

Sylabus k řízeným konzultacím – 2. část: **VEŘEJNÁ PREZENTACE A RÉTORIKA**

Záměr a cíl předmětu:

Předmět „Veřejná prezentace a rétorika“ je zaměřen na předání hlavních poznatků a utváření dovedností z oblasti komunikace, které jsou potřebné pro přípravu a provedení veřejné prezentace. Jedná se o znalosti týkající se tvorby struktury prezentace, jazykových, hlasových, neverbálních i vizuálních prostředků, které prezentaci tvoří či podporují. Cílem je vytvořit u posluchačů základ praktických prezentačních dovedností pro různé typy veřejného vystupování a iniciovat zájem posluchačů o upevnování a rozvíjení těchto dovedností. Posluchač je po absolvování semestru schopen sám koučovat další utváření svých prezentačních dovedností vhodným směrem.

Zápočet:

Osobní přednesení prezentace v rozsahu 5-6 minut. Tento časový rozsah je nutno dodržet, a proto si, prosím, prezentaci předem natrénujte. Po 6 minutách bude vystoupení ukončeno.

Prezentace může (ale nemusí) být doprovázena powerpointovými snímky, použitím flipchartu či tabule.

Téma prezentace student zvolí (a upřesní si kontext) sám v rámci z těchto okruhů:

- Návrh nového volitelného předmětu pro náš studijní obor a zdůvodnění jeho potřeby
- Můj pracovní (studijní) obor a zdůvodnění toho, proč by se mu měli věnovat i druzí lidé
- Zhodnocení vlastního osobního rozvoje v posledních 3 letech
- Seznámení spolupracovníků s dílčí změnou pracovního postupu
- Představení a zdůvodnění zvoleného tématu bakalářské práce

Upřesnění tématu je možné konzultovat s vyučujícím. Pokud má student zájem prezentovat na jiné téma, je nutno projednat a odsouhlasit konkrétní téma s vyučujícím. Rozsah a další podmínky prezentace však musí být i v tomto případě zachovány.

Obsah:

1. Veřejná prezentace jako jeden z typů komunikace a počátky rétoriky
 - 1.1. Prezentace v kontextu sociální komunikace
 - 1.2. Hlavní prvky veřejné prezentace
 - 1.3. Rétorika
2. Příprava prezentace I.
 - 2.1. Úvod - struktura přípravy prezentace
 - 2.2. Cíl prezentace
 - 2.3. Publikum - cílová skupina prezentace
 - 2.4. Typy prezentací
3. Příprava prezentace II.
 - 3.1. Struktura prezentace
 - 3.2. Vnímání a pozornost posluchačů
 - 3.3. Přesvědčování
4. Příprava prezentace III. - Vizuelní podpora prezentace
- 5. Zátěžové situace, související s prezentací - tréma, problematické otázky a obtížné publikum**
 - 5.1. Stres a tréma**
 - 5.2. Improvizované vystoupení**
 - 5.3. Zvládání obtížného publika a reagování na otázky**
- 6. Rétorika**
 - 6.1. Technika řeči**
 - 6.2. Jazykové prostředky mluveného projevu**
- 7. Image prezentujícího - osobní vystupování při prezentaci**
 - 7.1. Vystupování prezentujícího**
 - 7.2. Zevnějšek prezentujícího**
- 8. Mediální prezentace a další specifické typy veřejného vystupování**
 - 8.1. Média a kontakt s médii**
 - 8.2. Vystupování v médiích**
 - 8.3. Vybrané další druhy veřejných vystoupení**

5. Zátěžové situace související s prezentací - tréma, problematické otázky a obtížné publikum

Cíl:

Vzhledem k tomu, že s prakticky každým veřejným vystoupením je pro prezentujícího spojena určitá míra stresu, obsahuje kapitola informace, důležité pro pochopení toho jak stres a konkrétně tréma vznikají a jak je před a při veřejném vystoupení zvládnout. Studenti se v této kapitole rovněž seznámí s tím, jak reagovat na nečekané situace, které mohou při prezentaci nastat, jak zvládnout improvizované vystoupení a jak reagovat na standardní i méně příjemné otázky publika.

Výkladový materiál:

5.1. Stres a tréma

Stres

Snad nejjednodušší definicí stresu je **zátěž působící na organismus**.

Zátěž organismu vzniká tehdy, když na nás působí současně několik sil z různého směru. Člověk se pak ocitá tzv. pod tlakem.

Člověk často pracuje pod tlakem, který je v přijatelné míře normální nebo dokonce žádoucí jako motivační síla. Je-li však podnětů nadměrné množství a působí-li po delší dobu, začínají na organismus působit rušivě až škodlivě. Jistý druh stresu je prospěšný a žádoucí (mírná dávka stresu udržuje organismus v pohotovosti a zvyšuje jeho výkonnost). Jsou však typy stresu, které, zejména působí-li delší dobu, mohou poškodit organismus a být dokonce příčinou nemoci.

Stres se tedy stává rizikovým faktorem až ve chvíli, kdy zátěž, napětí a přetížení nejsou vystřídány potřebným uklidněním a uvolněním.

Stres nevyvolávají věci samy o sobě, záleží na tom, jakou váhu jim přiřkládáme.

Zátěž vyvolávají jak negativně, tak i pozitivně vnímané události a situace.

Stres se rozlišuje na:

Eustres - tzv. prospěšný stres. Takový stres poskytuje stimulaci a výzvu. Navozuje v nás pocit úspěchu a s tím spojený pocit uspokojení a naplnění.

Distres - tzv. škodlivý stres. Omezuje naši výkonnost, vnitřně nás vyčerpává a způsobuje, že se cítíme bezmocně a špatně. Může vyvolat frustraci až depresi. Je reakcí na určitý druh tlaku, ať už vnější nebo vnitřní.

Kdy je stres škodlivý?

Stres sám o sobě není škodlivý. Potřebujeme určitou dávku stresu, abychom se cítili dobře. Jednotvárný život nebo práce „stresuje“ jiným způsobem, ovšem s podobným výsledkem jako přeplněný pracovní kalendář, spěch a časový tlak.

Pokud všední den nenabízí dostatek podnětů nebo „stresorů“, pak si je většinou uměle vytváříme.

Zda jde o „škodlivý“, či „prospěšný“ stres, nezávisí ani tak na jeho povaze nebo intenzitě, jako spíše na naší reakci.

Zvládání stresu souvisí daleko více s naší myslí (prožíváním), než s tělem (s tím, jak reaguje váš organismus). Reakce těla na stres začíná v mysli, v mozku.

Stres a jeho zvládání souvisí s velice jednoduchým, ale důležitým faktem:

Mysl reaguje stejně na skutečné ohrožení jako na ohrožení zdánlivé. Jinými slovy to znamená, že to, jak vnímáte realitu, je stejně důležité, jako realita sama!!! Mozek nerozlišuje mezi skutečnými nebo vymyšlenými „stresory“.

To, co je pro jednoho člověka stresující, nemusí druhý člověk pociťovat jako zátěž. Každý člověk prožívá stres individuálním způsobem.

Tréma

Tréma je specifický druh stresu. Je to nepříjemný pocit napětí před vystoupením či jiným výkonem. De facto se jedná o přípravu a mobilizaci organismu. Se zahájením činnosti zpravidla tréma mizí.

Tréma, napětí a stres před vystoupením na veřejnosti jsou přirozené, právě proto, že nám záleží na tom, aby naši posluchači sdělení přijali a aby výsledek prezentace byl co nejlepší. Kdybychom byli lhostejní, nemohli bychom druhé lidi přesvědčit. Se zvládáním napětí a trémy bychom neměli začínat až v okamžiku, kdy nás přepadne, naopak její negativní účinky můžeme snížit předchozí důkladnou přípravou.

Účinné prostředky pro snižování trémy:

Před prezentací:

- identifikace projevů nervozity,
- sestavení si seznamu faktorů, které k vaší nervozitě přispívají,
- důkladná příprava,
- zařazení „rituálu“ (např. zkontrolování oděvu, upravení účesu, narovnání se, rozdýchání, odkašlání apod.),
- rozcvičení hlasu a mimiky,
- koncentrace.

V začátku prezentace:

- ukotvení se,
- uvědomělé dýchání,
- úsměv.

V průběhu prezentace:

- uvědomělé dýchání,
- hovořit pomaleji, správně artikulovat,
- pohyb v podobě gestikulace a chůze.

