

I. Sociální komunikace jako nutnost, dovednost i umění

1. Základní pojmy

1.1 POKUS O DEFINICE POJMU LIDSKÁ KOMUNIKACE

Náš život se děje v čase, odvíjí se jako neustálý řetězec momentálních událostí, které jsou jako souvislý tok komunikačního děje nepřetržitě, nevratné, neopakovatelné a svým způsobem i nevyhnutelné, protože nekomunikovat vlastně nelze. Přesto se pochopitelně snažíme tento souvislý proces dělit, hierarchizovat a strukturovat a svoji pozornost věnovat cíleně vybraným segmentům – situacím, které jsou něčím klíčové, modelové, určující, přičemž pojem situace chápeme jako „*subjektem vnímaný vztažný rámec aktuálních životních podmínek, v nichž se právě nachází*“.¹ Každý jedinec již svým narozením vstupuje do na sebe navazujícího sledu jednotlivých situací, které ho nutí ke komunikaci. Co přesně si však pod pojmem komunikace či sociální komunikace vlastně představit?

Pojem *komunikace* je tak všeobecně používaný a tak pevně zakotvený v našich myslích, že hledat odpověď na otázku, co přesně vymezuje, můžeme považovat za nadbytečnou. Nicméně právě v tomto okamžiku si uvědomíme, jak široká a mnohvrstevnatá problematika se pod ním skrývá a jak žádná ze zatím uváděných definic není schopna zachytit vymezení tohoto pojmu v jeho celistvosti. Veškeré pokusy o platnou definici vždy vycházejí z určitého pojetí a historického vývoje, a jsou tedy nutně zúžené, protože vždy vyzdvihují určité vybrané aspekty a kladou důraz na ty prvky komunikace, které se v určitých typech komunikace považují za charakteristické, popřípadě dominantní. Pro představu uvažování nad tímto termínem zde uvedeme alespoň průřezově některé z nich:

„Komunikace znamená, že informace přechází z jednoho místa na druhé“ (G. A. Miller).

Komunikace je „proces, jímž lidé předávají informaci, ideje, postoje a emoce jiným lidem“ (J. W. Vander Zanden).

Lidská komunikace je „proces vytvoření významu mezi dvěma nebo více lidmi“ (S. L. Tubbs).

Komunikace je „sociální proces a sociální instituce“ (S. Moscovici).²

„V psychologii není komunikace považována jen za pouhý přenos informací mezi sdělujícím a příjemcem. Jde o mnohem více, jde o sebe prezentaci a o sebe-potvrzování.“³

I z tohoto opravdu velmi omezeného výběru můžeme tušit, jak se spolu s historickým vývojem posouvá ustavování a vnímání významu pojmu *komunikace* od označení „pouhé“ staticky pojaté racionální informace o stavu – přes zahrnutí emočních a hodnotových faktorů – k pojetí dynamického determinovaného procesu – až k obrazu sociální instituce s dosahem na utváření komunikujícího jedince a s možným dopadem na jeho celý osobnostní vývoj.

Slovo komunikace patří k těm tzv. totemizovaným výrazům druhé poloviny 20. a počátku 21. století, a ačkoliv jsme se stále ještě nedobrali k jeho jednotně přijímané definici, má neuvěřitelnou potenční sílu v rétorickém slova smyslu a ve strategickém smyslu nese magii, která je příslibem naděje pro všechny komunikující strany.

Na druhé straně, tak jako nedokážeme jednoznačně odpovědět na to, co to přesně je lidská komunikace, dokážeme úplně stoprocentně odpovědět na otázku „Můžeme nekomunikovat?“. Odpověď zní „Nemůžeme!“, neboť žádný člověk, který přišel na svět a setrvává na něm, se nemůže vyhnout svému zařazení do dynamického, neustále probíhajícího a neustále se měnícího, interaktivního procesu komunikační výměny už jen z podstaty své lidské existence. Komunikace totiž, jak je patrné z výše uve-

