

# Úspěšné vystoupení na veřejnosti - prezentace

## Motto

**Řečník totiž musí mít obsáhlou znalost přemnohých věcí, bez které hlasitost výrazu je prázdná a směšná.**

*Cicero*

## Klíčová slova

**Příprava prezentace – rozhodnutí o účelu prezentace, promyšlení tématu prezentace, sbírání podkladů, posouzení psychologické stránky prezentace, nácvik prezentace. Vlastní provedení projevu – organizování projevu, neverbální a paralingvistické složky přednesu, audiovizuální pomůcky.**

## I. Příprava prezentace

### 1. Rozhodnutí o účelu prezentace

Dnes významně roste role prezentace ve vnějších vztazích – v oblastech odborných, obchodních, marketingového výzkumu, reklamy i v mezinárodních vztazích.

Prezentace je každá aktivní interakce, každé chování, kterým jedinec působí na ostatní členy společnosti.

Když máme o něčem hovořit, mělo by to vycházet z nás samých. Měli bychom hovořit o věcech, které nás zajímají, k nimž máme vztah, s nimiž máme zkušenosti, prožili jsme je a známe je.

Je důležité si uvědomit, čeho chceme dosáhnout, co očekáváme od posluchačů. Naše prezentace by měla být pochopitelná, zapamatovatelná a přesvědčivá. Je nezbytné stimulovat posluchače, aby o věcech přemýšleli, někdy je vyzvat k pomoci, jindy zase ovlivňovat, aby přejali postoje naše.

Vždy jasně vymezíme, v podobě přesně formulované věty, o čem chceme publikum informovat nebo přesvědčit.

Je vhodné seznámit se přímo s konkrétním místem, zda posluchači budou sedět, anebo stát, zda a v jaké míře lze použít audiovizuální pomůcky.

### 2. Promyšlení tématu prezentace

Před prezentací je nutno zvládnout veškeré materiály k připravovanému tématu. Nejen je shromažďovat, ale také o nich přemýšlet. Uvědomit si, že smyslem prezentace není zahltnout posluchače množstvím informací; to může vést jedině k tomu, že jsou zmateni, že přestanou vnímat. Materiál je nutno protřídit.

Základním předpokladem zajímavosti projevu pro publikum je vhodnost tématu. Jak si můžeme ověřit, že téma posluchače upoutá? Tím, že si odpovíme na tyto otázky:

- Jaké je složení publika? Důležité je vědět, co o tématu posluchači už vědí a jaké k němu mají postoje. Je potřeba v této souvislosti odhadnout, čím publikum upoutat, jakými prostředky udržet pozornost.
- Jsou naše znalosti tématu dostatečně rozsáhlé a detailní?
- Má proslov charakter běžné prezentace anebo je to intelektuální projev?
- Je proslov zaměřen na lidské potřeby a přání?

Důležité je časové rozvržení vlastního tématu. Musíme si také ujasnit, zda chceme publikum pouze informovat, anebo je o něčem přesvědčit.

### 3. Sbíráání podkladů

Když chceme přednést nějakou přednášku, musíme k tomu účelu získat co nejvíce *adekvátních pramenů*. Získané materiály je třeba nejen shromažďovat, ale také tematicky třídit. Nezbytné je shromažďování zejména nejnovějších, aktuálních materiálů. Nejvhodnější zdroje jsou:

- vlastní zkušenost a pozorování
- rozhovory, osobní výpovědi, názorová hladina, postoje k určité akci
- knihy, časopisy a noviny
- internet

Je účelné si připravit i podpůrné materiály, jako jsou obrázky, schémata, grafy, fólie a samozřejmě k tomu i náležitě audiovizuální pomůcky. Obsah můžeme zpestřit i vhodnými citacemi.

### 4. Posouzení psychologické stránky prezentace

Ten, kdo prezentuje před posluchači, by měl pamatovat na to, aby ho aktivně poslouchali. Další důležitou věcí je přinutit posluchače, aby si to, o čem je řeč, zapamatovali. K tomu je dobré využít i *názorové prezentační pomůcky* – fólie, grafy, vyobrazení, filmy.

Důležité je pamatovat si, že první dojem ovlivní nejvýraznějším způsobem to, jak budou posluchači vnímat dále.

Přednášející by měl vytvořit *dobrou atmosféru* mezi sebou a posluchači, získat si jejich sympatie, udržovat jejich pozornost koncentrovanou / někdy humorem, někdy otázkami v podobě výzvy /, udržovat kontakt s posluchači.

Materiál by měl být pokud možno co nejvíce rozmanitý, abychom mohli v situacích, kdy pozornost začne váznout, znovu posluchače zaujmout něčím novým, barvitým, zajímavým,

### 5. Nácvik prezentace

Nácvik prezentace je vhodný nejen pro zvýšení pravděpodobnosti úspěchu, ale i pro zvýšení sebevědomí.

Při přípravě proslovu je třeba rozlišovat hlavní myšlenky a to, co je rozvíjí.

Stanovme si cíl z hlediska výsledku, kterého chceme u posluchačů dosáhnout. Při informativní řeči je žádoucím výsledkem, aby si posluchači zapamatovali nějaké informace. U přesvědčovacího projevu by měl řečník chtít, aby posluchači zaujali určité postoje, případně, aby chtěli něco vykonat. Hlavní cíl by měl mít podobu jedné myšlenky, *myšlenky generální*.

Pokud se nám podaří sestavit osnovu, formulujme každý bod do celé věty. Celé věty nám pomohou při asociacích, při vymýšlení nových myšlenek a při dopracování detailní výstavby. Počet bodů osnovy by neměl přesahovat čtyři až pět.

