

READER PRO VÝUKU PŘEDMĚTU

## **Komunikační a prezentační dovednosti**

JUDr. Simona Trávníčková, Ph.D.



UNIVERZITA KARLOVA  
Právnická fakulta

## OBSAH

1. Reflexe a práce na svých prezentačních dovednostech.....	3
2. Na co vše je třeba při tvorbě prezentace myslet? .....	4
3. Co vše umí dobrý prezentující?.....	5
4. Co vše umí dobrý prezentující?.....	6
5. Nejdůležitější je PROČ, EMOCE, PŘÍBĚH .....	7
6. Použijte příběh .....	8
7. Jak vytvořit příběh .....	9
8. Příprava prezentace .....	10
9. Osoba prezentujícího .....	14
10. Průběh prezentace.....	16
11. Obsah prezentace .....	17
12. Příběh prezentace.....	18
13. Forma prezentace .....	19
14. Prezentační technika.....	20
15. Práce s publikem .....	21
16. Jak zabít prezentaci.....	23
17. Zpětná vazba .....	24
18. Formulář pro zpětnou vazbu k prezentaci .....	25
19. Inspirace pro další studium .....	26
20. Text ke čtení .....	27

# 1. Reflexe a práce na svých prezentačních dovednostech

O jaký stav v prezentování usiluji?

.....  
.....  
.....  
.....

Jak poznám, že jsem toho dosáhl?

.....  
.....  
.....  
.....

Co mi to přinese?

.....  
.....  
.....  
.....

Co je mou inspirací?

.....  
.....  
.....  
.....

Co k tomu abych toho dosáhl (a) potřebuji?

.....  
.....  
.....  
.....

Co mi v dosažení cíle může pomoci?

.....  
.....  
.....  
.....

## **2. Na co vše je třeba při tvorbě prezentace myslet?**

Vytvořte myšlenkovou mapu, do které zahrnete všechny oblasti, na které je podle vás nutné myslet při přípravě prezentace.

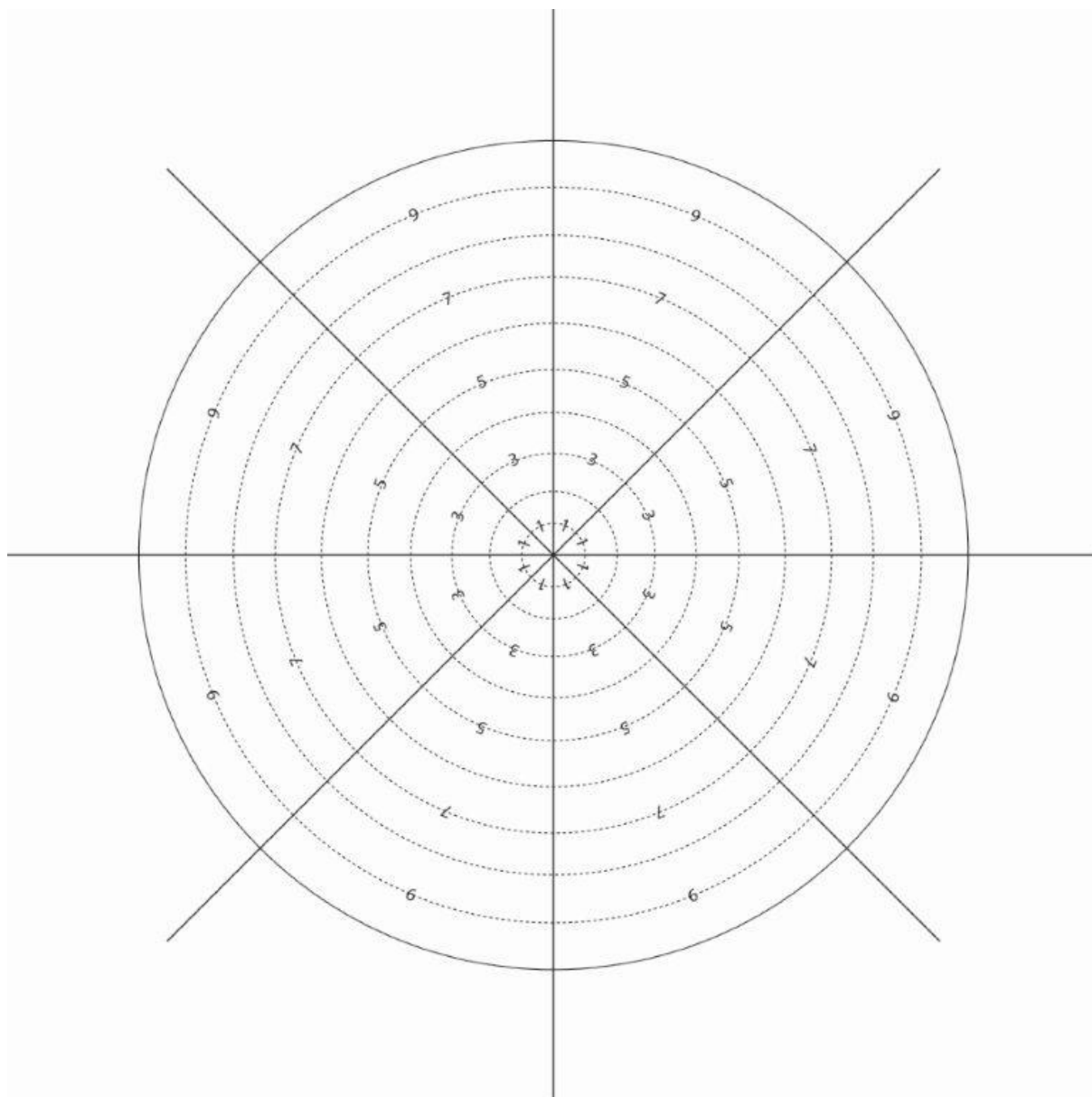


## 4. Co vše umí dobrý prezentující?

Do balančního kola vypište nejdůležitější dovednosti, které budou nejvíce ovlivňovat vaši schopnost prezentovat.

