

POVZETKI IZ KNJIGE

RETORIKA:

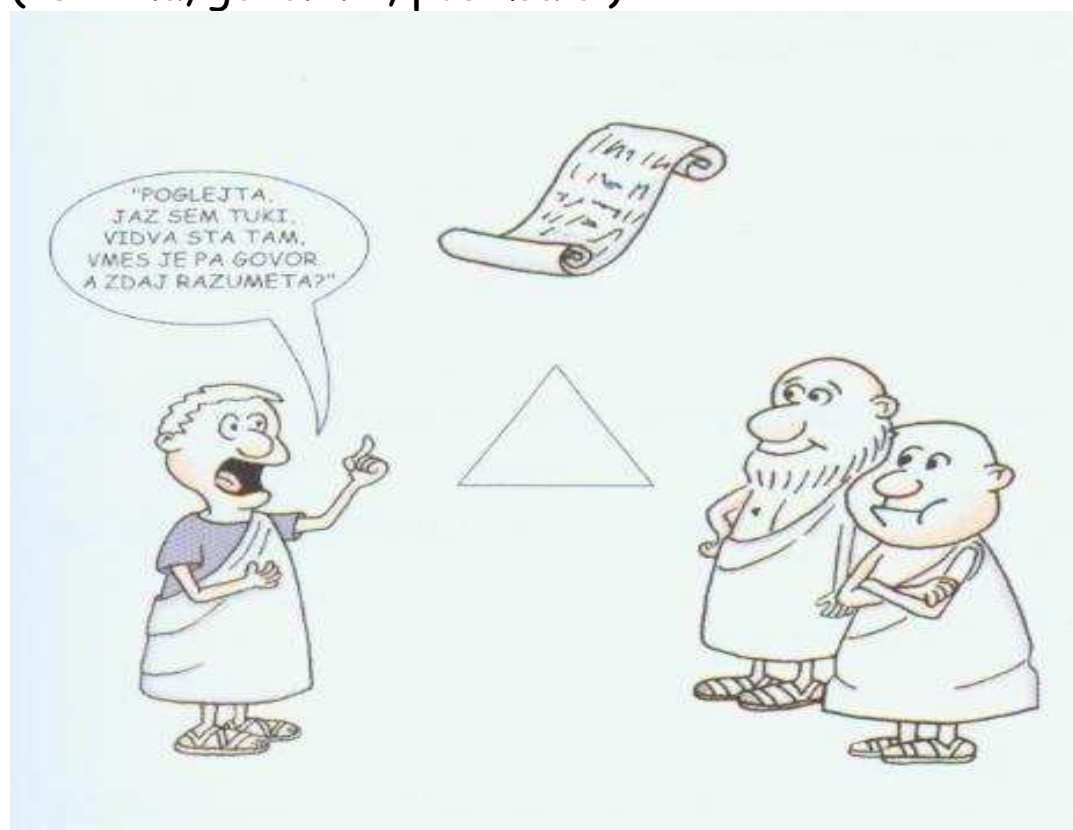
uvod v govorniško veščino

Za učence izbirnega predmeta retorika pripravila:
Dragica Brinovec

Retorika je veščina spretnega in uspešnega govornega prepričevanja.

Tega dejstva se mora zavedati vsak govornik, ki pa mora vedno upoštevati **vrednote** tistih, ki jih želi v kaj prepričati. Šele potem, ko ugotovi, kaj poslušalci od njega želijo in pričakujejo, lahko razmisli, katere **argumente** bo uporabil, jih ubesedil in predstavil. Vsak govornik se mora zavedati, da je ljudi možno prepričati o čemerkoli. Tako je grški filozof **Protagora** učil, da o vsaki stvari obstajata dve enakovredni, a naspotujoči si mnenji. Menil je, da je merilo vseh stvari človek, vse je odvisno, kako on sam čuti, zaznava, presoja... Zato je verjel, da lahko vsako stvar ravno zaradi njene relativnosti (relativen - tak, ki dopušča različno razumevanje, pojmovanje) povsem enakovredno zagovarjamo. In dober govornik bi moral biti sposoben zagovarjati neko stališče in mu tudi nasprotovati, ne glede na to, ali se sam strinja ali ne. Za retoriko pravzaprav ni pomembno, ali je neko dejanje resnično, **pomembno je, da govornik dejanje, dogodek ali osebo prikaže čim bolj verjetno za občinstvo.**

Slika 1: Prepričevalni trikotnik (učbenik, str. 25)
(vsebina, govornik, poslušalci)



(Vaje v učbeniku, str. 26)

KAKO SE PRIPRAVITI NA GOVOR?

(Učbenik, str. 27: Matjaževa zgodba)

ZGRADBA GOVORA

(Kot so jo razumeli Stari Grki...)



