



PODPORUJEME  
VAŠI BUDOUCNOST  
[www.esfcr.cz](http://www.esfcr.cz)

# Prezentační dovednosti po trenéry

## PRO-BIO Svaz ekologických zaměstnanců

TOTO VZDĚLÁVÁNÍ JE FINANCOVÁNO Z PROSTŘEDKŮ ESF PROSTŘEDNICTVÍM OPERAČNÍHO PROGRAMU LIDSKÉ ZDROJE A ZAMĚSTNANOST A STÁTNÍM ROZPOČTEM ČESKÉ REPUBLIKY.

## **Srdečně Vás vítáme na dnešním semináři**

**TEMPO TRAINING & CONSULTING a.s.** poskytuje profesionální služby v oblasti vzdělávání dospělých od roku 1996. Ze dvou školících center v Ostravě a Praze připravujeme vzdělávací akce pro klienty z celé České republiky. Naše aktivity jsou zaměřeny do oblastí osobnostního, počítačového a jazykového vzdělávání. Naše společnost je akreditována Ministerstvem vnitra ČR. V oblasti počítačových kurzů jsme akreditováni Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy. Jsme také testovacím střediskem ECDL.

Jedním z hlavních cílů naší společnosti je podpora osobního růstu jednotlivců i celých týmů. K naplnění těchto cílů nám také pomáhá spolupráce s dalšími organizacemi v rámci projektů Evropské unie. Tvorbou a realizací grantových projektů se zabýváme již od roku 1997. V současné době je velká část našich aktivit směřována k rozvoji lidských zdrojů prostřednictvím ESF v ČR ve spolupráci s významnými zaměstnavateli v regionech celé České republiky.

Společnost TEMPO TRAINING & CONSULTING a.s. ve spolupráci s realizačním týmem Vaší společnosti připravila tento seminář, který je navržen dle vzdělávacích potřeb účastníků cílové skupiny.

Vážíme si důvěry Vás všech.

## **A. Obsah**

|    |   |    |
|----|---|----|
| A. | Obsah.....                              | 2  |
| B. | Cíle kurzu .....                        | 1  |
| C. | Příprava prezentace .....               | 2  |
| D. | Struktura prezentace.....               | 3  |
| E. | Vstup na scénu .....                    | 4  |
| F. | Zahájení prezentace .....               | 5  |
| G. | Rady pro zvládnutí tématy .....         | 6  |
| H. | Jak se přizpůsobit posluchačům I.....   | 7  |
| I. | Jak se přizpůsobit posluchačům II ..... | 9  |
| J. | Komunikace verbální.....                | 11 |
| K. | Otázky.....                             | 13 |
| L. | Komunikace neverbální.....              | 15 |
| M. | Řeč těla a prezentace .....             | 18 |
| N. | Na co si dát pozor .....                | 19 |
| O. | Obtížné situace.....                    | 20 |
| P. | Doporučená a použitá literatura .....   | 22 |
| Q. | Poznámky .....                          | 23 |

## **B. Cíle kurzu**

- ✓ umět používat techniky a dovednosti při prezentování
- ✓ znát pravidla prezentace
- ✓ naučit se pracovat s hlasem

## C. Příprava prezentace

Jako u téměř jakékoli činnosti, spočívá úspěšnost prezentace právě v odpovídající přípravě. Jak na to?

- Stanovte si **cíle**
- Mějte jasnou **strukturu**
- Počítejte s **časovým rámcem**
- Dbejte na **osobní přípravu**
- Mějte **system v podkladech a pomůckách**

### Jak postupovat při výstavbě obsahu a struktury prezentace?

**1.** Výběr hlavních bodů svého sdělení vždy poměřujte očima cíle prezentace – zda to, co posluchačům říkáte, Vás přibližuje k tomuto cíli.

**2.** Stejně jako má každé dobré divadelní představení svou strukturu, ve které lze odlišit jednotlivé části, respektujte i Vy při své prezentaci určitý postup, který posluchačům umožní snazší orientaci.

**3.** Kromě tohoto klasického členění můžete vystavět strukturu své prezentace podobně jako v televizní reklamě. Nejprve popíšete aktuální situaci, potom naznačíte možné problémové oblasti a navrhnete řešení. Například: *Je podzim a vládne typické podzimní počasí, prší a je sychravo – spousta lidí bojuje s nachlazením a chřipkou – někteří se léčí čajem s medem, vy vyzkoušejte přípravek XY.* Vždyť stejně jako reklama, má i Vaše prezentace za cíl prodat – byť třeba nápad.