Poté proveďte sebereflexi na škále balančního kola – jak jste na tom teď. A kam byste se v rámci tréninku chtěli posunout.

Škála – 1 (neumím vůbec) – 10 (umím skvěle).



## 5. Nejdůležitější je PROČ, EMOCE, PŘÍBĚH

„Chceš do smrti prodávat slazenou vodu, nebo chceš změnit svět?“ Steve Jobs.

Na začátku 80. let přišel Steve Jobs s nápadem najmout schopného marketingového manažera. Vyhlédl si Johna Sculleyho, který v té době působil u Pepsi. Vedle nabídky milionového platu údajně Sculleyho zlomila Jobsova památná věta: „Chceš do smrti prodávat slazenou vodu dětem, nebo dostat příležitost změnit svět?“ Emoce a příběh je to, co přitahuje a prodává.

Mnohem důležitější, než co je PROČ prezentuji.

Jak to, co prezentuji, tedy nabízím, může změnit – zlepšit život lidem, kteří mě poslouchají a sledují?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Z čeho jsem u vytržení ve své prezentaci?

Nebojte se to vyjádřit před Vašimi posluchači, pozitivní energie se nadá ničím nahradit.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Zkuste to všechno nadšení formulovat do jedné nejužitečnější věty, tzv. elevator speech.

.....

.....

## 6. Použijte příběh

Příběhy táhnou. S příběhem se posluchač musí umět ztotožnit – poznat se v něm a ucítit, že se to týká také jeho. A že prezentující řeší jeho problém. Proto ho prezentující musí umět do příběhu vtáhnout.

**Odpovězte si na následující otázky:**

O jakém tématu chci mluvit?

.....

.....

.....

Co je cílem mé prezentace?

.....

.....

.....

Proč o něm já chci mluvit?

.....

.....

.....

Co to přinese posluchačům, že to budou poslouchat?

.....

.....

.....

O kom je příběh, který se vztahuje k prezentovanému tématu? Kdo je hlavní hrdina příběhu?  
Jaký měl problém na začátku a jak se změnil?

.....

.....

.....

Jak se příběh vztahuje k tomu, co budu prezentovat já?

.....

.....

.....





## 8. Příprava prezentace

Nejdůležitější ze všeho je příprava prezentace. Bez toho to prostě nejde. Jednoduché schéma pro přípravu prezentace – čemu se věnovat.

KDO, PRO KOHO, KDE, KDY, CO, PROČ.

### **KDO — Osoba prezentujícího**

vnitřní postoj k prezentaci

.....  
.....

energie, s jakou stojí na „jevišti“

.....  
.....

jak (oblečení, vlasy, boty...)

.....  
.....

jak je upravený (vůně, vzhled), jak to sedí k publiku, které má před sebou

.....  
.....

jak působí na publikum

.....  
.....

jaká používá gesta

.....  
.....

jakou má mimiku

.....  
.....

jak mluví

.....  
.....

jak se hýbe po místnosti/prostoru, kde prezentuje

.....  
.....

**PRO KOHO — Posluchači**

z jakého prostředí přicházejí

.....  
.....

v jaké jsou/asi budou náladě, o čem přemýšlejí

.....  
.....

proč mne mají poslouchat

.....  
.....

co o tom tématu už ví/jaký mají k tématu postoj

.....  
.....

proč tu jsou (dobrovolnost, záměr)

.....  
.....

kolik jich je

.....  
.....

jak jsou staří

.....  
.....

jaké je složení publika (muži, ženy)

.....  
.....

**PROČ**

**MOJE PROČ? — proč já prezentuji**

proč vůbec tu prezentaci já dělám

.....  
.....  
.....  
.....

co je mým osobním cílem prezentace

.....  
.....  
.....  
.....

**CÍL? — co je cílem prezentace (zaujmout, předat informace, přesvědčit, rozpoutat diskusi)**

.....  
.....  
.....  
.....

jaká změna má nastat po skončení prezentace

.....  
.....  
.....  
.....

s čím mají posluchači odcházet

.....  
.....  
.....  
.....

co konkrétně jim tedy řeknu, ukážu, co si zažijí, aby byl naplněn cíl prezentace

.....  
.....  
.....  
.....

**Z ČEHO? — (co mám k dispozici)**

jaké mám k dispozici zdroje (technika, materiál...)

kolik peněz

kolik lidí k sobě

.....  
.....  
.....  
.....

**KDY?**

na jak dlouho

kdy se to koná během dne (ráno, večer, po obědě)

kdy se to koná v týdnu

kdy se to koná v roce

.....  
.....  
.....  
.....

**KDE?**

město/obec

jaká je to budova

místnost, její vybavení (co vše mohu využít), akustika

prostor pro sebe na přípravu

okna, dveře, světelnost

rozestavění židlí a stolů v prostoru

.....  
.....  
.....  
.....

**JAK?**

jaké metody v rámci prezentace na to použiji

.....  
.....  
.....  
.....

## 9. Osoba prezentujícího

### Práce s trémou

- dýchat – uvolnit se, soustředit se jen na dech, vnímat, jen dech, který tělo dostává do klidu, přítomnosti
- naučit se prvních 5 vět nazpaměť
- uvědomit si tělo, dýchat do jeho jednotlivých částí
- fyzicky to dostat z těla (vyběhat se po schodech, zatnout všechny svaly a rychle uvolnit)
- pohybovat se přirozeně – nestát zamražený na místě
- na každého funguje něco jiného, je třeba zkoušet vlastní strategie, které pomáhají

.....

.....

.....

.....