Že v stari Grčiji, kjer so prvi začeli sistematično preučevati jezik in govor in kjer se je prav **zaradi praktičnih potreb na sodiščih razvila teorija o retoričnih veščinah**¹⁷, so tako učitelji retorike priporočali, naj vsak govornik pri pripravi in izvedbi svojega govora upošteva pet korakov:

1. Odkrivanje in ustvarjanje snovi oziroma vsebine – poiskati, kaj bomo povedali (INVENTIO)¹⁸:

- ✓ zbrati podatke, dejstva,
- ✓ oblikovati argumente,
- ✓ razmisliti, kako bomo povečali pozornost poslušalcev,
- ✓ kaj bomo morali povedati, da nam bodo verjeli in nam zaupali ...

2. Načrt in razporeditev vsebine – urediti to, kar smo našli (DISPOSITIO)¹⁹:

- ✓ razmisliti, kako bomo začeli svoj govor,
- ✓ kako in kdaj bomo predstavili dejstva,
- ✓ na katerem mestu bomo zagovarjali svoje mnenje,
- ✓ kako bomo zaključili ...

3. Ubeseditev vsebine – izbrati primerne besede, oblikovati povedi, misli ... (ELOCUTIO)²⁰

Izbor besed in oblikovanje naših misli bosta odvisna predvsem od govornega položaja govornika, ki ga določajo vrsta poslušalcev, naš namen, vsebina in oblika govora (različno občinstvo namreč pričakuje različne govore – če bi imeli govor ob babičinem rojstnem dnevu, bi gotovo govorili drugače kot pred sošolci, ki bi jih želeli prepričati, kaj je najboljšo za Matjaža ...).

4. Spomin – zapomniti si vsebino. (MEMORIA)²¹

5. Udejanjanje govora – podajanje vsebine oziroma obvladati telo, glas in čustva (ACTIO oz. PRONUNTIATIO)²²

Spomnili ste se učiteljevih besed in ugotovili, da je spregovoril prav o teh korakih. Oglejmo si, kaj pet osnovnih načel retorike pravzaprav pomeni in kako jih lahko obvladamo.

I. Odkrivanje in ustvarjanje snovi oz. vsebine (inventio)

1. Ugotoviti moramo, kaj se je zgodilo

Če odgovorimo na naslednja vprašanja, bomo dobili argumente o vsaki stvari.

Govorimo o sedmih tzv. novinarskih vprašanjih: **KDO, KAJ, KJE, KOMU, ZAKAJ, KAKO, KDAJ** (učbenik, str. 31).

2. Izhodiščna vprašanja = detektivska vprašanja

Če bomo odgovorili na izhodiščna vprašanja grškega retorja Hermagora, bomo spoznali mnenja drugih, problem bomo dosti bolje razumeli. Predvsem pa bomo sposobni oblikovati svoje stališče in bomo vedeli, kaj zagovarjamo, kako naj prepričujemo.

Učbenik, str. 32-34)

Hermagora²⁵, grški retor, je za potrebe učinkovitega sodnega govora izdelal seznam vprašanj, s katerimi si v podobnih položajih - pravzaprav **vedno in povsod** - lahko pomagamo. Najpomembnejši so **štirje koraki**, ki nas danes še najbolj spominjajo na detektivsko delo:

HERMAGORA

1. Se je dejanje, o katerem bomo razpravljali, res zgodilo?
Kaj konkretno se je zgodilo?
(Na tem mestu si za razjasnitev problema lahko pomagamo s sedmimi vprašalnici: *kdo, kaj, kje, komu, zakaj, kako, kdaj.*)

2. Kako lahko to dejanje opredelimo?
Kakšne vrste je?

3. Kako resno je to dejanje?
Je bilo to dejanje dobro ali slabo?

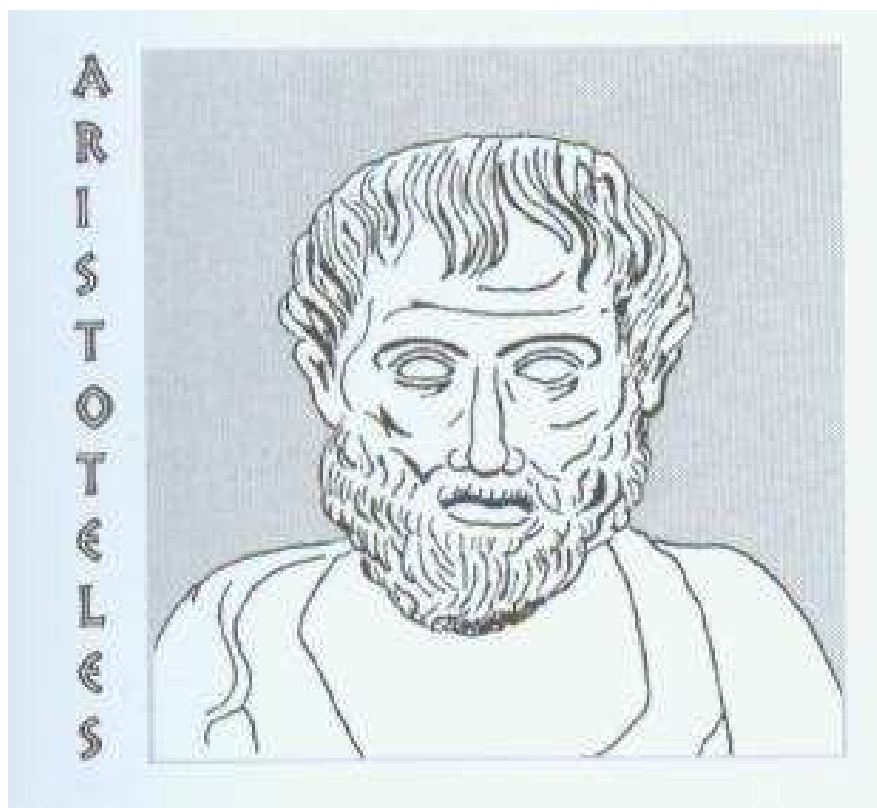
4. Kaj je treba storiti?
Je treba izdelati kakšna navodila, predpise, s katerimi bi v prihodnje razreševali ali nadzorovali podobne položaje?