Zmírnění napětí:

Napětí, které vám během prezentace narůstá ve svalech, může mít na vaše tělo nežádoucí účinky:

- kazí postoj - svésíte ramena a vypadáte defenzivně,
- narušuje fungování hrtanu - v hlase se vám objeví ono známé chvění, které prozrazuje nervozitu.

Takové napětí je únavné samo o sobě a může odvést pozornost od žádoucího vyznění prezentace. Řada jednoduchých cvičení vám svalové napětí pomůže snížit a zároveň tak získáte větší kontrolu nad svým tělem. Přes svalové uvolnění pak dochází k uvolnění duševnímu a naopak. Vhodné jsou např. různé protahovací cviky a tzv. izometrické cviky (pracují se střídáním napětí a uvolnění).

Cvičení:

Uvolnění šíje:

Spojte ruce v týle, lokty držte vzad, a co nejvíce zatlačte hlavou proti rukám. Setrvejte tak asi 10 sekund, potom uvolněte a opakujte cvik znovu.

Střídavý stisk ruky:

Toto jednoduché cvičení lze provádět téměř kdekoliv a kdykoliv. Sevřete v ruce gumový míček (nebo dlaň v pěst jen tak) a opět uvolněte. Opakujte několikrát.

Protážení těla vsedě:

Posadte se vzpřímeně, spojte ruce pod kolenem (na holeni) pravé nohy a koleno přitáhněte k hrudníku. Skloňte hlavu a vydržte v této poloze asi 10 sekund.

Opakujte třikrát s každou nohou.

Protážení páteře:

K uvolnění napětí v páteři a v ramenou sevřete zadní část židle pravou rukou a otočte se, abyste mohli uchopit pravou stranu židle levou rukou. Boky, nohy a chodidla zůstávají obráceny vpřed. Podívejte se přes levé rameno.

Vydržte asi 10 vteřin a potom cvik opakujte na druhou stranu.

Tímto cvičením se můžete odreagovat aktuální trému anebo strávíte-li protahováním těla několik minut denně, zabráníte vzniku svalového napětí a z něho plynoucích stavů, jako jsou bolesti hlavy, zátylku a zad.

Pamatujte si:

- Tréma může vaší prezentaci dodat zvláštní pozitivní energii. Není tedy pouze negativní.
- Posluchače více zajímá, co říkáte, než jak se cítíte. Posluchači nečekají apriori na vaše selhání.
- Vaše nadšení vám pomůže získat posluchače na svoji stranu.
- Rituál a protahovací cvičení vám pomohou před začátkem prezentace zmírnit trému a uvolnit napětí.
- Každá další prezentace pro vás znamená příležitost ke zdokonalení vašich prezentačních a komunikačních dovedností.

Doporučení ke zvládnání trémy:

- Dobře se připravte. Prvním předpokladem pro dosažení jistoty je správný obsah a příprava vystoupení.
- Uvolněte se. Dobře se vyspěte a nepřipravujte se do poslední chvíle.
- Nepřetěžujte žaludek. Je-li člověk příliš najezený, sklouzává k pasivitě a obtížně se koncentruje na výkon.
- Autosugesce je povolena. Řekněte si: „To, co chci posluchačům sdělit je důležité a umím to zajímavě přednést.“
- Pokud to lze, přijďte do místnosti, ve které se akce pořádá dříve, a prohlédněte si místnost. Postavte se např. dopředu na pódium a mluvte hlasitě směrem do místnosti. Pak si představte, jak před sebou vidíte jednotlivé osoby.
- Několikrát se zhluboka nadechněte, zkontrolujte váš postoj, a pak se do toho pusťte. Začněte gestikulovat (pomůže to odplavit nervozitu) a navažte kontakt s publikem.
- Na začátku hovořte výrazně pomalu.
- Volte přirozený způsob vyjadřování. Strojený nebo přehnaný způsob vyjadřování nebude přijat. Budte sami sebou.
- Vyhledávejte kontakt a zpětnou vazbu u svých posluchačů.
- Při prezentacích v plénu si zvolte už před začátkem své řeči jednu osobu v první nebo poslední řadě a cíleně ji oslovte (pohledem). Zvolte si pevný bod trochu výše nad osobami v poslední řadě a hovořte k tomuto bodu. To vám pomůže soustředit se na věc.
- Stále hledejte příležitosti k procvičování: při malých soukromých oslavách, při drobných úkolech spojených s mluveným slovem apod.

5.2. Improvizované vystoupení

Improvizace je schopnost mobilizovat myšlenky, převést je do řeči a vhodnou formou je vyjádřit.

Improvizovat lze úspěšně zhruba z 30%, pokud je improvizace ve vystoupení více, obvykle nedopadá dobře.

S improvizací souvisí:

- kreativita,
- fantazie,
- velmi dobrá verbalizace,
- zkušenost.

Doporučení před improvizací:

- nikdy se publiku neomlouvejte za to, že nejste dostatečně připraveni (svádí to ke zneužití a negativním reakcím, byť by to jinak posluchači pravděpodobně ani nepoznali),
- trénujte improvizaci, zkuste si formulovat své vlastní odpovědi, např. při poslechu rozhlasové či televizní besedy,
- představte si potenciální možnosti, které mohou nastat,
- na improvizaci se předem připravte (rozmluvení, rozdýchání se, nácvik reakce na „nadhozenou“ otázku),
- výhodou časté improvizace je, že se naučíte reagovat rychle a s nadhledem,
- konstrukce vystoupení by měla být přehledná, strukturovaná, z krátkých vět,
- myslíte i na svoji neverbální komunikaci.

5.3. Zvládání obtížného publika a reagování na otázky

V rámci prezentace dochází často k výměně názorů, vznášení námitek, kladení dotazů a diskuzi. Při reagování na otázky či námítky posluchačů by naše reakce měly být stručné, srozumitelné a výstižné. I v případě nesouhlasu je důležité reagovat diplomaticky. I námitka je otázkou, k níž lze mít různé odpovědi a názory. Není vhodné příliš energicky zamítnat názor posluchačů nebo jej jakýmkoliv způsobem znevažovat. Zkušenost každého z nás může být jiná, je důležité mít k ní vzájemně respekt. Nevyvracejte názor druhého hned, vyhněte se konfrontaci.

Správná odpověď na námitku vyžaduje její přesné pochopení a především pochopení účelu, který je námitkou sledován.

Obvykle se zařazuje blok otázek a diskuse až po prezentaci, jinak by bylo vaše vystoupení roztržité. Informujte dopředu posluchače o tom, že otázky budou v závěru prezentace. Vyzvete-li k otázkám, pak je potřebné na všechny reagovat, případně reakci přislíbit následně mailem. Je-li otázek příliš mnoho, vyhleďte poslední

3 otázky. Je-li otázek málo, můžete začít diskusi „obvyklou/nejčastější/kuriozní otázkou“, případně otázkou položenou písemně (pokud taková možnost pro posluchače byla).

Nepropadejte nervozitě, když po výzvě k položení otázek je ticho. Publikum musí nejprve uvážit, na co se chce zeptat, pak své otázky zformulovat, odvážit se je položit a pak teprve otázku vysloví. Chceme-li opravdu vyvolat diskusi posluchačů, udržujme s nimi oční kontakt a položme otevřenou otázku, tzn. takovou, na kterou není pouze odpověď „ano“ či „ne“.

Někdy je potřeba počítat i s otázkami, které se ptají na to, co již bylo řečeno, buď proto, že tazatel nedával pozor nebo proto, že se chce „ukázat“. Zde stačí odpovědět stručně a jinými slovy než v předchozím výkladu. Nedávejme tazateli najevo, že „o tom se tu už mluvilo“. Obecně platí, že žádnou otázku (tazatele) bychom neměli devalvovat a používat při práci s ní ironii. Nejsou hloupé otázky, jsou jen hloupé odpovědi.

Reagování na otázky:

- přistupujte k otázkám pozitivně (zpravidla jsou vedeny zájmem, ne snahou vás nachytat)
- pozorně vyslechněte
- ověřte si, zda správně rozumíte podstatě otázky, případně tazatele pochvalte či poděkujte
- zodpovědět, posunout, diskutovat
- ověřit si zda odpověď byla přijata

Problematické otázky

Problematickou otázkou může být:

- otázka útočná,
- otázka, na kterou nemůžeme znát odpověď,
- příliš intimní otázka,
- otázka, která vychází z klamných předpokladů
- otázka, která otázkou není, ale tazající ji pojal jako svou vlastní exhibici a výklad problému apod.