### Tělo (oči, postoj, ruce)

- oční kontakt – nedívám se do prázdna, nevidám se na zem, na strop, z okna. Dívám se na diváky (udržuji s nimi díky pohledu kontakt a můžu vědět, co se děje). Díky očnímu kontaktu jsem schopná/ý reagovat na dění ve skupině.
- vědomí svého vlastního těla – neustále jsem si vědom toho, co moje tělo dělá. Abych skrze sebevnímání (vnímám, co dělá) mohl reakce těla regulovat (seberegulace)
- uvědomění si, jak stojím, jak to vypadá – pomůže, když se na sebe zvládnou podívat z dálky
- gesta - co dělám s rukama
- pohyb po prostoru - chození - přešlapování – pohyb nohama, v bocích, pohupování, „tancování“

.....

.....

.....

.....

**Mluvení**

- práce s hlasem (síla, intonace, dynamika, artikulace, důraz na konkrétní slova, na části věty, na části projevu)
- umění pracovat s tichem, mezerami v řeči
- nechat čas na zamyšlení se nad odpovědí, pokud položí otázku

.....

.....

.....

.....

**Vzhled**

- oblečení (podle konkrétní skupiny posluchačů)
- vždy lépe být o stupeň lépe než hůře
- aby v tom přednášejícím bylo dobře a cítil se díky tomu sebevědomě

.....

.....

.....

.....

**Co dalšího jsem si uvědomil/a o sobě jako prezentujícím? Na co se chci u sebe zaměřit?**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## 10. Průběh prezentace

### Začátek

- příchod (prezentujete už od toho, co vstupujete do prostoru, kde máte hovořit)
- po příchodu zabrat prostor
- ukotvit se v něm
- oční kontakt
- POP (pozdravím, oslovím, představím se)
- proč tu jste (zajímavě, abyste nalákali lidi, aby vás poslouchali)
- pravidlo ŘŘŘ
  - řeknete, co jim řeknete
  - řeknete jim to
  - řeknete jim, co jste jim řekli

---

---

---

---

### Během prezentace

- každých 10 minut něco měňte (použit jiný vizuální prostředek, zapojit posluchače, udělejte přestávku apod.)
- shrnujete podstatné body
- dávejte prostor k interakci – zapojujte publikum

---

---

---

---

### Konec prezentace

- shrnu, co jsem řekl
- neříkám, že končím, když ještě nekončím... jak řeknu, že končím, tak posluchači přestávají poslouchat
- končím jasným sdělením na závěr, něčím, co je nakopne k akci
- poděkuji, rozloučím se
- dám prostor na dotazy

---

---

---

---



# 11. Obsah prezentace

## Co chci říct

- vím, proč jim to říkám
- vím, co chci, aby si odnesli
- vím, proč si to mají odnést
- vím, co oni ví
- vím, kolik mám času, komu to říkám a proč

Základem prezentace je příběh, který provází prezentaci od začátku do konce. Proč? Příběhy, které s sebou nesou emoce, se dobře pamatují. Ukazují nám, jak a proč svět funguje. Dávají nám poučení. A vysvětlují, proč je téma, o kterém mluvíme, podstatné. A co může přinést i nám.

---

---

---

---

## Příběh prezentace

- chytout je na něco zajímavého, co se jim může hodit
- odůvodnit, proč tam vlastně jsou, co jim to přinese
- říct jim, co se dozví na konci
- logická návaznost v příběhu
- ideálně příběh nebo jasná struktura - jde se odněkud někam
- možnosti (v minulosti do budoucnosti, od obecného ke konkrétnímu, příčina - následek)
- střídat těžké a odlehčené pasáže prezentace

---

---

---

---

## 12. Příběh prezentace

### Příběh, který v prezentaci máte, dává odpovědi na následující otázky:

Proč o tom mluvím? Co je na tom zajímavé? S čím to těm lidem reálně pomůže? Proč by mě měli poslouchat? Jak já jsem se k tomuto tématu dostal? Proč mně to přijde zajímavé? Jak já jsem s tímto tématem začal? Co mi to přineslo a co to může tedy přinést jim? Jak já jsem se díky tomu změnil?

### Jeden z možných scénářů příběhu – jak vzbudit důvod poslouchat

- popíšu stav, jaký je v současné době
- popíšu, jaký to působí „hlavním postavám“ v příběhu problém/komplikace
- rozvinu problém a ukážu, jak se jich to může dotýkat
- ukážu možnost řešení, které přináším
- vyzvu je k akci

### Jiný příklad příběhu v prezentaci – osvětlení, proč by je to mělo zajímat

- Představte si, že za vámi do kanceláře přišel klient. V ruce má smlouvu mezi dvěma českými subjekty. V této smlouvě je zvoleno jako právo rozhodné právo cizího státu. Jak byste v tuhle chvíli postupovali?
- Co si pomyslíte, když se řekne mezinárodní prvek ve vnitrostátním právním vztahu?
- Dovedete si představit, že je ve vnitrostátním právním vztahu nějaký mezinárodní prvek?
- Můj příspěvek se zabývá právě těmito otázkami. Díky dnešní mé prezentaci se konci dozvíte, co byste mu měli odpovědět.

### Jak mohu ve své připravované prezentaci podpořit příběh?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## 13. Forma prezentace

### Názornost a srozumitelnost

- oblast srozumitelného vyjadřování – jeden obrázek za tisíc slov
- použité vizuální prostředky
- pomáhají symboly, barvy, vizualizace

### Je nutné rozlišovat

- co říkám – slovní projev
- co ukazuji – vizualizace, texty
- co lidem dávám – handouty, papíry na průběžnou práci, na poznámky
- co si mají odnést po prezentaci – texty k prezentaci
- co potřebuji já jako prezentující – podklady pro to, aby prezentující mohl mluvit

### Vizuální pomůcky

- flipchart
- dataprojektor
- tabule
- zpětný projektor
- obrázky

### Zásady – jak kdy co použít

- vždy musím vědět, na co to chci a proč to používám – k čemu ta daná prezentační pomůcka slouží
- podstatný je ten, kdo prezentuje, pomůcky nemůžou být víc než prezentace
- vždy je možné mít pozornost jen na jednom místě – prezentující nebo to, co ukazuje. Je potřeba dát dostatečný čas na prozkoumání toho, co promítám