3. Končna trditev

Na koncu analize svoje mnenje oblikujemo v kratko trditev. Pomembno je, da bomo svojo trditev oblikovali tako, da bo povedek trdil ali zanikal to, kar je neposredno povezano s problemom, o katerem bomo govorili.

(Vaje v učbeniku, str. 36)

4. »Zunanja« in »notranja« sredstva prepričevanja



- a) Zunanja sredstva (pistteis atehnoi)
(Obstajajo neodvisno od retorike)
- b) Notranja sredstva (piesteis entehnoi)
(Ustvarimo sami v okviru retorične veščine)

4.1 Zunanja sredstva prepričevanja

1. Zakoni (pravilniki, kodeksi, poslovniki, statuti ...)
2. Pogodbe (dokumenti, listine, oporoke ...)
3. Navajanja prič in avtoritet
4. Priznanja, pridobljena z mučenjem
5. Prisega
6. Uveljavljena ali/in prevladujoča mnenja in govorice

(Vaje v učbeniku, str. 41)

4.2 Notranja sredstva prepričevanja

So izključno delo govornika in neposredno pripadajo tzv. govorniški veščini. Če je torej retorika sposobnost, da v vsaki posamezni stvari najdemo razpoložljiva sredstva prepričevanja, potem moramo kot govorci obvezno obvladati **etos**, **patos** in **logos**. Etos in patos veljata za nerazumsko prepričevanje, logos pa za razumsko.

ETOS = govornik izpostavlja svojo osebnost in svoj ugled, saj si prizadeva, da bi mu poslušalci verjeli in zaupali;

PATOS = govornik pri poslušalcih vzbuja čustvene odzive in jih tako pridobiva za svoje ideje;

LOGOS = pomeni uporabo razumskih argumentov. Z njimi govornik podpre in dokaže svoje trditve, s katerimi bo poslušalce lahko prepričal.

4.2.1 PATOS (Učbenik, str. 43-53)

Če je ustrezno uporabljen, pri bralcih izzove različne čustvene odzive. Pri tem mora govornik vedno upoštevati občinstvo (različnim poslušalcem bo različno govoril). Kako in koliko čustev bo vzbudil, pa je odvisno tudi od okoliščin. Patos je najučinkovitejši, če ga bo govornik izraziteje uporabljal na koncu govora.

(Učbenik, str. 43 - posredovana vsebina brez patosa; str. 44 - posredovana vsebina z uporabo patosa)

Kako je profesor v besedilu vzbudil čustvene odzive?

- V prepričevanje je vpletel opis.
 - V prijeten dogodek je vpletel manj prijetnega (konkretnost, kontrast, induktivna metoda).
 - Uporaba besednih zvez, ki so priklicale živ spomin na dogodek.
 - Neposreden nagovor učencem.
 - Retorična vprašanja (tako je učence spodbudil, da so razmišljali o vsebini).
 - Dotaknil se je skupnih vrednot in poudaril skupni cilj.
 - Pozval je k akciji (na koncu).
 - Poleg avditivnega (slušne predstave) upošteval tudi kinestetični (besede, ki vključujejo gibanje) in vizuelni (občutenje oz. doživljanje vsebine) način.
 - Profesor bi gotovo govor še izboljšal, da bi namesto splošnih, bledih glagolov uporabil konkretne in dodal dialog.
 - (Učbenik, str. 46)
- (Učbenik, str. 48 - prenovljena Matjaževa zgodba)

(Vaje v učbeniku, str. 50- 53; vidno, slušno, občutki, gibanje + analiza teksta)

4.2.2 ETOS (učbnik, str. 54-64)

Govornik se občinstvu kaže v luči tistih vrednot, ki jih družba priznava kot plemenite, dobre, sprejemljive. Govornik želi na poslušalce napraviti dober vtis. Pravzaprav ustvarja tako lastno podobo, kot jo želi, da jo vidiijo poslušalci. Etos pride najbolj do izraza na začetku govora.