dených definíc, neznamená jenom přenos a sdělování informací, komunikace v sobě zahrnuje ještě jednu velikou oblast kromě procesu sdělování a to je oblast sdílení – součástí komunikace není jen přenos informací, ale také sdílení určitého postoje, ná-zoru, atmosféry i sdílení procesu vytváření určitých společných postojů, norem, symbolů, významů. Z tohoto hlediska bychom jako neopomenutelný úhel pohledu na koncepci komunikace jako specifického lidského projevu připomněli chápání komu-nikace jako symbolického procesu, jak uvádí Carey. Ostatně již v latinském původu slova *communicatio* se skrývá původní význam „vespolně sdílet“, takže opravdu nejširší úvahy o podstatě komu-nikace se pokoušejí zapracovat a charakterizovat oba vzájemně přítomné procesy komunikační výměny, tedy sdělování i sdílení.

V roce 1948 formuloval politolog Harold Lasswell svůj přístup k definici komunikace, který je dodnes v mírně obměňované podobě využíván k analýzám některých komunikačních výměn. Podle něho je důležité zaměřit se při rozboru a úvahách na to:

kdo - říká co - komu - jak - prostřednictvím čeho - s jakým záměrem - a s jakým účinkem

Tito uvedení činitelů tvoří páteř základní struktury procesu lid-ské komunikace a všech jejích forem a hledání odpovědí na otáz-ky, které z ní vyplývají, je předmětem výzkumu a zájmu komuni-kační teorie a všech s ní souvisejících vědeckých disciplín, tedy i teorie rétoriky a sociální komunikace.

1.2 JEDNOTLIVÉ TYPY A FORMY KOMUNIKACE

Vzhledem k tomu, že pojem komunikace je velmi široký, sna-žíme se ho různě vymežit či upřesnit, doprovázíme ho různými adjektivy, která mají napomoci pochopení oblastí, jež nás ak-tuálně zajímají, stanovujeme si určitá kritéria, podle kterých ná-sledně vytváříme další definice, klasifikační systémy a pojmové kategorie.

Mezi základní kritéria, která při dělení komunikace na urči-té formy přednostně zvažujeme, patří **otázka počtu osob, jež**

se komunikační výměny zúčastňují. Potom mluvíme většinou o těchto základních formách komunikace:⁴

- **intrapersonální** (komunikace se sebou samým)
- **interpersonální** (komunikace mezi dvěma osobami)
- **ve skupině** (komunikace v rámci malé skupiny lidí)
- **na veřejnosti** (komunikace s větším počtem posluchačů, včetně forem mediální komunikace)

Struktura komunikační pyramidy zohledňuje představu systému, který směrem odshora dolů sestupuje dle míry celospolečenského zapojení, a na každé rovině jsou dále rozličné typy komunikace, jež můžeme opět třídit podle různých prvků klasifikace. Základní, poměrně hrubý nástin tedy používá i detailnější roviny komunikace (např. u McQuaila), takže v pyramidě komunikace objevíme nad skupinovou komunikací další rovinu meziskupinové komunikace, dále relativně samostatnou hladinu institucionální (někdy též označované jako organizační) komunikace a rozšířené pojetí celospolečenské komunikace, které v sobě obsahuje jak přímé, tak mediální projevy řečníků.

Další z kritérií, která se často zvažují, souvisejí s představou naplňování komunikačního vzorce chování podle určité situační role. Například **podle komunikační role zúčastněných v rámci konkrétního situačního rámce** můžeme vysledovat mimo jiné:⁵

- párovou intimní komunikaci partnerů v soukromí
- soukromou komunikaci partnerů, když jsou exponováni na veřejnosti
- jednostranně řízenou komunikaci s rozdělenými rolami
- neřízenou komunikaci v primární skupině (např. rodina)
- řízenou komunikaci v malé skupině (např. na pracovišti)
- komunikaci člověka na veřejném prostranství
- komunikaci člověka v davu
- komunikaci při obchodování
- komunikaci prostřednictvím média
- interkulturální komunikaci