### Co s sebou

- nic
- malé prezentační kartičky
- desky s klipem s papírem
- obyčejný papír se přeloží, zašpiní, pokud jsme nervózní, hodně se klepe

### Jak já sám/sama používám prezentační pomůcky? Co se v této oblasti potřebuji ještě naučit?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## 14. Prezentační technika

### Obecné principy

- pamatovat, že s technikou je vždycky problém
- být připraven na to, že technika nebude fungovat
- musí pomáhat, nesmí škodit – musí podporovat to, co prezentující říká.
- předem vyzkoušet – přijít dřív a otestovat, vyřešit problémy

### Flipchart

- Předem si zkontrolujte, že máte dostatek čistých papírů, že fixy píší, a že máte více než jednu barvu.
- Když píšete, nestavte se k účastníkům zády, na flipchart pište z boku.
- Používejte tiskací písmena.
- Snažte se nedávat na jeden list více než 8 řádek.
- Když píšete na flipchart nemluvte (stejně vás v tu chvíli nikdo neposlouchá).
- Používejte více barev. Na psaní textu jsou vhodnější modrá a černá (lepší zapamatovatelnost textu), zelenou a červenou používejte k zvýraznění.
- Pokud si můžete připravit text předem, využijte toho.
- Popsané papíry patří do tříděného odpadu, nepoužívejte je z druhé strany.
- můžu používat zadní desku a šetřit papír

### Praktické problémy s flipchartem

- papír se trhá nebo padá
- upatlané prsty od fixek
- není to vidět, protože je malé písmo
- používám špatné barvy

### Whiteboard

- možnosti prostorové (zaklopení křídla)
- nepřesunete to nikam – prostor uzpůsobit podle toho
- někdy blbě vidět
- bacha na typ fixek – na whiteboard používejte jen a pouze fixy whiteboard. Mají většinou bílý obal. Kromě toho jsou fixy na flipchartový papír (mají většinou barevný obal podle barvy, je na nich nápis flipchart marker). A třetí typ je permanent marker – bývají většinou černé a mají jen jinak barevný vršek.

### Dataprojektor

- táhne pozornost – nemusí svítit pořád (tlačítkem BLANK lze vypnout světlo, nikoli projektor jako takový)
- nechodit před světlem
- projekce musí být dostatečně velká a viditelná
- řeším světelnost v místnosti, aby bylo vidět jak na promítanou plochu, tak prezentující
- umím ovládat projektor (zjistím si, jak se to dělá)
- nosím si s sebou vlastní prezentér (dálkový ovladač prezentace)

## 15. Práce s publikem

Vždy potřebuji vědět, kdo je moje publikum. Proč přichází, co potřebuje, co si chce odnést.

### Obecné principy

- zapojím je do prezentace v různé míře intenzity
- nechám je myslet – pokládám otázky (řečnické i takové, na které chci odpověď)
- pohyb pomůže i posluchačům (drobné aktivity – hlasování, vyjadřování názoru...)

### Nastavení vztahu s účastníky

- ukažte, že vám na něm záleží a že jste s publikem v kontaktu
- přesvědčit publikum, že jim říkáte zajímavé, důležité věci, které si budou pamatovat

### Reakce na námitky účastníků

- pokud je to otázka, pak odpovíme
- pokud je to skutečně námitka, tak sbíráme čas k odpovědi

### Jak konkrétně reagovat?

#### Obecný dotaz

- „Jak to myslíte?“
- „Jak Vás napadla právě tahle otázka?“

#### Žádáme podrobné informace

- „Srovnáváte to s tím, jak to nyní funguje, nebo jak byste si to představoval?“
- „Co z toho je pro Vás nejdůležitější vědět?“
- „Co pro Vás znamená příliš uvolněný/riskantní...?“

#### Vrátíme námitku slušnou otázkou

- „Proč si myslíte, že to není důležité?“
- „Jak si myslíte, že by to bylo nejlepší?“

#### Metoda nedoslýchavosti — ve slušné podobě je použitelná vždy

- „Jak prosím?“
- „Můžete mi to ještě jednou zopakovat?“

#### Metoda oddálení

- „Můžeme se k této otázce vrátit později?“

**Co mi dělá největší problém v práci s publikem? Na co se chci zaměřit?**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## 16. Jak zabít prezentaci

Pojďme na to z druhého konce. Pokud chcete odradit posluchače, tak...

1. vypadejte nepřipraveně
2. začínejte pozdě
3. omlouvejte sebe či nedostatky v organizaci
4. nemějte dostatek informací o posluchačích
5. používejte pomůcky neprofesionálně (flipchart, zpětný projektor...)
6. dejte najevo, že jste mimo svůj naplánovaný časový rozvrh
7. neusmívejte se, dívejte se mimo účastníky
8. končete pozdě
9. působte neorganizovaně
10. nesnažte se vytvořit hned zpočátku dobrý dojem
11. nehovořte o tom, co jste předeslal
12. neplňte sliby, které jste dal účastníkům
13. zapomínejte dělat přestávky
14. nekontrolujte si předem místnost a pomůcky
15. předkládejte neaktuální informace
16. používejte nevhodný humor
17. prezentujte se jako expert, který všechno ví
18. používejte co nejvíc cizích a pro účastníky neobvyklých výrazů a spojení
19. věnujte se především tomu, co zajímá Vás, ne účastníky

## 17. Zpětná vazba

Jedna z nejtěžších věcí je umění poskytování a přijímání zpětné vazby. Bez tréninku (opakované praxe prezentování) a bez zpětné vazby, která následuje, se v prezentování lze zlepšit jen velmi těžko.

