenosťami z praxe trénerov komunikačných zručností

Beck, Gloria je autorkou knihy „Zakázaná rétorika 30 manipulatívnych techník“. Autorka vychádza z vlastnej praxe lektorky komunikačných zručností. Kniha je písaná ako premyslené odpovede na otázky frekventantov kurzov o rétorike a rečníckych zručnostiach. O úspechu takto zvolenej stratégie svedčí aj niekoľkonásobné vydanie knihy. Zaoberá sa nielen

klasickými zručnosťami, ale aj tými, ktoré sú na hranici etiky a tolerancie (mobbing ako šikanovanie spolupracovníkov na pracovisku, motivovanie pomocou obrazov nepriateľa, techniky na manipulovanie nepriateľa a i.). Techniky rétorickej manipulácie autorka zoradila za sebou podľa abecedy (technika: aktualizace, asociací, atraktivity, autority, bud guy, disonance, drbů, fixace, hypnózy, charismatu, imunizace, jazykové manipulace, kazatelská technika, technika klaky, kontrastu, lhaní, lichocení, obětního beránka, obrazu nepřítel, pověřivosti, přátelství, reciprocity, řízení dojmů, skupinová technika, technika snů, soucitu, špatných argumetnů, závislosti a posledná (30.)technika zkázy). Pri zdôvodnení možností, uvádza ciele, ktoré sa danou technikou dajú dosiahnuť. Autorka nesľubuje 100% záruky pri používaní jej praktických rád. „Komunikace je žonglování s domněnkami a rafinovanými pokusy o ovlivnění druhých, z nichž možná jeden nebo druhý zafunguje. Použitím manipulativních technik, které sa již v praxi osvědčily nebo spočívají na vědeckých poznatcích, však pravděpodobnost úspěchu prudce vzrůstá.“ (Beck 2010, s. 266) Vychádzajúc z vlastnej lektorskej praxe, autorka analyzuje jazykovú manipuláciu nielen v politike, ale sústreďuje sa aj na manipuláciu pomocou pasívnych a neosobných formulácií, s ktorou sa stretávame aj pri tvorbe mediálnych produktov. Na konci každej techniky je uvedený aj dôraz na prvky správania, ktoré treba prehodnotiť. Z desaťbodovej hodnotiacej škály uvádza autorka po každej technike stupeň etickej nekorektnosti. Ak frekventanti využijú dôveryhodnosť, budú postupovať zákerne a nebudú rešpektovať slobodnú vôľu jednotlivca, dochádza k jazykovej manipulácii čo je v desaťstupňovej škále hodnotené ako tretí stupeň nekorektnosti. (Beck 2010, s.128) Gloria Beck sa zámerne sústredila na „zakázanú“ stránku rečníckej manipulácie. Aj napriek výhradám a negatívnym pripomienkam kolegov, ako sama priznáva už na úvod, sa rozhodla knihu vydať. „*Když ale budou techniky manipulace s lidmi, dosud zakázané rétoriky, přístupné všem a každý si je bude moci vyzkoušet, pak bude obětí pouze ten, kto se neinformuje.*“ (Beck 2010, s.266) Podporovať agresivitu, využiť dôveryhodnosť, tešiť sa z utrpenia iných, postupovať zákerne, klamať, používať ľudí ako nástroj bez vlastnej vôle, obchádzať slobodnú vôľu, zneužiť dôveru alebo predstierať náklonnosť sú rečnícke techniky bez etiky. Takýto úspech manipulácie nezmení svet k lepšiemu. Manipulovať rétoricky znamená manipulovať s vybranými osobami vedome, s cieľom využitia manipulačných techník podľa dopredu vytvoreného plánu. Knihu by sme odporučili ako oddychovú literatúru pre študentov a pracovníkov médií, pri ktorej nepôjde o relax, ale o zamyslenie sa nad rétorickými súbojmi, ktorých sú svedkami, alebo v horšom prípade hlavnými aktérmi. Gloria Beck ponúka rozptýlenie, ale aj nevedecký návod, ako môžeme manipulovať, ovládať, alebo zmiast' komunikačného partnera. Pre budúcich novinárov je dobré aby spoznali aj neférové manipulačné praktiky a vedeli ich nielen správne klasifikovať a odhaliť, ale sa aj voči nim svojou komunikáciou postaviť.