Cílem způsobů reagování na tyto otázky (kterými se budeme dále zabývat) je:

- vytvoření pomůcky, která usnadní přechod od nepříjemných otázek k oblastem, o kterých chceme mluvit,
- sociální "otužení se", abychom snadno neupadali do rozpaků, agrese, prázdné demagogie či dokonce do zmatku,
- nalezení takových postupů a odpovědí, které tazatele neurazí a zároveň nám získají sympatie ostatních posluchačů,
- i při ostrých otázkách zůstat v pozitivním rámci, tj. být slušný a konstruktivní.

Reagování na problematické otázky:

Provokativní, ironická otázka

Snažme se i u nepříjemné otázky najít shodu s:

- názorem tazatele, nebo alespoň s částí tohoto názoru
- připustíme, že se věc může jevit tak, jak ji vidí on

nebo alespoň to

- že má právo to takto vidět

Netýká-li se otázka diskutované problematiky / otázka se na nic neptá, tazatel se chce ukázat

- ocenit zajímavost, užitečnost otázky a problematiky, ale odkázat na to, že téma diskuse je dnes jiné

Otázka je příliš dlouhá

- vybereme si z otázky to, na co chceme odpovědět
- zeptáme se tazatele, které z témat obsažených v otázce považuje za nejpodstatnější

Neznám-li odpověď (nevím)

- pokud odpověď neznáme, je lepší to přiznat, než si vymýšlet či vylouvat se. Je možné odpověď tazateli zjistit a poslat nebo odkázat na jiný zdroj.

Reagování na útočné otázky:

Zklidňující taktiky:

- zopakování podstaty či plného znění otázky = slouží k získání času a zklidnění,
- dotázání se, zda jde skutečně o otázku nebo pouze o tvrzení s otazníkem, na kterou tazatel skutečnou odpověď nehledá,
- zjištění, co tazatel ve své otázce považuje za nejdůležitější, případně si vybrat pro svoji odpověď tu část věty, na kterou se vám bude nejlépe odpovídat,
- odpovědět otázkou „A co byste rád slyšel?“ = dotyčný často naznačí, kterým směrem by se měla odpověď ubírat,
- využití překlenovacích frází, např.:
 - „odpovídat na tuto otázku by bylo předčasné“
 - „to je hypotetická otázka a ta do této prezentace nepatří“
 - „zatím nejsou dostupné aktuální materiály“

Přechody pomocí rozkladu problému:

- zrelativizování problému = jeho zasazení do jiného, vhodnějšího kontextu,
- poukázání na skutečnost, že pro složité problémy většinou neexistují jednoduchá řešení,
- rozložení otázky na jednotlivé aspekty, tzn. nahlédnutí na otázku z různých hledisek.

Emocionálně zaměřené reakce:

- osobní vyznání,
- krátká reflektující úvaha (např. „Předpokládám váš konstruktivní přístup ...“),
- mírný protiútok,
- odmítnutí – v případě skutečně ostré otázky

Lze rovněž poukázat na to, že řada otázek je prostě nezodpověditelná. V některých případech je možné dát i absurdní a humornou odpověď.

Doporučení pro diskusi s posluchači:

- vyzývejte přítomné ke kladení otázek – používejte otevřené otázky a svůj zájem o otázky publika dejte najevo i neverbálně (pohledem),
- zdůrazňujte to, z čeho mohou mít posluchači užitek,
- přistupujte ke všemu jako k otázce (i k námitkám),
- poznamenávejte si otázky a námitky,
- oslovujte jménem, kde je to možné, využívejte gestikulaci,
- po složitých otázkách si nechte více času na rozmyšlenou,
- zabraňte tomu, aby se diskuze změnila v polemiku nebo osobní výměnu názorů. Diskuse by měla být věcná, ne osobní,
- zjednodušujte, zdůrazňujte podstatné,
- vyjadřujte se věcně,
- argumentujte logicky i emocionálně.

Zátěžové, nečekané situace a „pohromy“ při prezentaci

Pokud taková situace nastane (porouchá se technika, rozsypou se podklady, vylije se káva na prezentační folie, přerěknete se) - nevadí, nepropadejte panice. Stručně zkonstatujte, co se stalo a pokračujte, třeba i bez techniky. Někdy se hodí technika náhradní, tzn. místo dataprojektoru flipchart či tabule. Kdo nepodcenil přípravu na prezentaci, obejde se zpravidla i bez snímků a obrázků. Někdy se hodí převést nastalou situaci v žert, přispěje to uvolnění atmosféry.

Může se stát, že zapomenete osnovu či postup své prezentace. Pokračujte a pomocí snímků či malé odbočky se dozajista brzy opět do tématu vrátíte. Nikdo neví, co a v jakém přesně sledu jste chtěli říct, je proto zbytečné stresovat se dílčím výpadkem paměti.

Omlouvejte se stručně a jen tam, kde je to na místě. Nevhodné je to např. v případě, že při prezentaci zastupuji, že mám málo zkušeností, že ještě ráno technika fungovala a nyní už ne ... Přijatelná omluva je např. za náhlou hlasovou indispozici.

Obtížní posluchači mohou být buď takoví, kteří se buď baví mezi sebou, odbíhají telefonovat, píšou si do telefonu či notebooku nebo kladou provokativní či útočné otázky mimo prostor vymezený na diskusi.

V první fázi je vhodné vyrušování ignorovat a nebrat si jej osobně. Prezentátor může těžko konfrontaci vyhrát. Pro upoutání pozornosti můžete využít různé mobilizátory pozornosti (viz předchozí kapitoly). Je možné i vyrušující vyzvat k otevřenému projevu, položení otázky, zveřejnění diskuse, kterou vedou. Někdy lze i požádat o vyjádření zbytek publika, např. dotazem, zda jej zajímá stejná problematika nebo zda se chtějí dozvědět něco o ... /vašem tématu/.

Shrnutí:

Tréma je před vystoupením a v jeho počátku normálním jevem, který svědčí o pozitivní motivaci vystupujícího podat co nejlepší výkon. Její negativní účinky lze snížit dobrou přípravou, rozdýcháním, rozmluvením, provedením koncentračního rituálu, případně cvičeními pro odstranění svalového napětí. Pokud musíme vystupovat improvizovaně, pomáhá zapojení publika pomocí otázek, volné tempo řeči a krátké věty. Každý prezentátor by měl mít připravenou obecnou strukturu úvodu a závěru své prezentace, které může v takové situaci uzpůsobit.

Prostor pro otázky je vhodné vyčlenit na konci prezentace. Ke každé otázce přistupujme pozitivně, neberme ji jako osobní útok a respektujme tazatele. Standardní otázky odpovídáme věcně, přehledně, krátkými větami a snažíme se zaangažovat posluchače. Při otázce, která je nepříjemná a zaskočí nás, je potřebné získat čas na promyšlení odpovědi, případně otupit ostrost otázky. Můžeme tak učinit jejím zopakováním, či zdůrazněním její nejvýznamnější části. Otázku je možné rovněž zasadit do jiného kontextu. Ať už publikum klade jakékoliv otázky, vyrušuje či nemá zájem o prezentaci, není radno dovést situaci ke konfrontaci.

Nastane-li při prezentaci porucha technického charakteru, není třeba se dlouze omlouvat, stačí popsat stav věci a prezentovat dále s využitím dostupných prostředků a především své osobnosti.

Doporučená literatura:

HOSPODÁŘOVÁ, I.: Veřejná prezentace. Praha, EXPERTIS, 1997 (kapitola 3.2.1., 3.2.3. až 3.2.5.

HIERHOLD, E.: Rétorika a prezentace. Praha, GRADA 2005. (kapitola 34 - 36)

6. Rétorika - jazykové a hlasové prostředky

Cíl:

Po prostudování kapitoly dostane student základní návod k tomu jak kultivovat své vyjadřování a jak oživit svůj projev v dialogu i při prezentaci. Kapitola dává rovněž základní doporučení k tomu jak zdokonalovat hlasovou techniku, aby byl mluvený projev srozumitelný, členěný a znělý.

Výkladový materiál:

6.1. Technika řeči

Jedním z předpokladů kvalitního mluveného projevu je znalost alespoň základních zásad správné techniky řeči, kterou rozumíme **uvědomělé a správné ovládnutí** těchto **orgánů, které se na tvorbě řeči podílejí**.

Jak vzniká hlas? Předpokladem je zdravý hrtan a volné nadhrtanové rezonanční dutiny (hrdelní, ústní a nosní).