### **Základní principy poskytování zpětné vazby**

- vyžádaná
- ve správný čas na správném místě
- popisná, ne hodnotící
- konkrétní, ne obecná
- úplná, poctivá
- vyvážená

### **Základní principy přijímání zpětné vazby**

- přijímání zpětné vazby
- aktivně naslouchat
- neobhajovat se
- nechat si právo vyhodnocení
- poděkovat



## 18. Formulář pro zpětnou vazbu k prezentaci

**Jak vás řečník zaujal? (na škále 1-10, slovní komentář)**

**Jak jste se u prezentace cítili? (na škále 1-10, slovní komentář)**

**Jak byla prezentace srozumitelná? (na škále 1-10, slovní komentář)**

**Co konkrétního dodáte k:**

- postoji řečníka (slovní komentář)
  
- pohybu, tělu, gestům (slovní komentář)
  
- řeči (slovní komentář)

**Vizuální pomůcky**

- viditelnost (slovní komentář)
  
- srozumitelnost (slovní komentář)
  
- účelnost (slovní komentář)

**Celkový dojem z prezentace (na škále 1-10, slovní komentář)**

**Co bylo cílem prezentace řečníka? Co si z prezentace odnášíte?**

## 19. Inspirace pro další studium

### Powerpoint

- na youtube najdete řadu návodů, jak vytvořit zajímavé animace v PPT
- PPT už dávno není jen bílý obdélník s černými puntíky, dají se tvořit krásné a funkční powerpointvé prezentace
- Jeden z nejlepších českých lektorů prezentačních dovedností Tomáš Zikán nabízí krátkou prezentaci o tom, jak prezentace nedělat  
<http://www.ceskaskola.cz/2012/02/tomas-zykan-9-zpusobu-jak-spolehlive.html>
- může vypadat třeba takto: <https://www.youtube.com/watch?v=WA3N6dwcNgc>
- ukázkou zajímavých PPT prezentací naleznete například zde:  
<http://cubicleninjas.com/top-20-best-powerpoint-presentation-design/>

### RSA Animate

- způsob, jak zajímavě ilustrovat přednášky, aby se spojila zvuková a vizuální stránka. A prezentace tak získala zasazení do obecného širokého kontextu.
- Web RSA Animate – najdete řadu zajímavých přednášek  
<https://www.thersa.org/discover/videos/rsa-animate>
- RSA changing paradigmas – přednáška Kena Robinsona spojená s animací  
<https://www.youtube.com/watch?v=zDZFcdGpL4U>

### PREZI

- prezentační software, který je možné využít namísto powerpointu
- pozor na přílišné efekty, které mohou hýbat nejen textem, obrázky, ale i žaludkem posluchačů
- Best Prezi presentations <http://blog.prezi.com/latest/2013/12/27/the-6-best-prezis-of-2013.html>
- návod, jak tvořit prezi prezentace, například zde: <http://prezi.com/c9pdlrpx3pr6/copy-of-presentation-on-presentations/>

### Inspirativní video ukázky

Kompletní prezentace iPhoneu – Steve Jobs <https://www.youtube.com/watch?v=s72uTrA5EDY>

- prezentace z roku 2007, na které je vidět, jak Steve Jobs prezentuje, pracuje s publikem, staví argumenty...

Present like Steve Jobs <https://www.youtube.com/watch?v=2-ntLGOyHw4>

- tato ukázka shrnuje základní triky z prezentace Steva Jobse. Odpovídá na otázku, jak se mu daří dělat tak zajímavé a poutavé prezentace.

Ken Robinson – Schools kills creativity

- [https://www.ted.com/talks/ken\\_robinson\\_says\\_schools\\_kill\\_creativity?language=cs](https://www.ted.com/talks/ken_robinson_says_schools_kill_creativity?language=cs)
- skvělá přednáška od Kena Robinsona, zase zcela jiný formát předáváníí tématu

## 20. Text ke čtení

V rámci učitelství je následující text převzat z publikace Vítězslav Prukner: Prezentační dovednosti. 2014, ISBN 978-80-244-4329-4 (e-kniha), kapitola 6, prezentační dovednosti. Elektronicky dostupné na odkaze <https://publi.cz/books/114/06.html>. Citováno dne 17. 11. 2018.

---

### Projev

Při prezentacích a přednáškách, při setkání za účelem motivování pracovního týmu, při vítání významné návštěvy je nutné ovládat umění své nápady a myšlenky vyjádřit a v dalším kroku také prosadit.

Při přípravě projevu musíme mít stále na mysli, co vlastně chceme svým projevem vyvolat:

- chceme pouze informovat,
- či snad motivovat,
- nebo chceme pracovníky získat pro novou věc.

Přejdeme-li k diskusi, je bezpodmínečně nutné neopomenout objektivní a systematické řízení této fáze. Pro úspěšné a efektivní řízení diskuse lze uvést následující pravidla:

- vyslechnout každou otázku až do konce, nepřerušovat tazatele;
- otázku pozitivně formulovat;
- odpovědi by měly být jasné, bez agrese a emocí;
- vyhledávat a vytvářet podporu mezi posluchači zpětnými otázkami;
- povzbuzovat k aktivní diskusi ty, u nichž lze vyzorovat přístup shodný s řečníkem;
- směřovat diskusi k požadovanému cíli, v případě potřeby musí řečník vystupovat i mírně direktivně;
- nikdy nesmí být účastníci diskuse shazování či zesměšňování.

### Základní orientační body, jak upoutat pozornost a zároveň zaujmout obecenstvo:

- Dívejte se posluchačům do očí.
- Mluvte pomalu, kontrolujte tempo řeči.
- Mluvte v krátkých větách, přesně formulujte.
- Opakujte jen tehdy, je-li to nezbytné pro zvýraznění závažné myšlenky.
- Vyvarujte se monotónního a příliš hlasitého přednesu.
- Používejte přirovnání, příkladů z běžného života, z historie, sportu, literatury.
- Vyprávějte vlastní zážitky, zkušenosti (bez přehánění).
- Svůj projev dokumentujte názorně (grafy, obrázky, apod.).
- Použijte humor a vtip, ale vyvarujte se jízlivost.
- Nakrátko se odmlčte, abyste podnítili zájem posluchačů.
- Důležité je nejen co říkáte, ale i jak to říkáte. A musíte umět také naslouchat.