Za antične govornike so veljale vrline, kot so: poštenost, zanesljivost, skromnost, pogum, razumnost, objektivnost in pravičnost. V Rimu pa je za idealnega moškega veljal tisti, ki je živel po strogih načelih, se jedrnato izražal in bil bolj mož dejanj kot besed. Danes pa bi dodali še: iskrenost, zvestobo, samozavest, komunikativnost, vztrajnost, iznajdljivost in zdravo tekmovalnost.

Že **Aristotel** je menil, da govornik uspešno prepriča občinstvo s svojim značajem, če ima naslednje tri lastnosti:

- praktično modrost (videz zdravega razuma: govornik zna natančno navesti argumente za in proti, opise in pretekle izkušnje); poslušalci morajo dobiti vtis, da se je govornik na govor dobro pripravil;
- vrline (vtis odkritosti in resničnosti povedanega, vtis poštenosti: govornik mora poslušalcem povedati, da je nekaj koristno za nas vse skupaj (osebna vključenost, npr. smo se učili);
- izraža naklonjenost poslušalcem (vtis dobrohotnosti): govornik mora poudariti, zakaj so informacije zanje pomembne in kakšne koristi bodo imeli, če jih bodo poznali in sprejeli. Tu moramo biti zlasti pozorni na prepričevalno moč oglasov, ki z retoričnimi strategijami predvsem pridobivajo kupce. Le-te pa nimajo veliko skupnega s celotno resnico o izdelku.

(Učbenik, str. 55 – primer besedila brez uporabe etosa; str. 56 primer istega besedila z uporabo etosa.)

(Učbenik, str. 58 – primer, kako spregovorimo o sebi in ustvarimo vtis o svojih dobrih značajskih lastnostih.)

(Vaje v učbeniku, str. 61-64; poudarek na etosu – praktična modrost, vrlina, naklonjenost bralcem.)

4.2.3 LOGOS (Učbenik, str. 65-90)

Če sta etos in patos dopolnilni sredstvi prepričevanja, je **logos** najpomembnejše sredstvo prepričevanja. Etos se uveljavlja največkrat na začetku govora, patos ima pomembno vlogo na koncu, vsi ostali deli govora pa so namenjeni logosu.

Logos imenujemo logično oziroma razumsko dokazovanje ali utemeljevanje = argumentacija. To so pravzaprav trditve in njihove utemeljitve, ki so nanizane v urejenem zaporedju, in se zato poslušalcem zdijo razumske, smiselne, verjetne in logične.

Pravimo, da **govorec trditve argumentira oz. utemelji** (logika).

Argumentacija poteka na dva načina:

- a) s primeri (resnični in izmišljeni),
- b) z entimemi = SILOGIZEM.

(Silogizem je sklepanje v retoriki in znanosti, ko iz dveh trditev - premis, argumentov - izpeljemo tretjo trditev, ki ji pravimo sklep.)

4.2.3.1 Prepričujemo s primerom, zgledom, podobnostjo

Nek drug dogodek, oseba ali dejstvo nam služi kot prepričljiv argument za to, o čemer želimo sami prepričati.

(Vaje v učbeniku, str. 67 - Iščemo npr. prepričljiv argument (primer) za to, da Matjaž ne sme nastopiti na državnem tekmovanju.)

4.2.3.2 Silogizem (Učbenik, str. 67-69)

Silogizem je sklepanje v logiki in znanosti, ko iz dveh trditev (premis, argumentov) izpeljemo tretjo (sklep). Glavno pravilo v takem sklepanju pravi, če sta veljavni premisi, mora nujno biti veljaven tudi sklep:

<p>VIŠJA PREMISA (splošno veljavna in sprejemljiva trditev) NIŽJA PREMISA (konkretna trditev oz. to, kar dokazujemo) SKLEP (konkretna trditev)</p>

Primer:

Vsi učitelji so prijazni. - VIŠJA PREMISA

Ga. Brinovec je učiteljica. - NIŽJA PREMISA

Ga. Brinovec je prijazna. - SKLEP

4.2.3.3 Retorični silogizem = entimem (nepravi silogizem, nepopolni silogizem) (Učbenik, str. 67-69)

Entimem je način sklepanja v retoriki, kjer v sklopu trditev, ki so med sabo logično povezane, nekaj manjka. S tem načinom retoričnega utemeljevanja dokazujemo tako, da nam ni potrebno vsega povedati, ker imajo poslušalci že v mislih tisto, kar smo zamolčali.

Primer:

1. *Francelj je majhen, suh, neatletski moški.*

2.

Torej:

Francelj ima verjetno manjvrednostni kompleks.