**4.** Pokud projev formulujete na papír v celých větách, rozhodně si své dílo před prezentací přečtete alespoň jednou nahlas. Vyvarujete se tak toho, aby za Vašimi slovy „šustil papír“, a zatěžovali jste pozornost posluchačů komplikovanými souvětími. Mluvte jasně, přehledně, v jednoduchých větách.

## D. Struktura prezentace

Klasické členění obsahu na **úvod (zahájení)**, **hlavní část (stať)**, **závěr (shrnutí)** výstižně vyjadřuje zkratka "**3Ř**" /z angl. též „3T“: tell-tell-tell/:

**ÚVOD - Řekni jim, co řekneš** (představte sebe, společnost a seznamte posluchače s programem nebo hlavním tématem své prezentace, motivace);

**HLAVNÍ ČÁST - Řekni to** (postupně předneste jednotlivé body své prezentace, vhodné je dělení na kapitoly nebo časové členění, případně seznámení s problémem a následné osvětlení možností či návrhů na jeho řešení);

hlavní část si ještě můžeme rozdělit na **V-P-P** (**V**ysvětluji – **P**ředvádím – **P**rocvičujeme)

**ZÁVĚR - Řekni jim, cos řekl** (vždy shrňte nejdůležitější fakta nebo myšlenky svého projevu, nabídněte další zdroje, příp. kontakt na Vás a pozitivně se rozlučte).

## E. Vstup na scénu

Možná už víte, že na to, abyste udělali první dojem, máte skutečně jen minimum času – konkrétně 2 sekundy. Pokud se Vám během tohoto okamžiku nepodaří pozitivně zapůsobit na posluchače, máte hodně ztíženou startovní pozici. O prvním dojmu se budeme bavit v další kapitole, v této si ukážeme, jak si ony zmíněné dvě sekundy prodloužit, popřípadě posluchače od prvního dojmu přímo odvést. Získáme totiž na svou stranu prvního týmového hráče.

Posluchači přichází na Vaši prezentaci s nějakým očekáváním. Většinou už mají jasno v tom, jak se k prezentaci postaví, o čem bude, co jim přinese nebo nepřinese, co by dělali raději atd.

Jediný dílek skládačky jim však ještě chybí: **KDO** jim bude přednášet.

Mají sice nějakou mlhavou představu, dá se ale říct, že se na Vás svým způsobem těší. Už třeba jen proto, abyste jim potvrdili fakt, že na kurz neměli chodit. Někdy je lepší počítat s tou horší variantou, přinutí Vás to připravit se a málo co Vás potom může zaskočit.

Posluchač tedy přijde do učebny, vybere si místo a čeká, až přijdete. Vy můžete zvolit z několika variant vstupu na scénu:

- ✓ Přesně ve stanovený čas vejdete se zářivým úsměvem, dokonale oblečení a upraveni a příjemně zahájíte prezentaci.
- ✓ „Vpašujete se“ ráno mezi ostatní posluchače, posadíte se mezi ně a bedlivě je pozorujete a navazujete s nimi hovor.
- ✓ Vstoupíte ve stanovený čas a připravíte jim překvapení.

## **F. Zahájení prezentace**

Dříve či později však dojdete k místu, kdy je třeba kurz zahájit nějakou úvodní řečí.

Ve variantě A je to hned potom, co vstoupíte do místnosti; ve variantě B ve chvíli, kdy přijde čas zahájení a Vy přerušíte hovory s posluchači a ve variantě C hned potom, co překvapení odezní.

**Úvod by měl obsahovat tyto body:**

- 1) Pozdrav**
- 2) Představení**
- 3) Popis toho, co nás čeká**
- 4) Přestávky a ostatní technické věci**
- 5) Pomilonté vysvětlené otázky**

Pro lepší zapamatování tedy trochu kostrbaté **5P**.

A ještě jedna pomůcka – zafixujte si „algoritmus“ **P-O-P** (**P**ozdravte–**O**slovte účastníky–**P**ředstavte se).



