

# Metody

## 1. Ethos – Charakter řečníka

- Odborník – vypadá jako profesionál a podle projevu se jeví že problému rozumí
- Morální – očekáváme, že se řečník zachová správně i když se nikdo nedívá, má dobrou reputaci
- Důvěryhodný – řečník působí, že má na mysli náš prospěch a nemá žádné postranní úmysly
- Autoritativní – podává lehce zpracovatelnou zprávu silným hlasem

## 2. Pathos – Emocionální propojení

- Umění vzbuzovat svým projevem v lidech ty správné emoce v ten správný čas

## 3. Logos – Logika projevu

- To, co říkáme by mělo dávat druhé straně logický smysl
- Je potřeba silná míra empatie, protože to že to dává smysl nám vůbec neznamená, že to bude dávat smysl oponentovi (nedostatečné informace, jiný názor)
- Snažíme se proto vcítit do protistrany, pochopit její motivy, opakujeme že rozumíme jejím argumentům, snažíme se je však logicky rozvinout směrem ke kontradikci nebo v prospěch našeho závěru
- Nikdy netvrdíme oponentovi, že je jeho uvažování špatné, pomocí vlastních argumentů se ho snažíme dovést k tomu, aby si to uvědomil sám
- Dobrou taktikou je nechat oponentovi nějaké zadní vrátka, aby měl pocit, že i když přizná chybu, tak má způsob, jak si zachránit svou čest

## 4. Spřízněný vztah – rozvíjí pathos

- Navození pocitu, že druhého člověka známe, i když jej vidíme poprvé.
- Přátelská atmosféra v konverzaci.
- Mimika řeči těla.
- Postupná změna v obličeji. Stálý neutrální či naopak statický úsměv nejsou tak účinné jako postupná změna ve výrazu, z důvodu, že lidé si spíše všimnou měnícího se obličeje.
- Mimika výrazů v obličeji v klíčových momentech.

## 5. Předefinování myšlenkového toku – rozvíjí logos

- Využívá se v momentech, kdy je nutné změnit směr hovoru, vrátit debatu k původnímu tématu či z důvodu vyhnutí se nepříjemnému tématu.
- „O co opravdu jde, není, zda je pan prezident stále v nemocnici, ale kdy bude schopen plnit svoje prezidentské povinnosti.“

## 6. Vzorec uvědomění – rozvíjí pathos

- Používání sloves „všimnout si“, „uvědomit si“, „zažít“ a „být si vědom“.
- Člověk totiž automaticky předpokládá, že co se nachází za těmito frázemi, je pravda.
- „Uvědomujete si, jak nebezpečné by bylo pustit imigranty do České republiky?“

## 7. Sled souhlasných výroků – rozvíjí logos, pathos

- Máme důležitou otázku, na kterou potřebujeme souhlas druhé strany, ale nejsme si jistí, že nám ho dá.
- Zaměníme tuhle otázku, za otázku, na kterou máme mnohem vyšší šanci dostat kladnou odpověď.
- Navazujeme další otázkou, která by měla tvořit iluzi, že na předchozí logicky navazuje. Nemusí tomu tak opravdu být a můžou mezi nimi být malé deviace, nikdy tak velké, aby oponent otázku negoval nebo měl potřebu ji upřesnit.
- Postupně se takhle dostaneme až k původní otázce, na kterou teď máme mnohem vyšší šanci dostat kladnou odpověď.
- Využíváno v reklamě – Miluješ svoji ženu? Rozumíš jí? Ženy mají rády květiny. Kup svojí ženě květinu.
- Asociace láska = květiny