### Plánování vašeho vystoupení

Nejdříve musíte při plánování svého vystoupení odpovědět na otázku „Proč“, nikoliv „Co“. Na otázku „Co“ odpovíte, až začnete své myšlenky systematicky třídit a skládat. Na začátku byste se měli zabývat otázkou, proč vystoupíte před určitým auditoriem. Odpověď na tuto otázku

Vám přípravu Vašeho vystoupení usnadní. Byli jste například vyzváni, abyste před vedením firmy vystoupili s příspěvkem k rozpočtu oddělení na příští rok. Nezačínejte tím, že napíšete, co chcete říkat, ale zeptejte se sami sebe, čeho byste chtěli svým vystoupením dosáhnout. Budete žádat zvýšení rozpočtu nebo předkládat plán, jak byste mohl vyjít s méně penězi? Dříve než začnete vystoupení připravovat, pomyslete na specifické cíle v souvislosti se svými posluchači. Umíte si představit stavbu domu bez stavebních plánů? Dříve než někdo začne stavět dům, potřebuje plány, aby zjistil, jaké materiály je nutno koupit a jak budou použity. Právě tak i plán vašeho vystoupení učiní vlastní práci s jeho sestavením mnohem účinnější. Pomůže Vám přitom postup ve dvou krocích: vypracování cílů a analýza posluchačů.

### **Základní body přípravy prezentace**

- Jaký mám záměr, cíl?
- Co chci prezentací dosáhnout?
- Ke komu budu mluvit?
- Kdy a kde?
- Kolik mám času k dispozici?
- Co řeknu?
- Jak to řeknu, aby druzí přijali cíl tak, jak chci? Toto je jádro prezentačních dovedností.
- S kým a čím? Jaké pomůcky budu užívat?

### **Cíle prezentace**

- Uvědomit si klíčový význam přípravy pro celkový efekt prezentace a pro zvládnutí trémy a napětí
- Naučit se systematicky plánovat a připravovat prezentaci počínaje stanovením cílů a analýzami posluchačů a situace
- Klademe si za cíl „bouřlivý potlesk“ nebo zprostředkování poznatků, přesvědčení druhých o svém názoru, probuzení zájmu apod.?
- Cíl projevu se snadno ztratí z očí. Při formulaci prezentace je třeba neustále prověřovat, zda struktura a argumenty podporují cílovou formulaci. Co se k tomu nehodí – pryč s tím!
- Seznámit se s principy a zásadami zpracovávání obsahu a formy prezentace
- Uvědomit si jak posluchač vnímá a zpracovává informace, co si pamatuje
- Pochopit jakými prostředky lze zaujmout, přesvědčit posluchače a udržet jejich pozornost
- Seznámit se s argumentačními prostředky a pravidly účinné argumentace
- Seznámit se se zásadami pro přípravu pomůcek a formami doladění prezentace

Motto:

*„Kdybych měl osm hodin na pokácení stromu, strávil bych šest hodin broušením sekery.“*

(A. Lincoln)

*„Neexistuje příznivý vítr pro toho, kdo neví, kam pluje.“*

(Seneca)

### Účel prezentace

- čeho chceme dosáhnout
- co očekáváme od posluchačů

Níže je uvedeno několik základních poznámek, které by měl každý dobrý prezentující detailně vyřešit:

- Jen ten, kdo zná svůj cíl, může s ním sladit své argumenty a strukturu své prezentace.
- Je vhodné zohlednit zařazení přednášky do celku – samostatná, součást cyklu, výuky.
- Zohledňujeme množství posluchačů – široké auditorium, komornější prostředí a dle toho volíme styl projevu.
- Zvládnutí materiálu k přípravě prezentace.
- Smyslem není zahltit druhé množstvím informací, materiál je nutno protřídit, ale ani příliš stručná prezentace není dobrá, je třeba vědět mnohem víc, než řekneme v projevu.
- Časové rozvržení vlastního tématu, dle celkového času pro prezentaci.
- Komu je téma určeno.
- Čím pro ně bude užitečné, s jakými zkušenostmi, problémy a zájmy posluchači přicházejí.

### Analýza posluchačů

Druhým krokem, který předchází úvahám o obsahu naší prezentace, druhou směřovkou na naší cestě je analýza. Analýza posluchačů a situace, vyhodnocení podmínek, ve kterých prezentace bude probíhat.

Kdo jsou ti, kdo mne budou poslouchat? Pokud si neodpovíme na tuto otázku, nemůžeme zodpovědně začít s přípravou prezentace. Ne vždy můžeme dát na tuto otázku naprosto přesnou odpověď. Ne vždy známe osobně ty, ke kterým budeme mluvit. Většinou ale známe alespoň základní charakteristiky svých posluchačů. Jsou to odborníci, nebo laici, jsou to řídicí pracovníci nebo specialisté, jsou to začátečníci nebo zkušení v oboru, jsou mladí nebo starší, jen ženy nebo jen muži? Co o tématu asi vědí a co očekávají, co je bude zajímat? Jinak budeme prezentovat svůj podnik při náboru studentů na vysoké škole a jiné argumenty budeme používat, budeme-li chtít získat staršího odborníka nebo specialistu.

V souvislosti s různými aktivitami pracovníků organizace lze rozlišit tyto **specifické případy formální komunikace**:

- projev – proti sobě stojí řečník a auditorium, diskuse je možná, ale není pravidlem;
- porada – skupina pracovníků, tým, řízená diskuse je pravidlem;
- rozhovor při řešení problému – nadřízený versus podřízený, resp. podřízený pracovní kolektiv;
- rozhovor při oznámení rozhodnutí – nadřízený versus podřízený, resp. podřízený pracovní kolektiv;
- pohovor zaměřený na hodnocení pracovních výsledků – mezi čtyřma očima;
- pohovor za účelem pokárání – mezi čtyřma očima;

## Projev

Při prezentacích a přednáškách, při setkání za účelem motivování pracovního týmu, při vítání významné návštěvy je nutné ovládat umění své nápady a myšlenky vyjádřit a v dalším kroku také prosadit.