## G. Rady pro zvládnutí trémy

- Uvědomte si, že žádný profesionál vystupující na veřejnosti není úplně bez trémy. Herci, když necítí trému, se dokonce obávají, zda to negativně neovlivní jejich vystoupení. Jistá dávka trémy pomáhá k výkonu.
- Vždy se připravte na své vystoupení.
- Rozhodněte se pro úspěch a jednejte sebevědomě.
- Překontrolujte si své oblečení.
- Berte prezentaci jako výzvu – jako zajímavou zkušenost.
- Nevyhýbejte se zkušenostem.
- Využívejte relaxační metody (uvolněte se, zhluboka dýchejte).
- „Dovolte si“ chyby a nervozitu – popřípadě „oznamte“ svou trému posluchačům.
- Soustřeďte se na drobnosti (krok, úsměv, gesto).
- Soustřeďte se na posluchače a cíle prezentace.
- Máte obavy, že na začátku zapomenete, co říci? Je dobré umět prvních (i posledních) 5 až 7 vět z paměti, a mít je napsané v poznámkách.
- Školáckou chybou je začínat své vystoupení omluvami, že nejste ten správný člověk. Chyby pravděpodobně dělat budete, nedělejte však tu, že o své „nedostatečnosti“ budete předem mluvit.
- Pamatujte – Vaši posluchači neví, co jste měli naplánováno!
- Jakákoli aktivita pomůže Vaším myšlenkám.
- A na závěr něco velmi podstatného – tréma z Vás spadne, pokud rychle zapojíte auditorium. „Hodte“ svou nervozitu a počáteční trému do publika. Začněte „bombičkou“ a interakcí s účastníky.



## H. Jak se přizpůsobit posluchačům I

### Pragmatik

Je orientovaný na dosahování výkonu. Vyhledává složité situace a náročné úkoly. Jsou to zpravidla lidé, kteří jsou ochotni podstupovat rizika a jsou silně zaměřeni na úspěch. Věří si, přesně ví, kam chtějí dojít. Bývají přísní k sobě i ostatním. Pragmatici si vážící svého času. Mluví rychle, jasně, hlasitě, pohotově odpovídají na otázky. Dokáží se rychle zorientovat v problému, rychle naleznou nejvýhodnější řešení a rozhodnou se na základě podstatných údajů. Oblékají se a obklopují se věcmi tak, aby dali jasně najevo, kdo jsou a kam míří.

Jak s ním jednat?

Dobře se připravte. Zbytečně neprotahujte úvodní řeč, jděte rychle k věci. Pragmatik nemá čas a trpělivost na „řeči o počasí“. Mluvte jasně, krátce, konstruktivně. Snažte se vystupovat sebejistě (pragmatici mají rádi silné osobnosti), ale nepřežeňte to, nebuďte mu konkurentem. Vyvarujte se „napovídání“ – co a jak má dělat, co je pro něj dobré a výhodné. Vaše role spočívá v tom, že mu poskytnete podstatné informace, on si udělá závěr a rozhodne.

### Analytik

Jsou zaměřeni na detailní poznávání a posuzování věci. Mají rádi činnosti, které vyžadují pečlivé registrování a podrobné analyzování. Příliš negestikulují, nemluví, nedívají se lidem do očí. Jsou přesní, je na ně spolehnoutí. Preferují u sebe i u druhých precizní a pečlivou práci, potřebují vždy znát jasná pravidla, která striktně dodržují a vyžadují, aby je dodržovali i druzí. Opakovaně kontrolují a prověřují, aby získali potřebný pocit jistoty. Rozhodují se pomalu, obtížně, pro rozhodnutí chtějí mnoho informací.

## Jak jednat s analytiky?

Připravte si co nejvíce podkladů a důkazů. Vše přesně a detailně popisujte. Mluvte raději pomalu. Budete-li rozdávat materiály, dbejte na dostatek času k jejich důkladnému prostudování.

Při výkladu postupujte systematicky a snažte se nepřeskakovat témata, o kterých se domníváte, že nejsou příliš důležitá. Pro analytika je důležité vše.

## I. Jak se přizpůsobit posluchačům II

### **Sociabilní (amikabilní)**

Mají rádi klid, pohodu a dobré vztahy. Jsou citliví, dokáží se vcítit do situace a pocitů druhých. Neradi poslouchají nepříjemné věci, kritiku si neradi připouštějí. Jsou loajální, ochotní poradit.