Chceme-li vydat zvuk, hlasivky (hlasivkové vazy) se sblíží a současně napnou. V prostoru pod nimi tak vznikne přetlak a výdechový proud překoná pružnost hlasivek a hlasivky se ve střední části oddálí. Tímto rozevíráním a zavíráním hlasivkové štěrby se vytváří periodické vlnění vzdušného sloupce. Tak vzniká primární tón. Když tento projde souborem středních rezonančních dutin, získává sílu, výšku a barvu a stává se hlasem. Artikulační orgány (jazyk, spodní čelist, tvrdé a měkké patro, rty a zuby) pak dokáží proměnit tóny na hlásky (slabiky, slova a věty).

Ke srozumitelnosti a kultivovanosti mluveného projevu nestačí pouze spisovná výslovnost, ale je zapotřebí také správné dýchání, práce s hlasem, přesná a pečlivá artikulace. Také členěním řeči a zvukovými obměnami můžeme dokreslit obsah projevu či vyjádřit osobní zaujetí tématem.

Profesionální hlasová technika vyžaduje dlouhodobý trénink, ale některé zásady je každý z nás schopen do určité míry sám u sebe uhlídat.

- **správné dýchání**

Správné dýchání je základem jistoty a sebeovládání při komunikaci a je zároveň i účinným prostředkem k potlačování trémy. Obyčejné dýchání a dýchání při mluveném projevu je něco docela jiného. Je třeba dýchat tak, abychom po několika minutách svého projevu nelapali po dechu. Než promluvíme, je potřeba se zhluboka nadechnout do bránice, začínáme mluvit s výdechem a dále v logických pauzách pouze neslyšně přidechujeme. Pokud máme potíže s dýcháním, můžeme si namalovat do textu znaménka tam, kde se budeme nadechovat. Při delším projevu se tak vyvarujeme toho, že naše řeč bude trhaná a s delšími pauzami pro nadechnutí. Pro správné dýchání je důležitý i vzpřímený postoj, při němž není stlačen hrudník.

- **přesná artikulace**

Přesně artikulovat znamená pečlivě, nikoliv nepřírozeně křečovitě, vyslovovat hlásky a celá slova. Existují určitá nebezpečí správné výslovnosti, např. používání dialektů, či naše vlastní pohodlnost, respektive lenost rtů, čelisti a jazyka. Čím více budeme o správné výslovnosti vědět, tím snadněji ji budeme používat v běžném mluveném projevu a tím přirozeněji pak také bude znít. Přesná artikulace umožňuje kompenzovat nedostatečnou hlasovou sílu a mluvčí tak může zvládnout mnohem větší prostor. Správná mluva je nejen naším vysvědčením, ale i vyjádřením úcty k posluchačům.

Před vystoupením je vhodné svá mluvidla rozcvičit a rozhýbat. Slouží k tomu různá cvičení na rozhýbání mimiky a rtů a také různá cvičení na rozmluvení.

- **intonace**

Intonace (melodie řeči) je dalším významným prostředkem řeči. Intonací rozumíme střídání výšky hlasu při mluvené řeči. Slouží k vyjádření a zvýraznění jak věcného obsahu sdělovaného, tak k vyjádření citového a emocionálního zaujetí k obsahu mluveného projevu. Chybou je, pokud do hlasového projevu pronikají emoce, které profesionální přístup nedovolí vyjádřit verbálně – například znechucení, opovržení, podráždění apod. Jako příjemnější obvykle vnímáme hlas níže posazený nebo naladěný do hlubšího tónu.

- **modulace**

Souvislou řeč nepronášíme stále stejnou výškou ani stejnou silou, nýbrž ji modulujeme (obměňujeme, upravujeme a zvýrazňujeme), čímž lépe udržíme pozornost posluchačů. Modulace se projevuje intonací (tónovou výškou), dynamikou, barvou hlasu, mluvním tempem (rychlostí řeči). Při vystoupení se snažme mluvit hlasitěji (ale i pomaleji) než nám připadá přirozené, dodává to našemu projevu znělost, ale i rozhodnost a věrohodnost.

- **frázování**

Frázování je prostředkem logického členění promluvy prostřednictvím rytmu a pauz. Takto každou delší větu členíme na menší větné úseky tak, abychom od sebe neoddělovali to, co k sobě významově patří. Vyprávění a vysvětlování, na rozdíl od pouhého odříkávání tématu, samo o sobě pomůže projev rozčlenit. Členění na kratší nebo delší úseky závisí do jisté míry na osobních zvyklostech mluvčího a na jeho mluvním tempu.

- **slovní a větný přízvuk**

Každý jazyk má svůj zvláštní rytmus, (holandština nám připadá poněkud chrčivá, italština zpěvná, arabština úsečná). Čeština má samozřejmě také svůj rytmus – určité zvukové prvky, které se opakují. Základním článkem jazykového rytmu je v každém jazyce slovní přízvuk. Čeština je jazykem rytmizovaným.

Rytmus řeči je podmíněn kladením slovního přízvuku. Jím se rozumí zesílení či zvukové zvýraznění. Čeština má přízvuk vždy na první slabice slova či slovního spojení, u některých víceslabičných slov je i vedlejší přízvuk, a to na třetí, páté a pak každé liché slabice. Přízvuk rovněž sjednocuje slabiky, slova a slovní spojení v jeden celek a dává tak mluvě vnitřní rytmus.

6.2. Jazykové prostředky mluveného projevu

Pro dosažení účinného a srozumitelného verbálního projevu je třeba věnovat pozornost nejen jeho obsahu, stylistické stavbě a podání, ale také volbě vhodných slov. Měli bychom dbát na průběžné obohacování naší aktivní slovní zásoby, abychom některá slova neopakovali a naše řeč nebyla příliš jednotvárná. V profesionální sféře je vhodné vyjadřovat se přesně, s ohledem na účel, kterého chceme dosáhnout i na člověka, kterému je sdělení určeno.

Zastavme se u některých úskalí našeho vyjadřování:

- **cizí slova a výrazy:** při prezentaci, určené odborníkům o záležitostech z oboru není nutné úmyslně vyhledávat české výrazy pro vžitá cizí termíny, protože tyto výrazy jsou všem zřejmé a srozumitelné. Ve společnosti laiků bychom však měli používat české ekvivalenty, případně český výraz připojit za cizí slovo.
- **oblíbená slova:** téměř každý z nás má svá oblíbená slova, tj. slova, která užívá ve svém vyjadřování nadměrně často, aniž by využil možností synonym. Zároveň se můžeme setkat s tzv. slovní vatou - výplňovými slovy a frázemi (např. vlastně, třeba, jako, v podstatě). V obou případech bychom si tato slova měli uvědomit a redukovat jejich výskyt.
- **módní slova:** při osvojování módních slov bychom měli být opatrní. Jsou-li nová, dodávají řeči určité důraznosti, bývají zajímavá. V okamžiku, kdy se obecně rozšíří, se však stávají stereotypem.
- **četnost některých slovních druhů a tvarů:** příliš mnoho přídavných jmen nebo příslovcí způsobuje to, že se posluchač v naší řeči obtížně orientuje. Časté používání podmiňovacího způsobu lze vykládat jako nejistotu mluvčího či pisatele. Trpný rod sloves je rovněž nevhodný pro svoji neadresnost. Rovněž hromadění podstatných a přídavných jmen za sebou způsobuje malou přehlednost promluvy. Archaicky a méně srozumitelně působí přechodníky.
- **konkrétní slova:** kde je to možné, použijme raději slova konkrétní, než abstraktní. Abstraktní vyjádření kladou vyšší nároky na soustředěnost a obrazotvornost posluchačů.
- **negativní formulace:** ve většině případů je účinnější a působivější pozitivní vyjadřování. Zejména není vhodné začínat věty záporem a zvažovat bychom měli i slova s negativním nábojem (*krize, problém aj.*).
- **chybné větné vazby:** nejčastěji se projevují tím, že přehodíme slovosled, použijeme nevhodnou předložku, vynecháme slovo nebo navážeme větu vedlejší k nesprávnému větnému členu.
- **nadbytečné výrazy:** vyvarujte se nadbytečných slovních spojení, například „já sám osobně“, „úplná a kompletní zpráva“ aj. Také zájmena, pod vlivem jiných jazyků, používáme v češtině zpravidla v nadbytečné (a zbytečné) míře.

Jazykové prostředky působení na druhé lidi:

Vhodně použitými jazykovými prostředky můžeme:

- navázat a udržet kontakt s partnerem či posluchači,
- ovlivnit posluchače ve směru našeho názoru apod.

Mezi jazykové prostředky, které můžeme využít pro oživení dialogu, i souvislého projevu patří např.:

- oslovení,
- přirovnání, metafora,
- citáty, aforismy, přísloví a rčení,
- příklady a příběhy,
- humor a vtip,
- řečnické otázky,
- zpřesňující opakování jinými slovy.