Právě tento způsob nazírání na komunikaci soustřeďuje svou pozornost, kromě jiného, na společné sdílené rysy, vzájemné vztahy komunikujících, dynamiku průběhu procesu komunikace a způsoby naplňování jejich situační role, které jim ta která komunikační výměna přiřazuje. Z tohoto hlediska budou dále ve středu naší pozornosti právě takové typy komunikace, které se vztahují k pozici řečníka, či k jednostranně řízeným komunikacím s rozdělenými rolami (nadřízený, vedoucí týmu atd.) nebo k symetrické interpersonální komunikaci na pracovišti v rámci institucionální roviny komunikace.

V rámci teorie komunikace existuje samozřejmě ještě celá řada dalších úhlů pohledu. Např. Watzlawick uvažuje o třech polaritách komunikování:⁶

- komunikování digitální nebo analogové
- komunikování komplementární nebo symetrické
- komunikování primárně buď o obsahu, nebo o vztahu

Komunikace může být též kontinuální i přerušovaná, úspěšná či neúspěšná, oficiální a neoficiální, záměrná nebo nezáměrná, přirozená oproti předepsané. Platí tedy, že tak jako neexistuje jediná všezahrnující definice pojmu komunikace, neexistuje ani jediný způsob přesného vymezení jejích jednotlivých typů a forem. Na stejnou komunikační výměnu totiž můžeme pohlížet z různých úhlů, podle toho, zda jsme ti, kteří ji řídí, nebo ti, které zásadně ovlivňuje, zda jsme její přímou součástí nebo stojíme opodál jako pozorovatelé, zda se zaměřujeme na vytváření významů nebo sledujeme proměnlivost komunikačních reakcí v závislosti na měnícím se kontextu.

Z hlediska teorie rétoriky každopádně platí, že řečnický projev je formou záměrné komunikace, a proto ho není možné ani studovat, ani připravovat bez vědomí dalších souvislostí. Ten, kdo v rámci rétorické komunikace přijal roli řečníka, před svým publikem vystupuje v určité situaci a v reálném komunikačním kontextu a tyto aspekty při analýze jeho konkrétního úspěchu či neúspěchu nelze nikdy opomenout, ať již se jedná o projev poslance v parlamentu nebo o vystoupení ředitele na firemní konferenci.

Dnešní doba přiřazuje ke všem již uvedeným rovinám, typům a způsobům ještě jeden aspekt, který je ze své podstaty všudypřítomně rétorický, a to je otázka míry (ne)záměrného zveřejnění konkrétní komunikační výměny právě prostřednictvím média (především internetu) a otázka záběru podoby mediálního prostoru, ve kterém ke zveřejnění dochází (např. intranet či internet). Může se tak stát, že např. původně ryze pracovní interpersonální situace je dána všanc veřejnosti, která na ni vždy pohlíží jinou optikou než sami účastníci, a sama prezentace takové komunikační výměny, která měla původně jako dominantní jiné komunikační funkce, nabírá chťe nechťe rysy ovlivňování a přesvědčování (ne)plánovaně vzniklého mediálního publika. Pokud tedy rétoriku chápeme především jako umění ovlivnit a přesvědčit pomocí všech komunikačních prostředků s dominancí slova, vstupuje do našich životů spolu s mediálními prostředky často i nekontrolovaně a role řečníka je nám přidělena situací, někdy dokonce zprostředkovaně s časovým odstupem.

1.3 KOMUNIKAČNÍ MODELY

Jestliže tedy víceméně panuje shoda v chápání komunikace jako procesu, vyvstává další otázka: Jsme schopni tento proces definovat, např. za pomoci určitého modelu? I v odpovědi na tuto otázku se ukazuje historická podmíněnost přijímaných definic a modelů. Každý model totiž v sobě zahrnuje i určité zjednodušení či upřednostnění určitých kritérií a tím pádem i obecnou a omezenou platnost. A tak lineární pojetí, vycházející z jednosměrného přenosu sdělení od komunikátora ke komunikantovi, střídá interakční pojetí, které věnuje pozornost pravidelnému střídání pozic komunikátora a komunikanta, aby se posléze zohlednily i aspekty vzájemné závislosti v pojetí transakčním.