Razlaga: Pod številko 2 smo sami uvedli naslednjo premiso: *Večina majhnih, suhih, neatletskih moških ima manjvrednostni kompleks.*

Vendar pa moramo pri neizrečenih splošnih trditvah paziti, da bodo le-te našim sogovorcem razumljive, sicer naša argumentacija z logosom ne bo delovala.

4.2.3.4 Jezikovni členki (Učbenik, str. 70-75)

(Učbenik, str. 70 - »Matjaževo besedilo - opremljeno s členki«.)

Jezik je tisti, ki nam omogoča npr. povsem isto stvar prikazati z dveh različnih plati. Lepota in groza sta samo stvar nas samih in našega lastnega jezika. Od naše jezikovne spretnosti in znanja pa je odvisno, kako bomo druge o tem prepričali. Jezikovni členki so pri tem lahko naše močno orožje.

Primeri:

Steklenica je **že** na pol prazna. (Treba bo odpreti novo.)

Steklenica je **še** na pol polna. (Ni še treba odpreti nove)

Ura je osem. Pohiti!

Ura je **že** osem. Pohiti!

Ura je **šele** osem. Nikamor se (še) ne mudi.

Janez je **malo** delal. --> Ne bo mu uspelo (opraviti izpita).

Janez je **malce** delal. --> Uspelo mu bo (opraviti izpit).

Janez je delal eno uro. --> Uspelo mu bo.

--> Ne bo mu uspelo.

Janez je delal **skoraj** eno uro. --> Upelo mu bo.

Janez je delal **le/samo** eno uro. --> Ne bo mu uspelo.

Le/samo tretjina volilcev se je udeležila lokalnih volitev.

Kar/skoraj tretjina volilcev se je udeležila lokalnih volitev.

4.2.3.5 Predpostavka in implikacija (Učbenik, str. 76-77)

(**Tinin in Markov pogovor, str. 76**)

4.2.3.5.1 Predpostavka (Učbenik, str. 77-79)

(**Pogovor med Primožem in Lino, str. 77**)

Predpostavka je tihi, neizrečeni del pogovora, ki ima minimalno skupno vrednost.

Temeljna raven predpostavljjanja je, da moramo biti prepričani, da govorimo o istih stvareh kot naš sogovorec in da uporabljeni izrazi in imena pomenijo isto vsem udeležencem pogovora. Predpostavka je predpogoj, da do pogovora sploh pride.

Primer:

Učenec na začetku ure komentira: »Učiteljica je spet slabe volje.«

Predpostavka: Že tudi prej je bila kdaj slabe volje.

4.2.3.5.2 Implikacija (Učbenik, str. 79-81)

Implikacija je tihi, neizrečeni del (po)govora, ki je posledica samega (po)govora. Gre za to, da damo vedeti med vrsticami, kar pa vsak po svoje razume.

Implicirani, skriti pomen ima v retoriki precejšnjo vrednost. Gre za to, da ohranimo nekakšen vmesni prostor in dajemo vtis, da so poslušalci sami prišli do določenega spoznanja, v resnici pa smo ga sami utirili.

Primer:

Miha: »Ej Janez, zakaj pa si se prijavil k retoriki?«

Janez: »Pri retoriki pa je zelo zanimivo...!«

4.2.3.6 Argumentacija (Učbenik, str. 81-89)

Argumentacija je razumsko prepričevanje. V vsakdanjem življenju moramo upoštevati tri osnovna pravila argumentacije:

- ❖ argumenti morajo biti sprejemljivi (mogoči, verjetni, resnični)
- ❖ argumenti morajo biti umestni oz. relevantni (vsebinsko povezani s sklepom)
- ❖ argumenti morajo biti zadostni (da vsebujejo dovolj dokazov, ki podpirajo trditve)

Primeri:

1. V Laškem so pogoste poplave.
2. V Ameriki divjajo orkani.
Zato
Uživanje mesa v Sloveniji upada.

ČE so v Laškem pogoste poplave in ČE v Ameriki divjajo orkani, POTEM uživanje mesa v Sloveniji upada. --> Sklep je popolnoma neustrezen glede na premisi.

1. Vse ženske hočejo biti moški.
2. Vse ženske hočejo biti najboljše na svetu.
Zato
Najboljše na svetu je biti moški.

(Tu sta nesprejemljivi premisi. Pravzaprav sta preveč posplošeni. Trditvi tako ne moreta veljati za vse ženske. Sklep pa je, glede na premisi, relevanten.

1. Trava je rdeča.
2. Drevesa so sesalci.
Zato:
Orangutani so morski psi.

Nič od tega ne drži. To so le hipotetične sodbe, možne v paralelnih svetovih.

II. Načrt in razporeditev vsebine (dispositio)

(Učbenik, str. 91-102)

(»Matjažev primer«: dobra argumentacija, a brez členitve besedila.)