Shrnutí:

Doporučení pro úspěšný mluvený projev:

- Správně dýchejte: předtím, než promluvíte, nadechněte se až do bránice, potom pouze neslyšně přidechujte.
- Mluvte volně, klidně.
- Jasně, zřetelně vyslovujte.
- Respektujte pravidla spisovné výslovnosti.
- Pracujte s hlasem (tón, hlasitost, pomlky atd.).
- Používejte prsní (hluboké) tóny – zvyšují důvěryhodnost.
- Rozšiřujte svoji slovní zásobu.
- Používejte krátké věty (max. 14 – 16 slov) a vyvarujte se složitých slovních spojení.
- Důležité věci opakujte („...*je to snadno, skutečně snadno řešitelné*...“).
- Sdělení formulujte pozitivně, nezačínejte větu záporně.
- Vyvarujte se výplňkových slov (hm, tak, jako, v podstatě...) a frází.
- Zvolte úroveň pojmového aparátu adekvátní účastníkům, místo cizích slov používejte raději české výrazy.
- V mluveném projevu působí spisovná hovorová čeština; slang není vhodný a spisovný jazyk patří v této souvislosti spíše do psaného projevu.
- Musíte-li vysvětlovat určitý problém, snažte se o názorný a srozumitelný výklad.
- Podle hlasu se pozná nálada – zaveďte si rituál, jak se před prezentací pozitivně naladit, usmívejte se.
- Využívejte neverbální komunikace ke zvýraznění mluveného slova.

Doporučená literatura:

HOSPODÁŘOVÁ, I.: Veřejná prezentace. Praha, EXPERTIS, 1997 (kapitola 3.1.3.d)
HIERHOLD, E.: Rétorika a prezentace. Praha, GRADA 2005. (kapitola 30)
ŠPAČKOVÁ, A.: Moderní rétorika. Praha, GRADA, 2003 (kapitola 7 a 8)
MAŘÍKOVÁ, M.: Rétorika. Manuál komunikačních dovedností. Praha, Professional Publishing, 2002 (část 1, str. 19 - 55)

7. Image prezentujícího - osobní vystupování při prezentaci

Cíl:

V této kapitole se studenti dozvědí, jak vybrané druhy neverbální komunikace podporují či oslabují veřejný projev a dostanou základní doporučení týkající se společenského vystupování v pracovním kontaktu. Seznámí se s pojmem image a s tím jak ovlivňuje celkové vyznění prezentace i navázání kontaktu s posluchači. Zvláštní pozornost je v tomto ohledu věnována standardnímu oděvu pro profesionální sféru.

Výkladový materiál:

7.1. Vystupování prezentujícího

Přestože podstatnou část naší komunikace tvoří slova, není to jediné, co sdělujeme. Zatímco slovy se sdělují informace, neverbální komunikace prozrazuje postoje a emoce lidí. Druhým sdělujeme svůj postoj k dané věci, svůj vztah k sobě samému, vztah k druhým či svá přání.

Při zjevném rozporu se slovy bývá neverbální komunikace pravdivější, neboť se jedná o vývojově starší druh dorozumívání. Neverbální komunikace je méně ovládána vůlí, vychází z našeho podvědomí a je založena na určitých pravidlech, která si můžeme osvojit.

Umět rozpoznávat neverbální signály druhých lidí a zároveň ovládat své vlastní je velmi užitečné, neboť:

- můžeme na druhém člověku poznat, co si myslí, dříve, než promluví,
- sami můžeme dát svému okolí ze sebe poznat pouze tolik, kolik chceme.

Orientovat se v množství neverbálních signálů, které nám partner poskytuje, je nelehké a vyžaduje to trénink a pozornost. Pro vytvoření správného obrazu myšlenek a pocitů druhé osoby z řeči těla je zapotřebí vidět neverbální projevy v jednom celku a v kontextu probíhající situace.

Pohled očí

Z počátku prezentace je vhodné pohledem „oslovit“ nějakou příjemnou osobu v publiku - pomůže to snížit nejistotu a trému. Poté bychom měli pohled na jednotlivé osoby v publiku, nebo části publika, střídat. Tzn., je dobré umístit se do prostoru tak, abychom měli v zorném úhlu celé auditorium, případně se otáčet ke všem. Nepříjemně působí dlouhodobý pohled nad hlavy publika (přehlížení). Zejména při početnějším publiku a větším prostoru se nemůžeme dívat všem do očí (některým řečníkům to ani není příjemné), ale určitě bychom se měli dívat posluchačům do tváře. Začátek a konec prezentace, vyznění myšlenky, důležité shrnutí nebo apel, vždy pronášíme s pohledem do publika - jen tak nám posluchači uvěří.

Mimika

Soustředíme se na to, aby i výraz obličejem podporoval naše sdělení. Můžeme se zamračit, usmát, zatvářít překvapeně či s očekáváním, např. když pokládáme řečnickou otázku. Úsměv (i ten bezhlasý) vyřčené slovo příjemně proteplí a neměl by chybět na žádném začátku prezentace. Vystupujeme přece také proto, že jsme rádi, že můžeme s posluchači být a podělit se o názory - to je důvod k příjemnému uvítání a úsměvu.

Postoj a pohyb

Lze je považovat za nejzřetelnější signalizátory nervozity a nejistoty. Znaky pevného postoje, který navozuje dojem jistoty a jistotu prezentujícího.

Několik doporučení týkající se postoje a pohybu při prezentaci:

- zaujímáme postoj čelem k publiku,
- nohy rovnoměrně zatížené (ne na špičkách či patách, ne s vahou na levé či pravé noze). Chodidla asi 20 cm až na šíři ramen od sebe. Jedna noha může být mírně předkročena (asi o půl chodidla),
- hlava (brada) přirozeně vzhůru (dobře vidíme na auditorium, lépe se nám dýchá), zpevněné boky, ramena stlačená dozadu,
- paže podél těla, nikoliv volně visící, či klátící se, ale se aktivním svalovým napětím, které jde až do špiček prstů. Jedna ruka může být zakotvena tužkou, podložkou s poznámkami, mikrofonem apod. Ruka v kapse kalhot je dodnes poněkud polemická a záleží na situaci, zda je přípustná či nikoliv. Ruce před tělem působí lépe u mužů než u žen, ale každopádně se rozumí ruce volně

vložené do sebe v dlaních v oblasti břicha (solar plexus), nikoliv svěšené pod úrovní pasu,

- pohyb v průběhu prezentace zpravidla působí dynamicky, oživí a upoutá. Musí být však klidný a promyšlený, nejedná se o samoučelné pobíhání. Při příchodu na místo prezentujícího, nikdy nehovoříme. Posluchači nás sice sledují, i příchod je součástí našeho vystoupení, ale hovořit začínáme až ukotvení v prostoru, čelem k auditoriu a za očního kontaktu s publikem;
- díky pohybu při prezentaci měníme svou vzdálenost od posluchačů - dbejme na zachování intimní a osobní interpersonální zóny v komunikaci ([podrobněji viz předmět Aplikovaná psychologie - neverbální komunikace, 1. ročník](#))

Gesta

Mají funkce ilustrátorů našeho projevu a dodávají mu důrazu. Kromě toho se těmito dílčími pohyby odplavuje nervozita a tréma.

Několik doporučení k účinnému využití gest při veřejné prezentaci:

- gesta by měla vycházet z ramene, nikoliv pouze ze zápěstí,
- čím větší prostor je, tím větší gesto si můžeme dovolit,
- pozitivní, vstřícnou atmosféru a dynamický, energický dojem o vystupujícím můžeme podpořit použitím otevřených gest v tzv. královské zóně, tzn. nad úrovní pasu,
- používáme-li pohyb paže či ruky k ukazování či jinému gestu, vždy dbejme na dotažení pohybu,
- negativně až útočně působí ukazování prstem a tzv. stříška z prstů, namířená proti posluchačům.

Někdy můžeme při prezentaci vidět samoučelné, bezděčné pohyby, často spojené s nervozitou (psychomotorický neklid), např.:

- upravování si částí oděvu, cvakání tužkou, uhlazování vlasů, pohrávání si s řetízky či prstýnkem apod.

Můžeme jim předejít tím, že své ruce zaměstnáme profesionálním materiálem - např. tužka, poznámky, ukazovátko, dálkový ovladač projektoru apod.