Na vytvoření vztahu potřebují více času. Nejsou si vždy zcela jisti sami sebou, ale jinak mají jistotu velmi rádi. Jsou trpěliví, klidně Vás vyslechnou, nebudou Vás příliš přerušovat, počítejte však s tím, že Vám také budou rádi a možná trochu déle než si přejete, povídat. Nejsou příliš rozhodní. Obávají se, aby špatným rozhodnutím „něco“, nebo spíše „někoho“ nepoškodili, neztratili dobré vztahy.

Jak s nimi jednat?

Chovejte se přátelsky a buďte trpěliví. Dávejte jim znát, že si jich vážíte a že si jejich práce ceníte. Nebuďte příliš formální, chovejte se uvolněně. Svou řečí těla dávejte najevo rozšafnost a pozitivní vztah. Snažte se získat jejich důvěru.

### **Extrovert**

Vyhledávají vzrušení a zábavu. Mají většinou hodně fantazie a imaginace. Mluví hlasitě a hodně se smějí. Neradi se podřizují striktně definovaným normám a pravidlům. Chtějí svobodu

a „rozlet“. Jejich schopnost generovat tisíce nápadů a vyjadřovat je, Vás někdy může odvést

od probírané věci. V zápalu nových myšlenek totiž zapomenou na to, o čem se původně hovořilo. Neurazí se však, když je vhodně vrátíte k původní otázce. Extrovert je nepozorný, roztěkaný. Rozsáhlé a nudné výklady nemá rád.

Jak jednat s extroverty?

Chovejte se srdečně a buďte vstřícní. Upoutejte ho něčím. Odlehčete začátek prezentace vtipem nebo mu dejte šanci, aby něco zábavného řekl sám. Dávejte při tom jasně najevo, že Vás to baví, snažte se mu něčím „nahrát“. Poskytujte mu prostor, nezapomeňte však zároveň

na „regulaci“, Vy jste ten, kdo to vede.

## J. Komunikace verbální

### 1. Přijel jsem autobem s Kolumbusem

Nejčastější gramatickou chybou je neznalost skloňování podle vzoru ZEUS – v televizi se díváte na Herkula, ne na Herkulese, Amerika byla objevena Kolumbem, ne Kolumbusem. Na druhou stranu je několik výjimek – nejezdíte autobem, ale autobusem. Možná budete překvapení, ani do Globusu nechodíte nakupovat.

### 2. Floskule

Podle Wikipedie je floskule: „...slohově nadnesený nebo jen obecně platný, ale neprocítěný, prázdný obrat, rčení, průpověď či fráze. Jedná se o výrazy, které nadužíváním ztratily životnost a obsah.“ Například: *ono se to nezdá; na druhou stranu; kdyby na to přišlo; kolem a kolem; nicméně* apod. Patří se také tzv. politická „*novořeč*“: *stavět mantinely, vše zprůhledňovat, mapovat cokoliv, monitorovat cokoliv, časový horizont, vysílat signály* a podobné.

### 3. Negativní prasátko

Nebojte se, tohle není nic o hygieně, jedná se o známý vtip: *Negativní prasátko jde po lese a všechna zvířátka jen uráží a je proti všemu. Najednou spadne do jámy a nemůže ven. Zajíc, který jde kolem, prasátko uvidí a říká: „Počkej tady, doběhnu pro žebřík!“ A prasátko na to: „A nepočkám zajíci, nepočkám!“*

Naučte se nepoužívat zápor. Na první pohled to nic neznamena, stanete se však lidem otevřenější a přístupnější. Nikdo nemá rád problémy. Zápor evokuje problém. Buďme pozitivní.

### 4. Česko – Český slovník (Slovensko – Slovenský slovník)

Aneb skutečné významy frazeologismů a jejich vhodné náhrady. Frazeologismus je ustálené spojení několika slov (nebo i jen jedno slovo), které se s něčím silně pojí. Je to podobné jako Pavlovovi psi. Jak se například tváříte, pokud Vás na ulici někdo osloví a řekne: „*Máte chvíličku?*“ Nemáte, vidíte, určitě Vám chce dotyčný něco prodat.