1. Uvod (**exordium**)
2. Pripoved (**narratio**)
3. Odmik (**digressio, excursus**) - neobvezni del
4. Utemeljitev (**confirmatio**)
5. Zaključek - epilog (**peroratio**)

1. Uvod (EXORDIUM) (Učbenik, str. 93—94)

V uvodu je najpomembneje, da govornik pritegne pozornost. Doseči mora, da občinstvo postane naklonjeno njemu in vsebini. To pa doseže na več načinov:

1.1 Uvodno vprašanje

Govornik poslušalcem postavi eno ali več vprašanj, s katerimi se dotakne vsebine, lahko pa tudi poslušalčevih izkušenj oz. čustev.

1.2 Uvodni paradoks

Paradoks = nepričakovan, neverjeten. Z uvodnim paradoksom želi govornik poslušalce ali sogovornike presenetiti.

1.3 Uvodna priprava

Lahko uporabimo nenavadno argumentacijo, vendar moramo paziti, da nas bo občinstvo razumelo.

1.4 Uvodna zgodba

Govornik lahko uporabi kakšno anekdoto, konkretni primer, zgodbo ...

2. Pripoved (NARRATIO) (učbenik, str. 94)

Govornik postreže z natančnim opisom – jasno, kratko, verjetno. Dogodek mora biti opisan tako, da bodo poslušalci verjeli, da se je zares zgodilo. Paziti moramo na časovno

zaporedje. Začnemo s splošnim opisom in končamo z dejanskim stanjem (konkretnim opisom).

3. Odmik (DIGRESSIO, EXCURSUS) (učbenik, str. 95)

Tu gre za nekakšen lepotni dodatek, ko govornik želi sprostiti in razvedriti poslušalce. Za odmik lahko uporabimo anekdoto. Sicer pa na tem mestu poudarimo skupni cilj, vizijo za prihodnost.

4. Utemeljitev (CONFIRMATIO, RFUTATIO) (učbenik, str. 96)

Govornik predstavi pripravljene argumente. Pri tem mora upoštevati najpomembnejše pravilo utemeljevanja: začne naj z **MOČNIMI DOKAZI**, nadaljuje naj s **ŠIBKEJŠIMI** in svojo utemeljitev zaključi z **ZELO MOČNIMI DOKAZI**.

Uporabimo tudi zunanja in notranja sredstva prepričevanja, lahko se sklicujemo tudi na avtoriteto.

5. Zaključek ali epilog (PERORATIO) (učbenik, str. 96-98)

Govornik najprej povzame tisto, kar je povedal. Zaključiti mora tako, da ga bodo poslušalci dobro sprejeli. To pa lahko naredi na različne načine:

5.1 Sklicevanje na avtoriteto

Lahko uporabimo misli spoštovanih javnih osebnosti, lahko pa uporabimo tudi izjave ljudi, ki smo jih prebrali v revijah, slišali po televiziji, radiu ...

5.2 Prikaz ljudi, ki so v sporni zadevi prizadeti

Govornik konkretno prikaže skupino ljudi, ki so v sporni zadevi prizadeti.