Při veřejné prezentaci, stejně jako v jiných oblastech profesionálního či společenského kontaktu s druhými lidmi, platí přiměřeně pravidla společenského vystupování. Připomeňme v dané souvislosti ta nejpodstatnější:

- přednost společensky významnějších osob (nadřízený, starší, žena),
- představování - v pracovním kontaktu se může i žena představit společnosti sama; jinak je vždy společensky méně významná osoba představena osobě společensky významnější,
- při oslovování a titulování se užívá nejprve funkčního titulu, pak případně akademického titulu, a pokud není, tak oslovení pane/paní,
- předávání vizitek není formalita, ale komunikační akt, spojený s předáním malého grafického dílka.

7.2. Zevnějšek prezentujícího

Slovo **image** pochází z anglického jazyka a lze ho volně přeložit jako obraz, dojem nebo symbol. Jedná se o **soubor názorů, představ a dojmů, které o sobě člověk vytváří prostřednictvím svého působení na lidi a okolí**. Představuje tak nejen sám sebe, ale také reprezentuje organizaci, pro kterou pracuje nebo kterou zastupuje. Je tedy zřejmé, že utváření image organizace jako celku se odvíjí od image jejích jednotlivých představitelů a zaměstnanců a naopak.

Image za člověka „pracuje“ i tehdy, kdy on sám v dané situaci přítomen není.

Náš vzhled, naše chování i obsah a způsob vyjadřování o nás prozrazuje hodně již při prvním kontaktu s jinými lidmi. První dojem bývá při prezentaci velmi důležitý, protože zprostředkovává posluchačům první informace. Podíl jednotlivých prvků, na jejichž základě se první dojem utváří, je:

obsah	:	hlas	:	vzhled
7 %	:	38 %	:	55 %

První dojem nelze učinit opakovaně. Samozřejmě, že i nepříznivý první dojem můžeme v dalším průběhu kontaktu změnit. Dá nám to však daleko více práce, než když od počátku prezentace působíme co nejlepším dojmem, který nám umožní dobrý start.

To, jak vypadáme, jak se chováme a mluvíme, jak se prezentujeme a vystupujeme, by pro nás mělo být důležité, neboť image nám může mnohé usnadnit, napomoci v dosažení a naplnění toho, o čem usilujeme i dodat nám potřebnou sebedůvěru.

To, co si oblékáme, nese a neslo vždy a ve všech kulturách svůj význam. Oblečením vyjadřujeme nejen svoji osobnost, ale i společenský status, příslušnost k určité skupině, vyjadřujeme své postoje k ostatním lidem a názory na ně. Oblečení je symbol a důležitá zpráva pro naše okolí.

Prezentaci, zejména před větším publikem z řad veřejnosti, bychom měli považovat za určitý druh společenské události a přizpůsobit tomu i svůj oděv. Nejlépe je volit oděv konvenční, což nebrání oživení zajímavým detailem či výraznější barvou doplňků či dílčích součástí oděvu. To, co u sebe posluchači pokládají za osobité, mohou u prezentátora hodnotit jako nevkusné. Zároveň je dobré seznámit se s kulturou organizace, do které přicházíme prezentovat a mírně striktnost či uvolněnost oděvu upravit. Banka je sice jiné prostředí než reklamní agentura, ale i tam se mohou cítit dotčení „... že se kvůli nim prezentátor ani nenamáhal slušně *oblíct*...“.

Vždy se hodí být o stupínek (ale nejlépe jen o jeden) lépe oblečení než posluchači.

Pro muže:

Vhodný je oblek, případně samostatné sako a kalhoty. Toto konzervativnější oblečení může působit jako ochranný val, který je někdy pro začátek užitečný. A pokud se nálada uvolní a téma prezentace to dovolí, je možné např. sako odložit – stále by však měl zůstat mezi vámi a posluchači určitý odstup – v tomto případě elegantněji působí vesta s košilí a kravatou než košile samotná.

Ideální oblek prezentujícího je tmavý – různé odstíny modré, šedé, hnědé. Černý oblek je již výrazně slavnostní, večerní a působí, zvláště v kombinaci s bílou košilí, přísně a nepřístupně.

Pro ženy:

Žena - prezentátorka si nejlépe vybere z kalhotového nebo sukňového kostýmu. Sytost barev je vhodné volit podle míry tradicionalismu publika a podle denní doby.

Vyvarujte se některých vzorů, jako drobné kostičky, pepita, jemné proužky. Tyto vzory unavují zrak a odvádějí pozornost posluchačů. Kromě vzorů by bylo dobré si dát pozor na příliš odhalená ramena a ruce, velké dekolty, úzké a příliš krátké sukně.

Na celkovém dojmu se podílí nejen oblečení, ale i náš účes, doplňky, upravenost, barvy a čistota. Všechny signály jsou důležité, protože, jak již víme, vnímání našich posluchačů je komplexní.

Shrnutí:

Z hlediska neverbálního projevu prezentujícího je nejdůležitější pevný postoj, bez kolísání a bezděčných pohybů a dotažená energická gesta. Gesta by se vždy měla pohybovat nad úrovní pasu, jinak působí ochable. Příjemnou atmosféru dokáže navodit i slovo, vyslovené s úsměvem. S posluchači průběžně udržujeme oční kontakt. Zejména v úvodu, závěru a při sdělení nosných myšlenek je nezbytný.

Při veřejném vystupování mnohé sdělujeme už svým zevnějškem a celkovým image. Z hlediska oděvu je nejvhodnější konvenční, široce přijatelný oblek či kostým konzervativních barev. Mnohé nám při prezentaci může usnadnit, nebo naopak ztížit první dojem, v němž má obsah našich slov oproti vzhledu a hlasu nejmenší význam.

Doporučená literatura:

HOSPODÁŘOVÁ, I.: Veřejná prezentace. Praha, EXPERTIS, 1997 (kapitola 3.1.3. d)

HIERHOLD, E.: Rétorika a prezentace. Praha, GRADA 2005. (kapitola 29, 31)

ŠPAČKOVÁ, A.: Moderní rétorika. Praha, GRADA, 2003 (kapitola 4)

8. Mediální prezentace a další specifické typy veřejného vystoupení

Cíl:

Kapitola uvádí prezentaci do kontextu s mediálním vystupováním. Přestože řada zásad platí při vystupování v médiích stejně či přiměřeně jako při osobní prezentaci, odnesou si studenti z této kapitoly upozornění a doporučení na některá specifika, týkající se vystupování v médiích a v dalších situacích, zejména tam, kde se obvykle nevyužívá vizuální podpora.

Výkladový materiál:

8.1. Média a kontakt s médii

Média jsou prostředky masové komunikace. Přinášejí sdělení anonymní mase příjemců ve vysokém počtu stejných kopií ve formě výtisku, filmové kopie, zvukové kopie, letáku, plakátu apod.

Média umožňují rychlé šíření informací mezi lidmi, snižují kulturní rozdíly mezi městem a venkovem, mezi vzdělanostní elitou a masou. Na druhé straně jsou považována za nástroj všeobecné manipulace, za příčinu povrchního přístupu k jevům a za hlavního šířitele konzumní mentality.

Média jsou filtrem i zesilovačem sdělení, které se od jeho původce k adresátovi dostává.

Charakteristika vlivu médií:

- mají velký vliv na veřejné mínění,
- jsou iniciátorem a posilovačem hromadného chování lidí,
- jsou zesilovačem zpráv,
- dokážou zkonstruovat novou realitu,
- mohou vytvářet smyšlený (virtuální) svět,
- mohou být prostředkem nátlaku.

Základní rozlišení nejvýznamnějších médií:

Denní tisk:

- vizuální prezentace textu i fotografií,
- psané zprávy – důraz na citace a přesnou formulaci,
- přístupný široké veřejnosti nezávisle na prostoru a čase,
- prostor pro zveřejnění odlišných názorů, prostor pro dílčí detaily.

Rozhlas:

- zvuková prezentace,
- zpravidla velmi krátká témata,
- posluchač zachytí části a interpretuje je,
- posluchač má k dispozici pouze zvuk – nebezpečí monotónnosti hlasu,
- nejpřístupnější médium, avšak pomíjivé.

Televize:

- klíčový zdroj informací,
- významný vliv na veřejnost,
- velmi krátká témata,
- vizuální i zvuková prezentace,
- krátká sdělení - vteřiny rozhodují.

Internet:

- 1967 - síť pro vojenské a vědecké účely,
- 1989 - celosvětová síť se vzrůstajícím počtem uživatelů,
- perspektivní inzertní a marketingové médium,
- World Wide Web:
 - nejrozšířenějším systémem Internetu,
 - vhodný pro inzerci, marketingovou komunikaci,
 - umožňuje prezentovat text, obrázky, zvuk, videozáznam.