## 5. O čem to sakra mluví?

Vyhňte se používání velkého množství cizích slov a komplikovaných slovních spojení. Vaše řeč musí být pochopitelná a srozumitelná. Vaším přínosem je vždy nakonec množství informací, které dokážete studentům předat, ne to, jak sami problematice rozumíte. Pamatujte si: **odborníků je mnoho, ale lidí, kteří umí informace předat ne.**

## 6. Každá věta s otazníkem

Ještě jednou vtip: „*Miláčku, proč na každou otázku odpovídáš zase otázkou?*“ „*To vážně dělám?*“. Používání otázek probereme za chvíli, pamatujme na jednu věc: čeho je moc, toho je příliš. Vaše prezentace musí dát posluchačům prostor se vyjádřit, ne naopak. Prezentace není Vaše soukromá show, kde posluchači hrají jen roli statistů. Dobrý lektor se nenápadně po několika minutách dostane do role moderátora celého dne a zbytek je na posluchačích.

## K. Otázky

Téma otázek je natolik rozsáhlé, že se mu budeme nyní věnovat podrobněji.

Proč klást otázky? Pokuste se najít alespoň pět, nebo ještě lépe více důvodů k tomu, proč posluchačům klást otázky.

Seznam důvodů by mohl vypadat takto:

- a) Přehrajete pomyslný míček rozhovoru na stranu Vašeho partnera.
- b) Získáte čas na rozmyšlenou.
- c) Necháte toho druhého, aby si sám odpověděl.
- d) Zjistíte o tom druhém nové věci.
- e) Ukážete zájem.
- f) Dáte druhému pocit důležitosti.
- g) Dáte druhému prostor.
- h) Dozvíte se potřeby druhého.
- i) Změníte svůj monolog na dialog.
- j) Potvrdíte si, nebo vyvrátíte vlastní domněnky.
- k) Zapojíte ostatní.
- l) Vyvoláte diskusi.
- m) Vyjádříte taktně svůj nesouhlas a donutíte toho druhého, aby argumentoval sám proti sobě.

Otázky můžeme rozdělit do několika kategorií:

### 1) Otázky uzavřené

Tedy otázky, na které se můžete dozvědět jen dva druhy odpovědí – kladnou a zápornou. Např.: ANO/NE, VÍM/NEVÍM, ZNÁM/NEZNÁM. Jejich velké mínus je v tom, že Vám nepřinesou žádnou novou informaci, se kterou byste mohli dále pracovat – pouze potvrdí nebo vyvrátí Vaši původní myšlenku, Váš předpoklad. Používejte je jako šafránu, tedy málo a s rozmyslem. Obvykle se hodí na úplný konec dialogu, kde je namíště potvrzení, že



jsi se svým partnerem opravdu rozuměli (například při shrnutí závěrů). Uzavřené otázky obvykle začínají slovesem.

## **2) Otázky otevřené**

Jsou opakem otázek uzavřených. Začínají příslovcem (JAK, KDY, KOLIK, PROČ, KOMU, KAM, atd.). Jejich cílem je zjistit něco nového a jsou pro naši práci nejpřínosnější. Dovolí nám totiž nahlédnout do našeho partnera v dialogu, ukážou nám jeho myšlenky, jeho potřeby. Pro každého člověka na světě je nejdůležitější osobou ve vesmíru on sám. Každý o sobě rád hovoří (nebo o věcech, které ho zajímají). V zápalu zájmu, který z Vás vycítí, Vám o sobě prozradí kolikrát víc, než by Vám řekl, kdybyste se zeptali přímo.

## **3) Otázky alternativní**

Dávají tázanému na výběr pouze ze dvou (nebo více) alternativ a jsou tedy do určité míry manipulativní. Dobrý obchodník uzavírá svoji řeč například zavádějící otázkou „*Uzavřeme smlouvu teď, nebo Vám ji mám poslat poštou domů?*“ V tu chvíli už není otázkou, ZDA VŮBEC má klient zájem o zboží, ale jak jej obdrží. Alternativní otázky vždy obsahují slovíčko NEBO. Šetřete s nimi, schovávejte si je jako zbraň poslední obrany. Jejich časté používání vede k odhalení jejich podstaty a ztrátě bodů u posluchačů. Nikdo nechce být manipulován.