Z tohoto důvodu je správné vedle historicky prvního lineárního přenosového modelu komunikace (který vznikl fúzí z Lasswellovy formule a z tezí teorie komunikace) připomínat také do jisté míry protikladný model rituálový, tedy výrazový. Pojem rituál

totiž nepoužíváme pouze v souvislosti s náboženstvím, ale celkově s projevy společenské aktivity, které s sebou přinášejí symboliku obřadu, prožívání a sdílení, opakování určitého typu činností. Rituálový model chápání komunikace zvýrazňuje vedle přenosu a sdělování ještě další atributy komunikačního procesu – sdílení, participaci, sdružování, časoprostorovou vzájemnost a otázku formování identity. Někdy se používá též pojem konstitutivní model, neboť se „*vychází z představy, že komunikace je zdrojem utváření a rozvoje kultury a podílí se na její konstituci a tento model se soustřeďuje na hledání vztahu mezi procesy sociální komunikace a vytváření, konstituování společné (sdílené) kultury neustálým potvrzováním a rozvíjením významů, hodnot a postojů v komunikativním chování*“.⁷

Existuje i komunikační model, který se zaměřuje na komunikační výměny, které nejsou dominantně zaměřené na přenos a vytváření významu, ale primárně slouží např. k rozptýlení a zábavě, avšak též odpovídá na představu procesu komunikace zvýrazňující prvek sebeprosazení, eventuálně sebepotvrzení. Tento (sebe)propagační model chápe komunikaci především jako proces předvedení se a získávání a udržení pozornosti (u McQuaila) a v dnešní době všeobecné prostupnosti veřejného a soukromého prostoru, kdy je řada komunikačních výměn – a to primárně i charakteru např. interpersonální komunikace – zprostředkována právě prostřednictvím médií, je zacílen na získání a udržení pozornosti prostřednictvím upoutávání zraku a sluchu, probouzení emocí a vyvolávání zájmu. Ostatně právě v mediálních studiích jsou jako základní uplatňovány dva postupy: jeden pracuje s termíny sdělování, přenos a poskytování informace (např. Kunczik), druhý v rámci pohledu na komunikaci jako na konstituování sdíleného prostoru významů (např. Jiráková a Koepplová v knize *Masová média*) uplatňuje spíše konstitutivní pojetí komunikace.

Celkově lze konstatovat, že při studiu komunikačních jevů se uplatňují jako základní přístupy – přístup strukturální, vycházející zejména ze sociologie, přístup behaviorální, který uplatňuje spíše psychologický pohled, a přístup kulturální, vycházející především z kulturálních studií. Proto, tak jako neexistuje jednotná definice komunikace, neexistuje ani jed-

notný komunikační model. Každý komunikační model totiž vždy představuje vysoký stupeň zobecnění, ideál, který se reálně pouze přibližuje, a kromě toho upřednostňuje v historicky podmíněném kontextu určité cíle a prvky. Než tedy pro určitou komunikační aktivitu některý z modelů aplikujeme, často si položíme ještě jednu z otázek, která zde explicitně uvedená není, ale jejíž implicitní přítomnost cítíme: Proč právě v této konkrétní situaci komunikujeme? Jaké funkce právě tento konkrétní proces plní?

1.4 ZÁKLADNÍ KOMUNIKAČNÍ FUNKCE

Každý proces lidské komunikace plní, ať již záměrně či nezáměrně, určitou komunikační funkci a je určitým způsobem motivován – „o motivacích je možné uvažovat také jako o *latentních skrytých funkcích*“.⁸ Například každý řečník si před počátkem své přípravy klade za cíl stanovit přesně nejen téma svého projevu, ale také formulovat jeho účel a na základě toho uvažovat o tom, které komunikační funkce budou v tom kterém konkrétním vystoupení dominantní. V literatuře jsou uváděny jako hlavní především tyto **komunikační funkce**:

Informační – na tuto funkci lze nahlížet jako na základní funkci komunikace, která představuje naši odvěkou potřebu po získávání i předávání informací druhým lidem.