5.3 Prikaz neprijetnih dogodkov, če se spor ali problem ne bo rešil

5.4 Opis neprijetnosti, ki bi lahko prizadela več ljudi v podobnih položajih, če se spor ali problem ne bo rešil

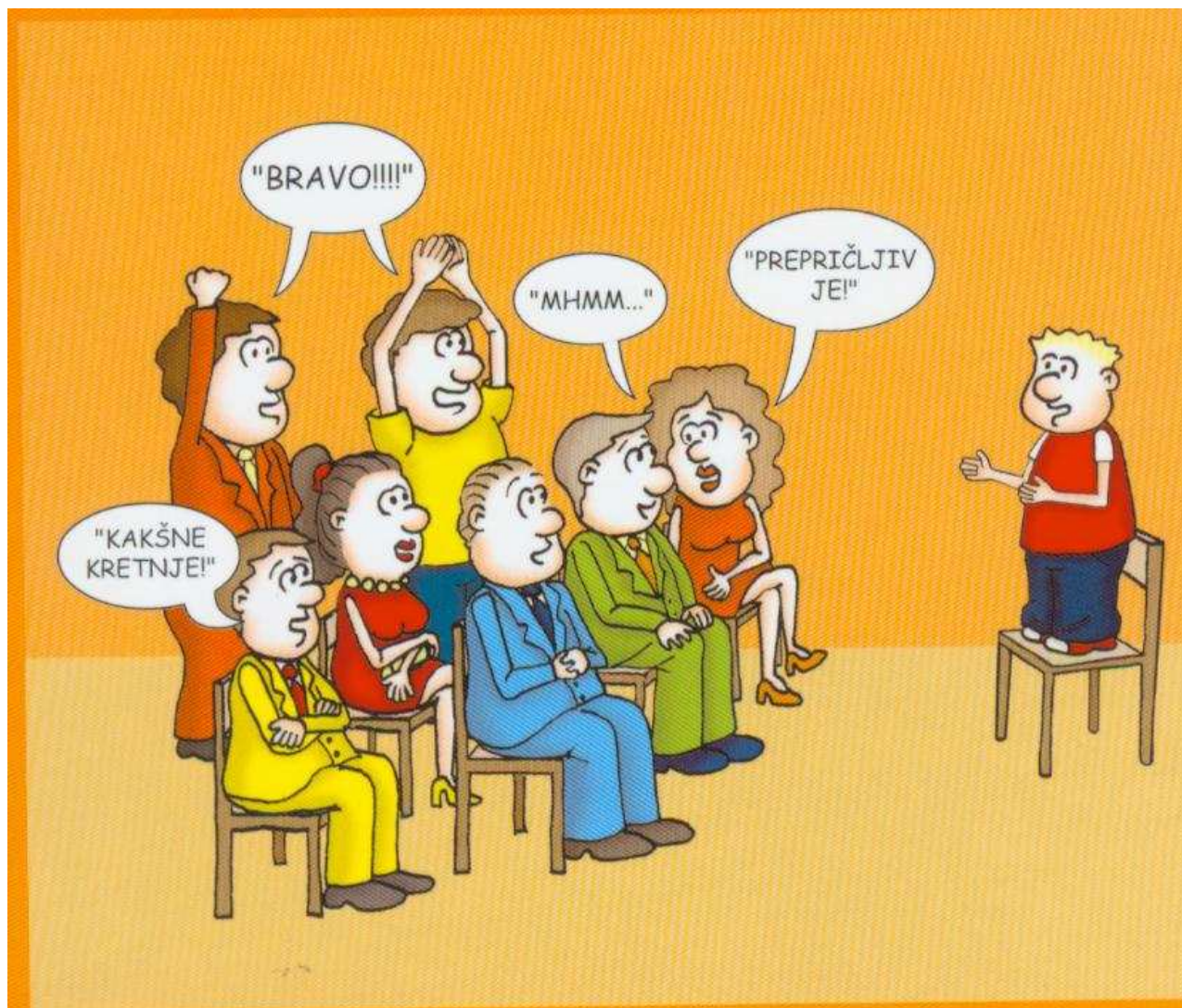
5.5 Oris pozitivnih sprememb, ki se bodo zgodile, če se bo spor ali problem rešil

5.6 Želja, poziv za prihodnost

Lahko uporabimo besede, kot so: zato predlagam ..., prepričan sem..., verjamem ...

(Učbenik, str. 99-102 - vaje za analizo govora)

III. Ubeseditev vsebine (ELOCUTIO)



(Učbenik, str. 103-106)

1. Načela jezikovnega sloga

1.1 Načelo primernosti

Govornik mora jezikovni slog prilagoditi govornemu položaju in namenu sporočila (drugače govorimo na poroki, pogrebu ...).

1.2 Načelo pravilnosti

Govor mora upoštevati veljavno pravorečno normo: besedilo naj bo skladno s slovničnimi pravili.

1.3 Načelo jasnosti

Govor mora biti za poslušalca razumljiv.

1.4 Načelo natančnosti

Govornik mora natančno uporabljati besede. Posebej mora biti pozoren na pomenske razločke med glasovno podobnimi besedami.

1.5 Načelo jedrnatosti

Izogibajmo se ponavljanju že predstavljenih dejstev.

1.6 Načelo živosti

Govor mora biti nazoren in učinkovit.

IV. Spomin – zapomniti si vsebino (MEMORIA)

(Učbenik, str. 107-109)

1. Ali moramo govoriti na pamet?

Zapomniti si moramo, da je govorni nastop govorni nastop in ne bralni! Najbolj bo, če na list zapišemo zgolj oporne točke oz. gesla. Lahko si izdelamo tudi miselni vzorec.

Moramo pa imeti dovolj priložnosti, da bomo gledali poslušalce. Najbolje je, če v roki držimo manjši list v velikosti lista iz malega šolskega zvezka. Na vsak način pa moramo upoštevati pravilo: **na listu ni stavkov, so le posamezne besede, iztočnice, ki nas vodijo. Izjema so citati, ki jih lahko preberemo.**

2. Mnemotehnika (Učbenik, str. 108-109)

Vsebino si zapomnimo tako, da jo povežemo z določenimi kraji ali točkami, ki jih zelo dobro poznamo. Te točke so tako v naši ulici, hiši, sobi ali na našem telesu. Pomembno je, da ima govornik za vse govore ista oporišča.



V. URESNIČEVANJE GOVORA oziroma NASTOP **(ACTIO, PRONUNTIATIO)** (Učbenik, str. 111-119)

1. Govornike vidimo, slišimo in si o njih ustvarimo vtis

Poslušalci torej govornika vidijo, slišijo in doživljajo. Zato naj bo pozoren na svoje telo, glas in čustva.