Při přípravě projevu musíme mít stále na mysli, co vlastně chceme svým projevem vyvolat:

- chceme pouze informovat,
- či snad motivovat,
- nebo chceme pracovníky získat pro novou věc.

Přejdeme-li k diskusi, je bezpodmínečně nutné neopomenout objektivní a systematické řízení této fáze. Pro úspěšné a efektivní řízení diskuse lze uvést následující pravidla:

- vyslechnout každou otázku až do konce, nepřerušovat tazatele;
- otázku pozitivně formulovat;
- odpovědi by měly být jasné, bez agrese a emocí;
- vyhledávat a vytvářet podporu mezi posluchači zpětnými otázkami;
- povzbuzovat k aktivní diskusi ty, u nichž lze vyzorovat přístup shodný s řečníkem;
- směřovat diskusi k požadovanému cíli, v případě potřeby musí řečník vystupovat i mírně direktivně;
- nikdy nesmí být účastníci diskuse shazování či zesměšňováni.

### **Základní orientační body, jak upoutat pozornost a zároveň zaujmout obecnostvo:**

- Dívejte se posluchačům do očí.
- Mluvte pomalu, kontrolujte tempo řeči.
- Mluvte v krátkých větách, přesně formulujte.
- Opakujte jen tehdy, je-li to nezbytné pro zvýraznění závažné myšlenky.
- Vyvarujte se monotónního a příliš hlasitého přednesu.
- Používejte přirovnání, příkladů z běžného života, z historie, sportu, literatury.
- Vyprávějte vlastní zážitky, zkušenosti (bez přehánění).
- Svůj projev dokumentujte názorně (grafy, obrázky, apod.).
- Použijte humor a vtip, ale vyvarujte se jízlivosti.
- Nakrátko se odmlčte, abyste podnítli zájem posluchačů.
- Důležité je nejen co říkáte, ale i jak to říkáte. A musíte umět také naslouchat.

### **Plánování vašeho vystoupení**

Nejdříve musíte při plánování svého vystoupení odpovědět na otázku „Proč“, nikoliv „Co“. Na otázku „Co“ odpovíte, až začnete své myšlenky systematicky třídit a skládat. Na začátku byste se měli zabývat otázkou, proč vystoupíte před určitým auditoriem. Odpověď na tuto otázku Vám přípravu Vašeho vystoupení usnadní. Byli jste například vyzváni, abyste před vedením firmy vystoupili s příspěvkem k rozpočtu oddělení na příští rok. Nezačínajte tím, že napíšete, co chcete říkat, ale zeptejte se sami sebe, čeho byste chtěli svým vystoupením dosáhnout. Budete žádat zvýšení rozpočtu nebo předkládat plán, jak byste mohl vyjít s méně penězi? Dříve než začnete vystoupení připravovat, pomyslete na specifické cíle v souvislosti se svými posluchači.

Umíte si představit stavbu domu bez stavebních plánů? Dříve než někdo začne stavět dům, potřebuje plány, aby zjistil, jaké materiály je nutno koupit a jak budou použity. Právě tak i plán vašeho vystoupení učiní vlastní práci s jeho sestavením mnohem účinnější. Pomůže Vám přitom postup ve dvou krocích: vypracování cílů a analýza posluchačů.

### **Základní body přípravy prezentace**

- Jaký mám záměr, cíl?
- Co chci prezentací dosáhnout?
- Ke komu budu mluvit?
- Kdy a kde?
- Kolik mám času k dispozici?
- Co řeknu?
- Jak to řeknu, aby druzí přijali cíl tak, jak chci? Toto je jádro prezentačních dovedností.
- S kým a čím? Jaké pomůcky budu užívat?

### **Cíle prezentace**

- Uvědomit si klíčový význam přípravy pro celkový efekt prezentace a pro zvládnutí trémy a napětí
- Naučit se systematicky plánovat a připravovat prezentaci počínaje stanovením cílů a analýzami posluchačů a situace
- Klademe si za cíl „bouřlivý potlesk“ nebo zprostředkování poznatků, přesvědčení druhých o svém názoru, probuzení zájmu apod.?
- Cíl projevu se snadno ztratí z očí. Při formulaci prezentace je třeba neustále prověřovat, zda struktura a argumenty podporují cílovou formulaci. Co se k tomu nehodí – pryč s tím!
- Seznámit se s principy a zásadami zpracovávání obsahu a formy prezentace
- Uvědomit si jak posluchač vnímá a zpracovává informace, co si pamatuje
- Pochopit jakými prostředky lze zaujmout, přesvědčit posluchače a udržet jejich pozornost
- Seznámit se s argumentačními prostředky a pravidly účinné argumentace
- Seznámit se se zásadami pro přípravu pomůcek a formami doladění prezentace

Motto:

*„Kdybych měl osm hodin na pokácení stromu, strávil bych šest hodin broušením sekery.“*

(A. Lincoln)

*„Neexistuje příznivý vítr pro toho, kdo neví, kam pluje.“*

(Seneca)

Účel prezentace

- čeho chceme dosáhnout
- co očekáváme od posluchačů

Níže je uvedeno několik základních poznámek, které by měl každý dobrý prezentující detailně vyřešit:

- Jen ten, kdo zná svůj cíl, může s ním sladit své argumenty a strukturu své prezentace.
- Je vhodné zohlednit zařazení přednášky do celku – samostatná, součást cyklu, výuky.
- Zohledňujeme množství posluchačů – široké auditorium, komornější prostředí a dle toho volíme styl projevu.
- Zvládnutí materiálu k přípravě prezentace.
- Smyslem není zahltit druhé množstvím informací, materiál je nutno protřídit, ale ani příliš stručná prezentace není dobrá, je třeba vědět mnohem víc, než řekneme v projevu.
- Časové rozvržení vlastního tématu, dle celkového času pro prezentaci.
- Komu je téma určeno.
- Čím pro ně bude užitečné, s jakými zkušenostmi, problémy a zájmy posluchači přicházejí.