## II. Vlastní provedení projevu

Dobrý projev je uspokojením pro mluvčího i pro posluchače. Svůj projev chápeme tak, že jsem tady, abych řekl posluchačům něco důležitého, a že jsem schopen říct to tím nejlepším možným způsobem. To předpokládá určitou odpovědnost a zaujatost. Když má řečník obavy ze svého projevu, měl by se na projev připravovat, pracovat na něm, zkoušet si jej, pak se dovede mnohem lépe koncentrovat.

Je vhodné personifikovat si anonymní auditorium, myslet na posluchače jako na jednotlivce spíše než na skupinu lidí.

# 1. Organizování projevu

Celý projev by měl začít představením. V *úvodu* řečník zpravidla uvádí, o čem bude hovořit. Mluvčí musí umět nejen získat, ale také udržet pozornost auditoria. Možnosti, jak upoutat pozornost:

- v úvodu je možno uvést vtip nebo něco humorného, začít průpovídkou, zajímavou mašlenkou, citátem, osobními zkušenostmi
- je možno poukázat na zvláštní příležitost, ke které se daný den, proslov nebo událost vztahuje
- je možno vyzvednout význam tematiky pro posluchače
- můžeme uvést i překvapivé informace, které posluchače zaujmou
- použijte otázky směrem k obecenstvu, zaujatost se zvýší

V projevu je často třeba přejít od jednoho bodu k druhému, vyjádřit, kde jsem byl a kam směřuji. Takové přechody by měly být nenásilné, navazující.

*Závěr* projevu by posluchači měli vyrozumět z toho, jak hovoříme. Už není vhodné říkat nové myšlenky, spíše je třeba vyzvednout podstatu a celé téma shrnout, zrekapitulovat, zhodnotit.

Dodržujeme *pravidelné pauzy*, aby si posluchači mohli odpočinout a opět koncentrovat pozornost. Pauzy mají svůj smysl jako znamení oddělování jedné myšlenky od druhé, zesílení důrazu, nabádání k přemýšlení. Je vhodné je dělat po každé hlavní části, po zvláště obtížných pasážích, po významných myšlenkách a pojmech, po důležitém prohlášení. Projev by měl být stručný a přesný, pokud možno názorný.

Přednes může mít různou podobu:

- přednes bez přípravy
- přednes z psaného textu
- přednes z paměti
- improvizovaný přednes, řečník jednotlivé body spontánně rozvíjí

# 2. Neverbální a paralingvistické složky přednesu

Když máme něco přednášet před publikem, snažíme se vypadat co nejlépe. To psychicky posiluje samotného řečníka a zároveň to působí dobrým dojmem na posluchače. Oblečení by mělo být přiměřené společnosti posluchačů. Důležitá je *určitá míra elegance*. Nemít příliš nápadné, barevně křiklavé a rozptylující oblečení.

*Pohyb těla* přitahuje pozornost. Ten, kdo se více pohybuje, upoutá spíše pozornost než ten, kdo se nepohybuje vůbec. Pohyby mohou zdůraznit důležitá místa v projevu. Obecně platí, že pohyby mají souznít se slovy.

*Oční kontakt* se považuje za důležitou složku komunikace. Bez udržování očního kontaktu riskujeme, že budeme považováni za nečestné, nervózní nebo slabošské. Když posluchači vidí, že se řečník na ně dívá, jsou více koncentrováni na to, co říká.

*Mimika* je nejhůř ovladatelná vědomou cestou. Máme málo šancí vidět vlastní obličej při živé prezentaci, takže je těžké se dozvědět, jak svou mimikou působíme. Je vhodné si občas natočit videozáznam při prezentaci.

*Gestika* je dost často potlačována. Většina řečníků je ztuhlých, a pokud gesta používají, bývají to často gesta stereotypně se opakující a vyjádřeným myšlenkám nepřiléhavá. Je dobré si škálu gest rozšířit, uvědomit si, že jich můžeme používat více.

*Náš způsob sezení, stání nebo chození* hraje také důležitou roli. Jsou to signály posluchačům. Jsme-li při svém projevu přirozeně vzpřímení, působíme zdravě sebevědomě.

*Paralingvistické aspekty* si také musí řečník kontrolovat. Všimnout si, jaká je modulace jeho hlasu /porovnávat s hereckými projevy/. Nejvíce rušivě působí na posluchače nesebevědomý projev, špatná výslovnost a artiklace, příliš rychlá řeč, nedostatečná slovní zásoba, chudý verbální projev.

Svůj projev si procvičujeme před prázdnou místností. Také zkusíme svůj projev přednést svým dvěma nebo třem blízkým přátelům. Prezenci neodbyváme a nebojíme se kontaktu s publikem. Když něco řekneme, podíváme se na posluchače, přestaneme mluvit, všimáme si, jak reagují, zda poslouchají, a po chvíli zase pokračujeme.

### 3. Audiovizuální pomůcky

Audiovizuální pomůcky mají zdokonalit řeč, ne ji nahradit. Pokud je chceme použít, dáme si na jejich začlenění do projevu záležet. Vždy ale mluvíme k posluchačům, ne k vizuálním pomůckám.

Při projevu můžeme použít tyto audiovizuální pomůcky:

- video
- fólie
- zpětné projektory
- dataprojektor
- flipchart a bílá tabule

### Poselství na závěr

A věru není nic znamenitějšího než schopnost upoutat řečením davy lidí, získat si jejich srdce a jejich smýšlení.

*Marcus Tullius Cicero*

### Souhrn

**Kapitola se zabývá veřejným vystoupením, prezentací před publikem, pro kterou je většinou nezbytná příprava, promyšlení tématu, posouzení psychologických podmínek a případný nácvik. Specifickou formou prezentace je komunikování před publikem v podobě přednášky.**