O knihe šéfredaktora, riaditeľa vydavateľstva Jaya Heinrichsa hovoria niektorí hneď na úvod, že je príručkou umenia rétoriky, ktorá „nám ukazuje do jaké míry jsme to, co říkáme a jak to říkáme. Všechny ty záhady jazyka (Heinrichs 2009, s. 359) V superlatívoch pokračujú ďalej „Když zkřížete řečníka Cicera s komikem Davidem Lettermanem, dostanete Jaye Heinrichse, jehož nová kniha je zároveň rozborem způsobů, jak se hádat účinněji, a zábavným komentářem důvodů, proč jsme toto umění zcela zapomněli.“ Po prečítaní knihy bývalého aktívneho žurnalistu sme mali miestami pocit, že ide o „živý“ rozhovor s autorom o ochote a spôsoboch ako môžeme správne zvolenou argumentáciou zmeniť názory nielen jeden druhého, ale aj názory svoje vlastné. Môžeme s ním nesúhlasiť, môžeme sa s ním v duchu hádať, alebo naopak privlastniť si jeho slová a vydávať ich za naše vlastné pocity. Bývalý novinár sa nebál spojiť pre niekoho nespojiteľné – komunikáciu veľikánov rétoriky a jej umenia ako takého a kreslených postáv z aktuálnych sitkomov. Celá kniha sa dá charakterizovať spojením: súlad v nesúlade. Odporúčame ju študentom ako jednu z mnohých publikácií, ktorými si môžu zlepšiť rečnícke zručnosti. Kniha od bývalého kolegu –novinára

je nielen pútavo napísaná, ale niektoré kapitoly sa môžu stať vhodnou inšpiráciou na to ako sa stať profesionálnym rečníkom.

Tréner komunikácie a pedagóg Wolfgang Bilinski sa snaží o komunikácii písať aj očami recipienta. Jednoducho, ale nie od vecí. Ak čakáme od Veľkej knihy rétoriky odborný pohľad, nedočkáme sa. Ak sme zvedaví ako úspešný a uznávaný lektor zručností pracuje so svojim publikom, dočítate knižku veľmi rýchlo. Možno si aj budúci žurnalista zažela, aby pracoval pod vedením tohto lektora. „Díky této knize výborně zvládnete proslovy a prezentace, ať už půjde o představení produktu, zahájení konference nebo řeč na svatbě, či narozeninách.“ (Bilinski 2011, s. 246) Autor ponúka komunikačné cvičenia, tipy, riešenia a zlepšenia rečníckych zručností. Po prečítaní publikácie môžeme študentov „upokojiť“, že aj napriek názvu „*Velká kniha rétoriky*“, ide o útlú knižku. Autor ponúka najmä 20 tréningov na zdokonalenie si vlastných rečníckych zručností. Kniha sa dá prečítať za jeden večer. Po prečítaní si nespomeniete na autora, ani na dej, ale skôr sa zamyslíte nad tým, kde, v akej situácii a s akým komunikačným partnerom by ste si uvedené tréningové lekcie precvičili. Autor za komunikátorom vidí i potenciálnych klientov, odberateľov, dodávateľov, konkurentov, dlžníkov, ale aj človeka v bežných komunikačných situáciách. Osobnosť komunikátora, jeho štýl, prania a emocionálny stav sa podľa prezentovaných lekcí podriaďujú vytýčenému cieľu. Hovoriť s inými a k iným, predniesť svoj prejav, diskutovať, debatovať a s rozvahou vyjednávať nie je umenie. Ide skôr o nutnosť prijímať a odovzdávať informácie, ktoré treba presvedčivo prezentovať a kooperovať pri komunikácii a dorozumievaní s inými. V prvej kapitole sa stručne odvoláva na klasické pravidlá rétoriky. Neobjavuje Ameriku, ktorá je už dávno objavená. Budúci novinári ocenia prehľadne spracované odpovede na otázky: Ako pôsobí rečník na publikum?, Ako zanechať pozitívny dojem?, Čo chcete dosiahnuť svojím prejavom? Kniha pôsobivo využíva členenie na odseky, poznámky na okraj, ale aj titulky, podtitulky a medzitulky známe zo žurnalistickej praxe. Tipy, ktoré ponúka čitateľom názorne dopĺňa aj o vlastné zážitky. Aj napriek tomu, že dnes vychádza množstvo kníh o rečníckych zručnostiach, publikáciu by sme odporučili čitateľom, ktorí chcú získať návod, ako s úsmevom, bez stresu a s nadhľadom využiť dobré rady na zdokonalenie svojho prejavu.