Informační komunikační funkce je dominantní zejména u naučných rétorických žánrů (přednáška, referát, sdělení atd.) a v pracovní komunikaci v situacích, jako je seznamování se s problémem, prostředím, technologickým postupem, výklad např. normativních postupů, zaučení při nástupu na nové místo, poučení o předpisech apod. V ostatních případech její přirozená dominance ustupuje do pozadí, i když většinou je vždy alespoň latentně přítomna.⁹

Instruktažní – tato funkce představuje naši potřebu informace nejen předávat, ale zároveň adresáta ovlivňovat a navádět k tomu, jak informaci pochopit a jak s ní pracovat. Instruktažní funkce zpravidla doprovází funkci informační, proto se vyskytu-

je např. v situacích zmíněných již výše. V některých případech, kdy se tato funkce vědomě popírá a zastírá se její ovlivňovací charakter na příjemce informace implicitním způsobem, se přetváří ve funkci manipulační.¹⁰

Manipulační – tato funkce tedy přináší takové postupy interpretování reality, kdy cílem komunikace je ovlivňování příjemce, ale tento cíl je záměrně nejrůznějšími způsoby zastírán, nejčastěji předkládáním cílů náhradních, které mají za úkol manipulační funkce maskovat.

V historii rétoriky je dominance této funkce spjata s působením řečníků-demagogů (a hojně bývá používána v demagogické a propagandistické politické rétorice). Některé typy manipulačních taktik a strategií se ovšem běžně objevují dodnes v rámci manažerské komunikace, a proto je třeba dobře rozlišovat mezi manipulačními a apelačními postupy, které dělí výrazná etická hranice.

Přesvědčovací - apelační – tato funkce je výrazem posílené instruktážní roviny o prostředky využívané k zacílenému vyvolání očekávaného žádoucího postoje, jednání, motivovaného činu. V řečnických vystoupeních, zejména agitačního charakteru, bývá tato funkce chápána jako dominantní a z tohoto hlediska také bývá úspěšnost naplnění komunikačních cílů hodnocena. Při naplňování apelační funkce svůj skutečný cíl neskrýváme, veškeré použité komunikační prostředky a argumentace by naopak jeho naplnění měly otevřeně podpořit, proto patří zvládnutí přesvědčovacích technik k základním dovednostem jak řečníků, tak vlastně všech vedoucích pracovníků.

(Sebe)propagační – tato funkce vychází z takových motivací ke komunikaci, jako je např. naše potřeba sebepotvrzovací a existenciální, eventuálně motivace adaptační, kdy způsobem svého komunikačního vystupování signalizujeme přijetí a osvojení si své určité komunikační role. Může se dokonce stát, že v rámci budování určité vyžadované image konkrétní firmy, organizace či instituce se naplňování této komunikační funkce stane součástí našich pracovních povinností a úkolů. Dalším motivem může být i touha po upoutání pozornosti a po předvádění se.

Rozvoj prostředků mediální a masové komunikace přináší nebývalé rozšíření prostoru pro uplatňování této funkce i v širokém společenském měřítku. V některých oblastech komunikace se tato funkce začíná považovat za jejich očekávanou integrální součást (reklamní komunikace). V takovém případě často dochází ke splývání propagační, apelační a manipulační funkce, kdy je jediným účelem, aby došlo k posunu od pouhého potvrzení přijetí k ovlivňování pozitivního přijetí určité komunikační role či image.

Zábavní – tato funkce vychází ze základních lidských potřeb uvolnit se, pobavit sebe i druhé, rozesmát se. Proniká všemi komunikačními rovinami a v současné době výrazně posiluje např. na úrovni masové a mediální komunikace.