### **Analýza posluchačů**

Druhým krokem, který předchází úvahám o obsahu naší prezentace, druhou směřovkou na naší cestě je analýza. Analýza posluchačů a situace, vyhodnocení podmínek, ve kterých prezentace bude probíhat.

Kdo jsou ti, kdo mne budou poslouchat? Pokud si neodpovíme na tuto otázku, nemůžeme zodpovědně začít s přípravou prezentace. Ne vždy můžeme dát na tuto otázku naprosto přesnou odpověď. Ne vždy známe osobně ty, ke kterým budeme mluvit. Většinou ale známe alespoň základní charakteristiky svých posluchačů. Jsou to odborníci, nebo laici, jsou to řídicí pracovníci nebo specialisté, jsou to začátečníci nebo zkušení v oboru, jsou mladí nebo starší, jen ženy nebo jen muži? Co o tématu asi vědí a co očekávají, co je bude zajímat? Jinak budeme prezentovat svůj podnik při náboru studentů na vysoké škole a jiné argumenty budeme používat, budeme-li chtít získat staršího odborníka nebo specialistu.

Kromě sociálního složení svého publika zvažujeme také jejich „psychologické nastavení“ k danému tématu a kulturní zázemí. Co to znamená? Psychologické nastavení znamená míru ochoty posluchačů naslouchat vám a vašemu tématu, míru v jaké jsou ochotni téma přijmout nebo zda jej odmítají.

Při analýze kulturního zázemí zvažujeme postoje a hodnoty kulturně odlišného publika, což je stále více a více realita, se kterou budeme pracovat a ve které budeme žít. Při vašem projevu bude publikum, ve kterém budou například také Američané, zřejmě rozpačitě reagovat na vtipy o „ženském mozku“, přestože v publiku budou jen muži. Vědět zda posluchači jsou tématu nakloněni nebo naopak je velmi důležité zejména tam, kde je cílem prezentace přesvědčit.

### **Uspořádání materiálů**



Kromě struktury úvodu, hlavní statě a závěru pomáhá k pochopení posluchačům také vnitřní uspořádání tématu, pro které můžeme použít následující vzory:

**Časový vzor** – uspořádání podle času nebo časového vztahu je oblíbeným vzorem u informativní prezentace, kdy začneme minulostí přes přítomnost do budoucnosti, nebo naopak. Většina historických témat je uspořádána takto.

**Prostorový vzor** je také vhodný u informativního projevu a můžeme s jeho pomocí popsat služební cestu, dovolenou, strukturu firmy nebo konstrukci automobilu. („Naše expedice začala v Itálii, druhou zastávkou bylo Řecko a třetím místem by Kypr.“)

**Tematický vzor** rozděluje naši prezentaci do podtémat a celků. Budu-li mluvit o kultuře, podtématy mohou být literatura, hudba, film, divadlo a další.

**Vzor problém** – řešení je častým vzorem tam, kde chceme své posluchače přesvědčit, motivovat. Budu-li chtít přesvědčit své posluchače v poslaneckých lavicích, že by měli přidat na platech například učitelům základních škol, budu v první části konfrontovat posluchače s problémy, které v základním školství existují, jako je například feminizace školství, nedostatek mužských vzorů, únik kvalifikovaných a kvalitních učitelů ze školství, nízké hodnocení profese. Ve druhé části budu navrhopvat řešení situace včetně zvýšení platů a dokládat své návrhy argumenty.

Motivované pořadí je vzor vhodný jak pro informativní, tak pro přesvědčující prezentaci a skládá se z pěti kroků: 1. pozornost, 2. potřeba, 3. spokojenost 4. vizualizace a 5. činnost.

První krok znamená přimět publikum, aby nám věnovalo pozornost, aby doslova dychtilo po tom, slyšet, co říkáme. Označení tohoto zaujetí bývá Ice break, Bombónek, Bombička.

Druhý krok vede posluchače k přesvědčení, že existuje potřeba, že by se něco měli naučit, udělat, něco by se mělo stát – teď nebo v budoucnosti. Například potřebu pojištění budeme ilustrovat statistikami, příklady, grafy a zaměříme se na to, jak by mohlo pojištění ovlivnit naši cílovou skupinu posluchačů, jejich finanční, profesní ale i individuální cíle a kvalitu života.

Spokojenost je krokem, ve kterém prezentujeme řešení toho, co jsme doložili v předchozím bodě, ukazujeme na příkladech, jak to uspokojí jejich potřebu.

Vizualizace posiluje pocity a důvěru posluchačů, umožňuje jim představit si, co bude, když například pojištění mít budou, nebo naopak, jaké negativní situace mohou nastat, pokud pojištění nebudou.

Pátým krokem poskytujeme posluchačům návod - co by měli dělat aby (zůstaneme-li u našeho příkladu) „ pojištění“ získali. Zatímco u informativního projevu stačí první tři kroky a naši posluchači jsou spokojeni, při přesvědčující prezentaci jsou minimálně vizualizace, nejlépe však i návod k činnosti nezbytné.

## Struktura prezentace

Každá prezentace musí postupovat racionální cestou, aby se prezentující i každý posluchač dokázal kdykoliv v průběhu prezentace zorientovat, ve které části prezentace se nachází.

Doporučené schéma prezentace může být následující:

1. P – O – P (pozdrav, oslovení, představení)
2. Téma x cíl prezentace
3. ICE BREAK (prolomení ledů, zaujetí)
4. „Proč právě já....?“
5. Struktura prezentace a především umístění diskuse (v průběhu, po hlavní části prezentace, ...)
6. TELL, TELL, TELL
  1. „Řekni, co řekneš.“
  2. „Řekni to....“
  3. „Řekni, co jsi řekl.“
7. Diskuse
8. S – U – P (shrnutí, uzavření, pozdrav)