Z množstva kníh, ktoré vychádzajú v poslednom čase o komunikačných zručnostiach (Allhoff 2010; Klapetek 2008; Heinrichs 2009; Jay–Templar 2011; Toman 2010 a iní) je „*Velká kniha manažerských dovedností*“ písaná najmä z pohľadu úspešných obchodníkov. Knihu môžeme považovať za vhodnú príručku pre tých, ktorí chcú vyjadriť najlepšie to, čo majú práve na mysli. Instantné rady pre manažérov sú na okamžité použitie a majú pomôcť odbúrať stres ak má napríklad manažér deň pred dôležitou prezentáciou, alebo ak chce efektívne viesť svoj tím. Kniha sľubuje manažérom, že im okolie bude lepšie rozumieť. Pri začatí čítania sme si nevedeli odpovedať, či študent žurnalistiky bude mať čas a chuť preštudovať vyše 500 strán rád k publikovaným témam riadenia. Problémy a situácie, s ktorými sa stretávajú manažéri sú vlastne aj názvami jednotlivých kapitol: „Výběrový pohovor“; „Hodnocení pracovníků“; „Obtížně zvládnutelní lidé“; „Disciplinární řízení“; „Nový zaměstnanec“; „Koučování“; „Týmové porady“; „Projekty“; „Rozhodování“; „Rozpočet“; „Prezentace“; „Tvorba návrhů“; „Vyjednávání“ a „Přetížení v práci“. Štrnásť kapitol na viac ako 500 stranách je písaných s prehľadom a na jednej strane sa čitateľ dozvie aj niekoľko graficky zvýraznených rád súčasne. A aj napriek tomu, že nepoznám reakcie konkrétneho čitateľa, poznám študentov a nie každý bude mať dostatok vôle na jej prečítanie. „Nevyjadrujte své názory a postoje dříve, než se zeptáte uchazečů na jejich.“ (Jay–Templar 2011, s.43) Niektoré z dobre mienených rád pre pohotového manažéra (Jay–Templar 2011, s.520) sa dajú aplikovať aj na komunikáciu novinára. (Ujasniť si dopredu čo chcete komunikovať a čo nie. Pripravte si kľúčové posolstvá, ktoré chcete tlmočiť. V odpovediach médiám spájajte voľné a viazané informácie. Voľné informácie sú tie, ktoré chcete použiť vo

svojich odpovediach nezávisle na otázke novinára. Podporujú váš imidž a môžu pomôcť prezentovať vašu firmu, organizáciu, ktorú zastupujete. Viazané informácie odpovedajú priamo na novinársku otázku. Čím je otázka novinára nepríjemnejšia, tým kratšia by mala byť odpoveď. Novinár má o to menej času na prípravu ďalšej otázky. Nikdy sa nesnažte zopakovať pohrdavé a negatívne informácie, ktoré novinár použil. Respondentov si získate odpoveďami, ktoré obsahujú dôsledky pre každodenný život, názorné príklady a užitočné argumenty.)

Väčšina kníh o rétorike sa sústreďuje na výstavbu prejavu, osnovu prejavu, argumentáciu, presvedčivosť, alebo mimoverbálnu komunikáciu. Ivo Toman je nielen úspešný rétor, ktorý (ako sme sa dočítali) dokáže zaujať aj niekoľkotisícové publikum, ale predovšetkým motivátor. Autor sa narodil s Tourettovým syndrómom a aj napriek tomuto postihnutiu je najvyhládavanejším motivátorom v Čechách a na Slovensku. Jeho kniha je skôr oddychová literatúra, pri ktorej sa budúci novinár túžiaci po motivácii nudiť určite nebude. Autor na obálke knihy uvádza: „Schopnosť motivovať seba i druhé rozhoduje o úspechu či neúspechu. Bohužel snáď v žiadnej inej oblasti nekoluje toľko nesmyslů jako v oblasti motivace. Opravdu si myslíte, že motivační řeči ovlivňují výkonnost lidí v týmu???“ Nebál sa spojiť pre niekoho nespojiteľné – neľahký problém motivácie ponúka v ľahko dostupnej, čitateľsky atraktívnej forme. „Motivace zvenčí je jako smrad... za pár hodin se vyvětrá.“ (Toman 2010, 12) Ako to, že niektorí vynikajú nad ostatnými? Motivácia nie je iba o peniazoch. Pre učiteľa žurnalistiky môžu byť motiváciou pripravení študenti pre akýkoľvek mediálny produkt. Pre Iva Tomana sú pravdepodobne motiváciou vypredané sály s vernými poslucháčmi a spokojní klienti. „Motivace zvenčí je past na neschopné“. (Toman 2010, s.16) Čitateľ môže, ale aj nemusí súhlasiť so všetkým čo tvrdí autor. Pri prečítaní môže vysloviť niekoľko otázok, na ktoré chce dostať od autora odpoveď. „Vnitřní motivace je nespokojenost se současným stavem spojená s aktivním odstraňovaním příčin nespokojenosti.“ (Toman 2010, s.34) Ak máte chuť dobyť si baterky, tak sa nespoliehajte iba na knihu. Autor skôr radí, že si zmeny máme urobiť sami, nečakať na dobíjanie zvonka.