## **4) Vyžádaný souhlas**

Obdoba alternativní otázky, v mnohem útočnější formě. Na druhou stranu silná zbraň na provokace nebo vyrušování. Například: „... *ale to asi všichni dobře známe, vidíte?*“. Opět dobrá rada – používejte opatrně a málo.

## **5) Otázka rétorická**

Otázka, na kterou je odpověď všeobecně známá, otázka neutrální, která nevyžaduje odpověď. Svádí k používání floskulí, o kterých je napsáno výše. Např.: „*A po jaru přichází co? Ano, správně, léto...*“

## L. Komunikace neverbální

Ve svém životě často opomíjíme druhou část naší komunikace: **komunikaci neverbální**. Nepovažujeme ji za tak důležitou, jako je třeba schopnost vyjadřovat se srozumitelně a přesvědčivě, ovládat rétoriku, umět argumentovat atd. Neverbální komunikace je vývojově starší než komunikace verbální (slovní), funguje automaticky a hůře se ovládá vůlí. Velice snadno prozradí náš opravdový pocit nebo záměr. Právem je označována jako „**řeč těla**“. Radost a smutek, libost a nelibost, rozjařenost a úzkost, pohoda a zlost, bezprostřednost a ostych se vyjadřují ve všech kulturách stejně, bez rozdílu jazyka.

**Neverbální (mimoslovní) komunikací rozumíme vše, co slova doprovází:**

- Mimika
- Gestika
- Haptika
- Proxemika
- Pantomimika
- Paralangvistika
- Image

### **Mimika**

Mimika je spojena s obličejem, který je vlastně zdrojem informací o tom, co člověk opravdu cítí a prožívá, o jeho aktuálním stavu. K mluvení používáme celý obličej. Můžeme si ho rozdělit na tři hlavní zóny:

- čelo a obočí,
- oči, nos a ústa,
- brada.

Tady platí jediné pravidlo – usmívejte se, buďte příjemní. Úsměv nic nestojí, naopak za něj dostanete zapláceno.

## **Gestika**

Je označována jako „mluva rukou“. Gesta zvyšují názornost řečeného anebo naopak popírají to, co bylo řečeno. Pomocí gest můžeme dodat naší prezentaci váhu.

## **Haptika**

Je způsob předávání a přijímání informací prostřednictvím přímého doteku druhého člověka. Může mít různou formu a intenzitu, která závisí na pohlaví, věku i vztahu těchto dvou osob. V praxi se nejčastěji setkáváme s podáním ruky – při seznámení, při pozdravu, při rozloučení, při stvrzení obchodu, při vyjadřování soustrasti, při gratulacích apod. I při prezentacích (vystoupeních) bychom měli posluchače přivítat podáním ruky (samozřejmě jen tehdy, máme-li možnost přivítat je při příchodu a jedná-li se o menší skupinu).

## **Proxemika**

Všichni máme okolo sebe určitou „únikovou vzdálenost“, neviditelný kruh, bezpečnostní vzdálenost, kterou si nenecháme narušit. Tyto neviditelné kruhové zóny existují kolem každého člověka.

Intimní zóna je člověku nejbližší. Nachází se ve vzdálenosti cca 60 cm okolo každé osoby.

Osobní zóna (egalitní) je ve vzdálenosti 60 – 120 cm, což je vzdálenost na podání ruky. Je to hranice, kterou dodržujeme při kontaktu s cizím člověkem. Pokud se příliš vzdálíme od spodní hranice této zóny, působíme na druhého chladně, arogantně.

Zóna respektu (sociální zóna) začíná vně kruhu ve vzdálenosti 120 cm. Tento odstup člověk zachovává, hovoří-li s nadřízenou osobou nebo jinou váženou osobou.

Veřejná zóna začíná ve vzdálenosti 200 – 240 cm od příslušného jedince. Tato zóna je typická právě pro přednášky či prezentace; první řada účastníků by se měla nacházet přibližně v této vzdálenosti od řečníka (herec na jevišti a divák v hledišti, lektor a posluchači).

## **Pantomimika (posturika)**

Pantomimika je komunikace celkovým fyzickým postojem člověka (držení těla a jeho pohyb). Postoj člověka se mění s ohledem na situaci, ve které se nachází (odvrácení, otočení těla, naklonění těla apod.). Postoj také závisí na tom, zda je člověk sám nebo ve

společnosti druhých osob. Pokud si uvědomujeme, že nás někdo pozoruje, měníme svůj postoj a držení těla.