Hlavní zásady spolupráce s médii, tzn. jak zásady poskytování informací:

- korektnost,
- přesnost,
- stručnost,
- srozumitelnost.

Je dobré znát některé ustálené zvyklosti a vyznat se alespoň v základech práce žurnalistů, neboť tak jim můžeme usnadnit práci a současně snížit riziko zkreslení našich zpráv směřovaných k veřejnosti.

Ve vztahu k novinářům je dobré řídit se několika zásadami:

- respektujeme etiku a pravidla naší organizace, tzn., že se pro média vyjadřuje tiskový mluvčí nebo pověřený představitel organizace,
- pečujte o novináře jako o zákazníka,
- udělejte si na zástupce médií čas,
- odpovídejte na otázky srozumitelně a bez zbytečných vytáček,
- zachovejte neutralitu ve svých postojích ke sdělovacím prostředkům,
- informujte se předem o tematických okruzích, o které se novináři jedná,
- do sdělení vyberte jen to podstatné,
- nepodceňujte zákon prvního dojmu,
- nepřehánějte, nezkreslujte, nemlžte.

8.2. Vystupování v médiích

Zásady pro veřejnou prezentaci uvedené v předchozích kapitolách platí obdobně i pro prezentaci v médiích.

Oproti vystoupení s flipchartem či powerpointovými snímky však bychom si však měli být vědomi některých odlišností či faktorů, které v médiích nabývají na výraznosti:

- použijeme krátké přehledné věty, které jasně vyjadřují myšlenku a obtížně se sestřihávají
- vystoupení (či jednotlivé vstupy) je zpravidla velmi krátké, proto je nutné vždy podat stručně ucelenou myšlenku
- obvykle nemáme k dispozici vizuální pomůcky (snímky, grafy apod.)

- vyšší nároky na srozumitelnou verbální a vhodnou neverbální komunikaci (řeč na mikrofon a před kamerou, pohled nikoliv přímo do kamery, vhodná barva oblečení, nalíčení atd.)
- pravděpodobnost neočekávané situace či otázky, na kterou nejsme připraveni (tzn. nutnost improvizace a tvořivého reagování), je vyšší
- téma bývá silnější
- akční rádius (dopad) sdělení bývá větší

Mediální prezentace může mít podobu uceleného samostatného vystoupení (projevu, např. při zahájení tiskové konference), častější a náročnější však je forma rozhovoru.

Osobní rozhovor:

- informujte se předem o tematických okruzích rozhovoru (a zda jde vůbec o rozhovor, zda to není diskuse s oponenty či jiná akce). Případně si nechejte otázky či okruhy zaslat.
Na témata se připravte! Promyslete si, které téma je v dané problematice to „nejvíce vaše“ a kterým se můžete dostat téměř z každé otázky. Je to pro případ, že znervózníte. Musíte se chytit tématu, které bezpečně znáte a tak se zklidnit, pak už vás další odpovědi napadnou.
- jedněte s novinářem jako se „zákazníkem“, navodte příjemnou atmosféru,
- hovořte volným tempem řeči,
- pokud hovoříte na mikrofon, ověřte si jeho fungování a nekolísejte rukou, která mikrofon drží, aby váš hlas nepůsobil dojmem „výpadků“,
- nesnažte se říci vše, řekněte jen to podstatné, a co vám prospívá. Uvedete-li mnoho faktů, riskujete, že si novinář vybere jen ty, které se mu hodí.
- nebojte se říci, že určitou věc nebudete komentovat, např. proto, že k ní nemáte podklady nebo se týká názoru někoho jiného,
- myslte na cílovou skupinu (čtenářů, posluchačů) a na to co jí chcete sdělit (váš cíl v rozhovoru), přestože novinář řídí rozhovor svými otázkami, i vy můžete vložit do rozhovoru to, co chcete říci,
- poskytněte fotografie, rozhovor zpravidla oživí a přitáhnou pozornost čtenářů,
- využijte možnosti autorizovat rozhovor.

Telefonický rozhovor:

Rozhodněte se, zda poskytnete informace telefonicky, jste-li o to žádáni.

- pokud znáte dotyčného novináře a jeho způsob práce, nic vám v tom nebrání,
- pokud novináře neznáte, můžete odmítnout nebo zaslat mail či sami novináře posléze kontaktovat,

Hovořte vždy s vědomím, že každé vaše slovo nebo věta se může ocitnout v novinách, rozhlase či televizi:

- většina novinářů je dnes vybavena nahrávací technikou přímo z telefonu a korektní novinář vás na to předem upozorní,
- může se však stát, že nebudete předem upozorněni, že vaše sdělení je nahráváno a do mediální zprávy se dostane třeba i něco, co jste si nepřáli zveřejnit.

Výhodnější je pro vás osobní kontakt. Telefonický kontakt ochuzuje o možnost působit osobním charismatem a neverbální komunikaci (zdůraznění gestem, pohledem atd.). Velmi záleží na artikulaci, intonaci a přesném vyjadřování.

Vždy se i na tento kontakt plně soustřeďte, nenechejte se přimět k neuváženému vyjádření, jen tak v letu, po mobilu.

Fotografování (příp. natáčení rozhovoru na kameru):

Pokud je s rozhovorem spojen požadavek na fotografování, můžete poskytnout svou oficiální fotku. Pokud se budete fotografovat nebo pokud se rozhovor točí do televize, podívejte se pořádně, co vše je v záběru. Nevhodné pozadí je okno a také holá bílá stěna, ale i zdánlivě nevinné pozadí může být nedůstojné.

Dívejte se spíše na redaktora, ne přímo do kamery. Svůj pohled při fotografování a natáčení vždy zaměřte na konkrétní bod, aby nebyl rozostřený „do nikam“. Nikdy neberte redaktorovi mikrofon z ruky ani ho za ruku nechtejte. Potřebujete-li pomocný papír, nestyďte se za něj, klidně ho mějte v ruce a v případě potřeby do něj nahlédněte.

Zvažte rovněž barvy a styl svého oblečení a celkové úpravy zevnějšku. *(více viz televizní vystupování).*

Písemná odpověď:

Pokud na otázky novináře odpovídáte písemně, držte se opět zásady přesnosti, stručnosti, srozumitelnosti. Uvážlivě nakládejte s přídavnými jmény a věty tvořte krátké (cca 12 -16 slov). Spoléhejte spíše na podstatná jména a slovesa, která navozují dynamiku. Vyhněte se neadresnému trpnému rodu. Vysvětlete odborné výrazy a jména uvádějte vždy včetně křestních jmen nebo funkce.

Nepřesytte text myšlenkami, méně je více. Příliš mnoho slov článek rozměňuje a snižuje jeho vypovídací hodnotu. Srozumitelnost informací je naprosto nezbytná pro správné pochopení.

Při diskusních pořadech - obecně:

- pamatujte, že nemusíte vždy navazovat na předchozího diskutujícího, můžete jen volně navázat a sdělit to, co chcete vy;
- snažte se, aby poslední slovo v diskusi bylo vaše (např. tak, že učiníte rozumné shrnutí na závěr nebo poukážete na podstatu věci),
- využijte diskusi s partnery či oponenty k přesvědčování posluchačů.