Rétorická slušnosť je umenie zapadnúť medzi ostatných – nielen vo vybranej spoločnosti, ale kdekoľvek, od kancelárie až po reštauráciu. Zachovať decorum (v latinčine znamená vhodný) patrí medzi pravidlá slušného komunikovania a tieto pravidlá sa snaží dodržiavať aj autorská dvojica JAY Ros a TEMPLAR Richard. Autori prezentujú pred čitateľom veľmi prehľadný a logický systém knihy. Autori koncipovali časti na základe vlastných pedagogických a lektorských skúseností a vypracovali didaktické kapitoly. Študent žurnalistiky touto publikáciou postupne prejde celým procesom „rétorického vzdelávania“. Od zistenia čo ešte nevie, cez recepty ako to zvládnuť, až po komplikovaný proces zmeny správania. Kniha sa snaží vyriešiť všetky problémy, ktoré sa vyskytujú v komunikácii manažéra a ponúka návod k mnohým oblastiam (vyjednávanie, tvorba rozpočtu, príprava rokovania za hodinu, čas na rozhodovanie, zhromažďovanie informácií a ich štruktúra a i.) K čitateľom sa autori prihovárajú zrozumiteľným slovníkom a problémy definujú jasne. Prínosom pre čitateľov sú takzvané zhrnutia za každou kapitolou, či prezentovaným problémom. Autori v knihe hovoria ako má príjemca ich dobre mienené rady prijať a ako im má rozumieť. Informácie autorov bývajú často „kontaminované“ ich postojom a zámermi. Jedným zo zámerov bol určite aj dobrý obchod s touto knihou.

To čo sa objaví v médiách je tovarom. Recipient si zaplatí za informácie, zábavu, skúsenosti, zážitky a poznatky. Uvedené publikácie by mohli pomôcť študentom, budúcim účastníkom mediálnej komunikácie, aby si ich recipient platil aj za vyššiu kvalitu komunikácie. Autori, ktorých sme predstavili v našom príspevku nevnímajú rečnícke zručnosti ako umenie „krasorečenia“, ale ako pedagogiku komunikačných zručností v užšom slova zmysle. Takmer všetci majú skúsenosti so študentmi a vzdelávaním. Nesnažili sme sa ich hodnotiť a prezentovať ako autorov odbornej literatúry. Skôr sme chceli predstaviť učiteľov, ktorí sú

úspešní vo svojom odbore a tým je komunikácia a rečnícke zručnosti. V komunikácii sa často musíme aj ubrániť neférovým praktikám, ktoré odvádzajú komunikáciu od komunikačného cieľa a kvôli víťazstvu nad partnerom, či presadeniu vlastnej pozície obchádzajú pravidlá fair play. V odporúčanej literatúre (Klein, M. Zamyat; BILINSKI, Wolfgang; JAY, Ros-TEMPLAR, Richard; TOMAN, Ivo; HEINRICHS, Jay) sa študenti dozvedia od pedagógov a trénerov komunikácie praktické rady ako sa stať úspešní v prezentovaní, vyjednávaní, presvedčovaní, argumentovaní, ale aj počúvaní. Nie je cieľom, aby odporúčaná literatúra zamenila prirodzené správanie jednotlivca za naučené frázy, ale naopak, aby zdokonalili komunikačné schopnosti a čitateľ – študent žurnalistiky tak zostal sám sebou. Rady a tipy našich autorov rozhodne budúcim žurnalistom neuškodia. Je na čitateľovi, ktoré z „odporúčaní“ si vyberie podľa konkrétnej situácie, profesijných možností, alebo záujmu. Niektoré rady môže budúci novinár považovať za vtipné, múdre, aktuálne ale aj neúčivé. Všetky spomínané tipy na lepšiu komunikáciu pomôžu čitateľovi zdolať akéhokoľvek verbálneho protivníka. Vedieť ako použiť tie správne slová je umenie. Slová sú zradné: buď vysvetľujú, alebo zakrývajú. A ticho je pre novinára ešte nebezpečnejšie. Ak hovorí príliš, stáva sa nadbytočný a ak málo, budú ho ignorovať. Aj preto je dobré ak budúci novinári budú viac čítať.