2. Obvladajmo svoje telo

Pazimo na pomembne dejavnike, kot so glava, gibi rok in telesna drža. Najpomembneje pa je, da se govornik zaveda, da mora **vsak poslušalec**, čeprav je eden izmed tisočih, **verjeti**, da **govorimo le njemu**. Zato je treba občinstvo **videti** in ne samo **gledati**.

3. Glas

Za prepričljivost glasu mora govornik razviti naslednje govorne prvine:

3.1 Register

Je tonski položaj našega glasu: nizek glas, srednje visok, visok glas. Tako bomo npr. višji ton uporabili, kadar želimo koga navdušiti; kadar pa želimo pokazati razočaranje, bomo spregovorili z nižjim glasom.

3.2 Tempo (hitrost)

Primerna je tista hitrost, ki je poslušalci sploh ne opazijo. Bolj kot je poudarjena misel, počasnejša je hitrost govora. Če pa govorimo prepočasi, se pojavi velika nevarnost mašil ali tikov.

3.3 Poudarki (logična funkcija)

Stavčni poudarek velikokrat spremeni pomen sporočila.

Naša muca je včeraj v garaži skotila štiri mladiče.

Naša muca je **včeraj** v garaži skotila štiri mladiče.

Naša muca je včeraj v garaži skotila **štiri mladiče**.

Naša muca je včeraj **v garaži** skotila štiri mladiče.

3.4 Barva glasu

Na barvo glasu pravzaprav ne moremo vplivati, saj je odvisna od naših čustvenih razpoloženj in od starosti.

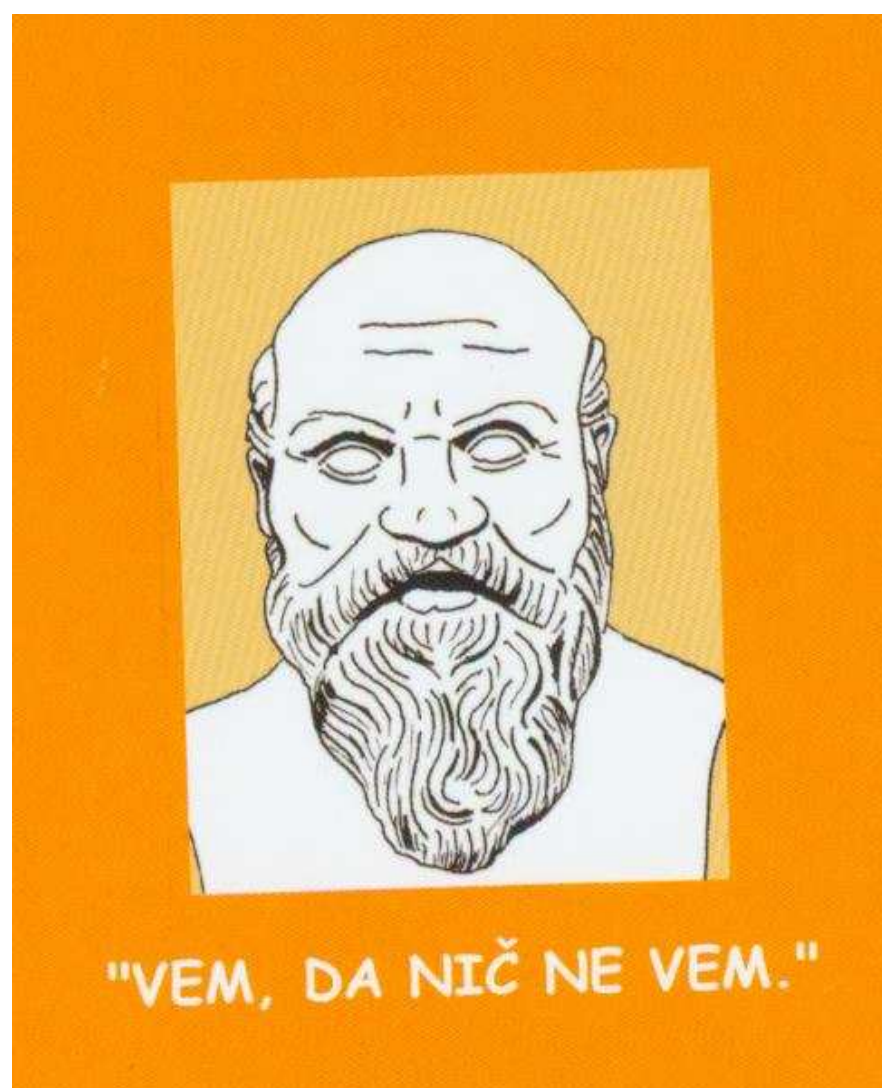
3.5 Jakost

Tu gre za moč govora.

3.6 Izgovorjava

Govornik se mora zavedati pomena čiste in jasne izgovorjave, zato mora odpirati usta.

Še posebej pomembno je, da samoglasnike izgovarja čisto in jasno, soglasnike pa trdno.



"... drugi pa še tega ne vedo, da nič ne vedo."