V televizní debatě či rozhovoru:

- nemůžete vždy přesně vědět, kdy vás kamera zabírá a kdy ne, i když právě nehovoříte, a proto se v průběhu celého pořadu chovejte, jako byste v záběru byli:
 - nechejte se nalíčit nebo alespoň přepudrovat,
 - sedněte pevně, na celé židli, s oporou rukou, ne zkroucené nohy,
 - ruce mějte na opěrkách židle nebo na stole, nikoliv pod stolem,
 - gestikulujte přiměřeně prostoru, ale určitě gesta použijte pro ilustraci a oživení svého proslovu,
 - můžete si během promluvy druhých udělat poznámku (fiktivní či skutečnou), ale udržujte s diskutujícími, moderátorem či publikem oční kontakt,
 - můžete mít s sebou graf apod., ale musí být velmi schematický, aby jej kamera a potažmo divák dokázal rychle „přečíst“ (90 % ukazovaných grafů a tabulek je ukazováno zbytečně),

- potřebujete-li vstoupit diskutujícímu do řeči, využijte chvíle, kdy se nadechuje, a promluvte. Svůj vstup doprovodte gestem, dodáte si tak důraznosti.
- v televizi speciálně:
 - vyvarujte se větších ploch barvy červené, černé nebo bílé. Tmavý oblek by tedy měl být spíše středně tmavý (šedá, modrá, hnědá – pokud jste černovlasí, hnědou raději vynechejte), než zcela černý. Košile jednobarevná a vázanka spíše ve světlejším tónu (tzn. spíše jasnější červená, než sytě červená, která se na obrazovce rozpíjí).
 - vzory na oděvu nejsou do televize vhodné, zejména proužky a kostky (i pepito) na košili a saku vytvářejí mihotající se dojem, nejsou příjemné pro oko a oblečení působí pomačkaně.
- v rozhlase navíc:
 - maximálně dbejte na zřetelnou výslovnost, posluchač vás nevidí a tak ho můžete zaujmout jedině verbálním projevem,
 - sami pro sebe ve studiu či při rozhovoru však gesta používejte, lépe se vám bude hovořit a snáze budete vkládat důraz na patřičná místa,
 - snažte se vyvarovat monotónního hlasu, používejte důrazy ve větách, pauzy,
 - sdělení uspořádejte do krátkých vět:
 - nezadýcháte se.
 - budete srozumitelnější
 - posluchač často slyší jen část pořadu nebo při poslechu rozkládá pozornost mezi více činností, je proto důležité, zaujmout v každém vstupu – stručně, jasně, srozumitelně.

Tiskové konference

Uvedená doporučení platí i v dalších typech veřejných vystoupení, např. i při tiskových konferencích. U těch se vyvarujte:

- zbytečně dlouhých vystoupení,
- kombinování příliš velkého počtu témat.

Chcete-li, aby novináři váš text převzali, připravte jim jej v písemné či elektronické podobě.

Důležité je udělat si předem režii s moderátorem tiskovky, aby bylo jasné:

- kdo kdy bude mluvit,
- kdo bude na co odpovídat,
- jak bude on distribuovat otázky.

8.3. Vybrané další druhy veřejných vystoupení

(Hlavní druhy prezentací uvedeny již v kapitole 2)

Politická řeč

Politická řeč se považuje za nejnáročnější a také nejpropracovanější útvar veřejného mluveného projevu. Předpokladem účinnosti politické řeči je především jasné a přehledné uspořádání projevu, v němž má být stále zřejmé, jaké jsou řečnickovy ideje a o co usiluje. Jednoznačně by měl vyznít závěr projevu. Často závěr obsahuje i apel na posluchače.

V hlavní části politické řeči se obvykle využívá úvahy, kde řečník objasňuje různé jevy, jejich vzájemné vztahy, vyvozuje závěry, vyjadřuje jistá hodnocení, své postoje k probíraným problémům a vyvrací názory protivníků.

Pro politickou řeč je charakteristické:

- jednoznačné formulování základních myšlenek, popř. požadavků v heslech, zdůrazněné opakování slovních obrátů, vět a větných úseků obsahujících zásadní myšlenky,
- opakované oslovování posluchačů a ztotožňování se s jejich zájmy.

V politické řeči nesmí chybět polemický prvek (utkání s protivníkem, s jeho názory a stanovisky). Politický řečník nemůže být v této polemice neutrální, ale musí bojovat za uplatnění stanoviska svého politického uskupení. Politická řeč je vždy bojovná. Řečník nepřesvědčuje své posluchače jen rozumovými argumenty, ale snaží se ovlivnit i jejich emoce. Nezřídka se v politické řeči objevuje patos¹, a to v jazykových prostředcích i ve stylu přednesu. V polemikách s odpůrci se využívá i ironie a negativního zabarvení komunikace (za účelem odstrašení posluchačů před protivníkovými názory).

¹ vzletný způsob projevu, který by měl způsobit hluboké pohnutí mysli

Mnoho záleží také na řečnickově pohotovosti, na jeho schopnosti rychle reagovat na každou změnu nálady posluchačů, na jejich případný nesouhlas nebo moment překvapení.

Přesvědčivá bývá doopravdy řeč jen takového řečníka, který je bez pochybností přesvědčen o správnosti politického stanoviska a názoru, který hájí.

Důležitý je závěr politické řeči; "fines coronat opus" (konec korunuje dílo). To, co řečník uvede v dobře připraveném závěru politické řeči, utkví obvykle nejlépe v paměti posluchačů.

Ve veřejném projevu obecně a v politické řeči zvláště se vyhýbáme frázím, otřelým obrátům, které stálým omíláním už téměř ztratily svou sdělovací hodnotu. Používání otřelých rčení a frází vzbuzuje u posluchačů pochyby o tom, zda řečník myslí svá slova upřímně.

Proslov (slavnostní projev)

Proslov patří už zcela k veřejným mluveným prezentacím, v nichž zvláštní pozornost věnujeme stránce výrazové, formální, s cílem působit na city a postoje posluchačů. Pronášíme jej při zvláštních, mimořádných slavnostních příležitostech : slavnostní řeč je v podstatě úvaha; posluchače v ní nepoučujeme. Fakta, která v ní uvádíme, slouží jen k tomu, aby se zdůraznilo pozitivní hodnocení události (nebo osoby) o níž v proslovu mluvíme.

Řečník by měl mít osobní vztah k tomu, o čem hovoří. Řeč obsahuje hodnotící úvahu slavnostního rázu. Ve výběru jazykových prostředků se užívá i výrazů citově zabarvených, častěji se užívá také oslovení, zvolacích vět a řečnických otázek, které udržují kontakt s posluchači. Vhodné je také využití případných citátů z literatury. Slavnostní řeč vytváří dekorum dané události; k nevšedním, slavnostním slovům patří samozřejmě i slavnostní oblečení a celková úprava řečnickova zevnějšku.

Slavnostní proslov je projev rozsahem kratší a obsahově sevřenější.

Diskuse - moderování

Diskuse patří k dialogickým formám veřejných mluvených projevů. Diskuse je rozprava a jejím cílem je probrat důležitý problém, osvětlit jej z různých hledisek a dojít k řešení. Obvykle navazuje na referát nebo přednášku (nebo třeba na parlamentní zprávu). V

diskusi se konfrontují různé postoje, vznášejí se námitky proti tvrzením obsaženým v hlavním projevu nebo proti jednotlivým názorům vysloveným v diskusi.

Účelný a společensky vhodný průběh diskuse zajišťuje moderátor (předsedající). Dbá na zásady účelné diskuse:

- uděluje slovo jednotlivým diskutujícím,
- soustřeďuje a usměrňuje jejich pozornost na problémy základní,
- při odbočení taktně vrací diskutující k tématu,
- shrnuje hlavní myšlenky diskutujících,
- uváže-li diskuse může naznačit možnosti jiného přístupu k tématu,
- průběžně děkuje diskutujícím za příspěvky,
- v závěru shrnuje vyslovené názory, zhodnotí, jak diskuse přispěla k vyřešení daného problému, v čem se dosáhlo shody a kde dosud trvají rozpory.

Diskusní příspěvek

Diskusní příspěvek je většinou časově limitovaný, krátký projev, který se má vždy vztahovat k základní problematice, nemá ulpívat na nepodstatných detailech ani zabíhat do jiných oblastí. Obvykle se v odborné diskusi používají pouze logické a racionální argumenty.

Přípitek, zdravice, zahájení společenské akce

Krátké sevřené vystoupení, kterému by neměl chybět lidský rozměr, emoce, případně humor. Cíl prezentujícího se obvykle soustředí na vzbuzení sympatií, vůči své osobě a podporu svého image, prostřednictvím navození příjemné atmosféry, spojené s danou situací. Do příspěvku tohoto typu se zpravidla nekládá rozsáhlejší věcný obsah.

Shrnutí:

Mediální vystoupení se v řadě parametrů řídí pravidly a doporučeními pro běžné veřejné vystoupení. Zpravidla však při něm nepracujeme s podpůrnými vizualizacemi a musíme spoléhat na přehlednost a srozumitelné sdělení myšlenek a na ovládanou neverbální komunikaci. V telefonickém a rozhlasovém vystoupení obzvlášť vynikne stručnost (krátké věty, ucelená sdělení v jednotlivých vstupech) a zvládnutá řečová technika. Novináře pojímejme jako partnery, souboj s nimi nelze vyhrát. Připravme se na témata mediálního vystoupení a počítejme s nutností improvizace a kreativního řešení na místě. Podle požadavků médií volme i barvu oblečení a úpravu zevnějšku.

Doporučená literatura:

Frgal, J.: in Průvodce pravicového kandidáta. CEVRO, Praha, 2004, kapitola Základy komunikace