POUŽITÁ LITERATÚRA:

- ALLHOFF, Dieter-W, ALHHOFF Waltraud: *Rétorika a komunikace*. (14 vydání).Praha: Grada Publishing, a.s. , 2010. ,199 s. ISBN 978-80-247-2283-2,
- BECK, Gloria: *Zakázaná rétorika 30 manipulativních technik*. Praha:Grada Publishing, a.s.,2010, 266 s. ISBN 978-80-247-1743-2, s 12, s. 128
- BILINSKI, Wolfgang. 2011. *Velká kniha rétoriky. Jak s jistotou a přesvědčivě vystupovat při každé příležitosti*. Praha: Grada Publishing, 2011, 224 s. ISBN 978-80-247-3905-2
- BUREŠ, Ivan – LOPUCHOVSKÁ, A. Vlasta. 2007. *10 zlatých pravidel překonávání nejčastějších komunikačních bariér*. Praha : Management Press, 2007. 172 s.; MCNAIR, Brian. *Sociologie žurnalistiky*. Praha : Portál, 2011. 184 s.
- DROPPA, Boris. 1992. *Spôsoby novinárskeho sprístupňovania odborných obsahov verejnosti*. Bratislava : Univerzita Komenského, 1992, s. 36 a s. 95.
- GAŽOVÁ, Viera. 2009. *Úvod do kulturológie*. Bratislava : PEEM, 2009.
- HRADISKÁ, Elena. 1993. *Osobnosť novinára. Psychologické aspekty*. Bratislava : Univerzita Komenského, 1993.
- HEINRICHS, Jay: *Rétorika pro každého. Co nás mohou Aristoteles, Lincoln a Homer Simpson naučit o přesvědčování*. Brno: Computer Press, a.s., 2009. , 359 s. ISBN 978-80-251-2693-6,
- JAY, Ros- TEMPLAR, Richard.2011. *Velká kniha manažerských dovedností*. Praha: Grada Publishing , 2011. ,520 s. ISBN 978-80-247-1279-6,
- JIRÁK, Jan – KÖPPLOVÁ, Barbara. 2007. *Média a společnost*. Praha : Portál, 2007. s. 16.
- KLAPETEK, Milan: *Komunikace, argumentace, rétorika*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2008.,
- MCQUAIL, Denis. 2009. *Úvod do teorie masové komunikace*. Portál : Praha, 2009. s. 33.
- THIELE, Albert. 2010. *Jak na „špinavé“ triky a útoky v komunikaci*. Praha: Grada,2010
- TOMAN, Ivo.2010. *Motivace zvenčí je jako smrad*. Praha: Taxus International,2010,

Resumé

Rhetorical skills for the students of journalism are meant as an overview of publications of various authors. These authors offer the answers for presented problems in communication. Every reader can adapt their recommendations, advice and tips individually and can pick up that part of a paper, a problem or a situation described in these papers that cause him/her stressful communication. The students of journalism may find themselves in the situations in which:

- they need to behave confident and demonstrate their strength,
- they make efforts to repulse aggression of the communication partners,
- they have to respond promptly, be good in repartee and hold the dialog in their desired direction.

Tips, examples and advice presented by stated authors are dedicated to the situations in which we may be confronted not only during an interview with a communication partner but also during the negotiations, discussions and critical dialogs. It's up the reader to choose the right recommendations according to a particular situation, professional capabilities or their interest. These stated publications might help students, future partakers of media communication, not only improve their communication skills towards their communication partners but also raise the perception and comprehension of recipients (TV viewers, listeners, readers) to their messages.