V řečnických projevech sice nebývá funkcí dominantní, ale její podíl – a to např. i v politických projevech – není zanedbatelný a často významně zasahuje do efektivity vystoupení.¹¹

Kontaktní – tato funkce vyplývá z přirozené lidské potřeby sdružování a pocitu sounáležitosti. Je vlastní všem příslušníkům lidského rodu, i když míra této potřeby samozřejmě vyplývá z charakteru každého člověka individuálně.

Rituálová – cílem rituálové komunikace je oblast sdílení a prožívání a její kořeny vyrůstají z kulturních tradic a spočívají na společně sdílených významech a symbolech a představují procesy jejich ustavování a verifikování.

„Rituálové pojetí [komunikace] se nesoustřeďuje na šíření sdělení v prostoru, nýbrž na udržení společnosti v čase, není to akt sdělování informací, ale sdělování sdílených přesvědčení.“¹²

Estetická – o této funkci mluví např. Mukařovský a chápe ji jako funkci, která zkoumá samotný znak sám o sobě a jeho estetickou hodnotu. Samostatně je tato funkce někdy hodnocena v umělecké komunikaci, ale jako neopomenutelná a důležitá prostupuje celou řadou všech možných, např. rituálových komunikačních výměn.

Rituálová, kontaktní a estetická funkce komunikace jsou dominantní např. v rétorických projevech příležitostného, oslavného (či naopak hanlivého) charakteru, v kontextu pracovním

při různých situacích setkávání se a shromažďování, jako jsou např. jubilejní oslavy, představování nových výrobků, výroční schůze atd.

Komunikační výměna je samozřejmě velmi složitý proces, který téměř nikdy nenaplnuje pouze jednu z komunikačních funkcí, ale představuje komplex složený z celé řady funkcí komunikace, jejichž podíl se v průběhu vývoje komunikační výměny dynamicky proměňuje. Tuto skutečnost je třeba si uvědomit a akceptovat, pokud analyzujeme konkrétní komunikační cíle a očekáváme jejich efektivní naplnění.

1.5 PROBLEMATIKA KOMUNIKAČNÍHO KONTEXTU

Žádný z našich komunikačních projevů, ať již plní jakoukoli funkci, se neodehrává izolovaně a samostatně, ale je vždy pevně spjat s konkrétní komunikační situací, probíhající v konkrétním komunikačním kontextu. Na reálný kontext, v němž se naše komunikace uskutečňuje, můžeme pohlížet jako na „*aktuální vztahný rámec, celek všech proměnných, ve kterém naše komunikace probíhá*“.¹³

Mezi **charakteristické rysy komunikačního kontextu** patří zejména to, že:

- je neustále se dynamicky proměňující, jeho proměny nejsou vždy předvídatelné, protože zde působí celá řada intervenujících proměnných faktorů, které se podílejí na jeho modelování, proto hovoříme o kontextových modalitách jako o základních proměnných prvcích kontextu, jako příklad můžeme uvést modalities vztahové, významové, prostorové, časové atd.
- je mnohotvárný, zahrnuje nejen vnější prostředí, které nás obklopuje, a jeho atributy, ale také náš vnitřní svět, naše myšlení, postoje i proces jejich vývoje; mluvíme proto o vnitřním a vnějším kontextu

Pojem *vnější kontext* je obdobně široký jako pojem komunikace a i tady narážíme na stejné problémy při pokusech o jeho defino-

vání. Věnujeme se tedy řadě jeho dílčích podob a často mluvíme spíše o jeho specifických projevech s důrazem na některé z atributů, které ho modelují. Uvádíme tak pojmy jako kulturní kontext, momentální kontext, globální kontext, historický kontext, sociální, právní, ekonomický atd. V současné době v souvislosti s teorií informační společnosti mluvíme i o informačním anebo mediálním kontextu.

Pojem *vnitřní kontext* je definován jako soubor „*všech podnětů, pocházejících z minulosti i přítomnosti, které nám zprostředkovávají naše informace o světě*“.¹⁴ Tento kontext je rovněž proměnlivý, neustále dotvářený novými zkušenostmi a závislý i na vnějších faktorech. Je mnohvrstevnatý a vytváří řady významových rovin, které jsou dlouhodobě složitě strukturovány. Proto existuje celá řada přístupů (lineární, interakční, transakční), jak zkoumat determinaci komunikační výměny v závislosti na proměnách kontextu, zejména systémový přístup, kdy zkoumáme nejen jednotlivé prvky, ale zároveň také dynamiku jejich vzájemných interakcí.

V každém případě je třeba v jakékoliv komunikační situaci zohlednit nejméně čtyři hlediska, která vždy ovlivňují způsob přijetí našeho mluveného projevu:

- **hledisko fyzické** – vychází z parametrů konkrétního fyzického prostoru
- **hledisko kulturní** – vychází z kulturního kontextu konkrétní události
- **hledisko sociálně-psychologické** – zohledňuje dominanci a vztahy jednotlivých účastníků komunikace
- **hledisko časové** – bere v úvahu časovou posloupnost a otázku kontinuity událostí

V rámci komunikace vstupujeme tedy do konkrétní komunikační situace (na situaci můžeme pohlížet jako na jednotlivou událost, eventuálně řetězec událostí), která nám v daném kontextu přiděluje komunikační roli. To znamená, že v daném kontextu se očekávají vzorce chování, jež má většina společnosti propojen s působením v určité pozici, profesi, situaci.

V rámci kulturního kontextu – který můžeme chápat jako sumu kulturních vzorců chování, kolektivně sdílených a dlouhodobě strukturovaných – budujeme společně stereotypizované obrazy jednotlivých komunikačních rolí jako náš způsob přirozeného zjednodušování a zobecňování složité reality.

Rétorika sleduje a metodologicky mapuje vývojový proces modelace a kodifikace role řečníka v závislosti na proměnách kontextu, protože se zaměřuje zejména na zákonitosti docilování stanoveného komunikačního cíle v oblasti řečové komunikace. Proto se snaží metodologicky zpracovat takové návodné postupy pro řečníky, které vycházejí z komunikačního očekávání a umožňují dosáhnout co největší komunikační efekt. Spolu s rozšiřujícím se polem masové komunikace se rozšiřuje i prostor pro mediální působení při procesu utváření nových stereotypizovaných obrazů a typových kategorií. V rámci mediálního a virtuálního prostoru se otevírá pole pro preskriptivní (návodnou) funkci rétoriky.¹⁵

1.6 ZAVĚREČNÉ SHRNTÍ

Pojem lidské komunikace je velmi široký a zahrnuje jak proces sdělování, tak sdílení. Proto se snažíme tento pojem různě vymezit, upřesnit nebo zasadit do konkrétně určených významových limitů. Podle různě užívaných kritérií pak vznikají různá dělení na jednotlivé typy, roviny či formy komunikace a jim příslušný pojmový aparát.

Komunikační jevy se snažíme analyzovat a studovat, a to často i za pomoci různých modelů, jejichž přístupy ke studiu zákonitostí komunikační výměny se mohou lišit podle toho, které prvky akcentují. Jejich celková platnost bývá omezena ideálním prostředím a podmíněna dobovými rysy a stavem bádání, nicméně slouží jako východiska pro uvažování nad sociální komunikací jako základním projevem lidské společnosti.

Každá komunikační výměna plní určité komunikační funkce; mezi funkce, které jsou nejčastěji přítomny v rámci rétorické komunikace, patří funkce apelativní, manipulativní, rituálová, ale též zábavná, estetická a propagační. Vždy záleží na stylu a žánru projevu.

Každé rétorické vystoupení se uskutečňuje v konkrétním reálném kontextu, který je vždy dynamicky proměňující se, mnohotvárný a mnohvrstevnatý. Při přípravě projevu i při analýze jeho účinků musíme vzít v potaz ty kontextové proměnné, které mohou vyznění významně ovlivnit, zejména hledisko fyzické, kulturní, sociálně-psychologické a časové.