### **Paralingvistika**

Paralingvistika zahrnuje aspekty řeči, které nesouvisí přímo s obsahem sdělované informace a které nenajdeme v písemném projevu. Patří sem např. rychlost řeči, hlasitost, tón, barva hlasu, přízvuk, intonace, důraz. Do paralingvistiky řadíme také chyby v řeči, kterým se většina z nás ve svém mluveném projevu nevyhne. Měli bychom se však snažit o jejich odstranění, protože ve většině případů znehodnocují náš slovní projev a mohou odradit posluchače. Např. *ééé, ehm, prosím vás, tak, tak jo, prostě, pakliže, vlastně, tedy, chápete...*

## M. Řeč těla a prezentace

Svou prezentaci začínáme vždy hlasitěji, než jsme normálně zvyklí mluvit, protože potřebujeme přilákat pozornost publika. Je dokázáno, že v životě mluví hlasitěji ti, kteří své věci rozumějí, věří v ni a považují ji za důležitou. Hlasitá mluva také vede k tomu, že se snažíme pečlivěji vyslovovat.

Abychom získali pozornost posluchačů i zájem o náš projev, nestojíme shrbeně, hlavu mírně nakloníme k posluchačům, ruce držíme zpočátku volně podél těla, později je držíme v úrovni pasu. Při prezentaci nestojíme na jednom místě (dojem strnulosti, strachu), ale zase naopak nepřecházíme samoučelně, jen proto, abychom uklidnili sami sebe. V očích posluchačů bychom byli nervózní figurkou přecházející neustále bezcílně sem a tam. Snažme se proto vždy o cílený, zdůvodněný pohyb (pro rekvizitu, k tabuli, k posluchačům, pokud odpovídáme na otázku apod.).

Formální a neformální prezentace provádí dnes ve své práci stále více lidí. Když mluvíme ke skupině, je důležité vědět, kam se postavit. Prezentující by měl mít okolo sebe dostatečný prostor, aby byl viděn všemi posluchači v místnosti a aby i on na všechny viděl. Při větší vzdálenosti je třeba přizpůsobit prostoru rychlost řeči, intonaci, sílu hlasu a také gestikulaci.

### Proč je důležité zvládat řeč těla

Když předstoupíte před auditorium, vytváří si Vaši posluchači vždy nejprve první dojem. Významnou roli v tom, jak na ně zapůsobíte, přitom hraje právě řeč Vašeho těla (postoj, gesta a mimika). Signály, jež do okolí lidské tělo při komunikaci vysílá, vnímá nezaspěčený člověk podvědomě, aniž by si uvědomil jejich význam. Během prvních minut tak nebude hodnocení jen podle toho, **CO** říkáte, ale i **JAK** to říkáte a **co říká Vaše tělo**.

O tom, zda uspějete, rozhodne z 80 % celkový dojem, jímž na posluchače zapůsobíte. Dokazují to výzkumy vědců z amerických univerzit. Na důležitosti řeči těla se shodují i zaměstnavatelé. Když jim přijde na pohovor během dne hned několik kandidátů, většinou jim utkví v paměti ti s největším charizmatem.

## N. Na co si dát pozor

První dojem si posluchači utvoří, jak už bylo řečeno, během několika počátečních vteřin. Ještě dříve než něco řeknete, už přijímají signály vysílané Vaším tělem.

Vaše gestikulace a mimika jim napoví, zda opravdu mluvíte pravdu. Snažte se tedy působit sebevědomě. Váš projev bude o to přesvědčivější, čím více budete věřit tomu, co říkáte. Chovat se sebejistě není hlavně ze začátku zrovna jednoduché, protože Vás pravděpodobně do určité míry zároveň svazuje tréma.

Následující rady Vám pomohou vzbudit dobrý dojem:

- Když podáváte ruku, nesmí být jako leklá ryba.
- Nehrbte se. Pokud to situace vyžaduje a Vy sedíte, sedíte vzpřímeně, a přitom pohodlně. Opřete se a neseďte jen na krajíčku.
- Neuhýbejte pohledem, posluchačům se dívejte do očí, stejnoměrně rozděľujte svoji pozornost mezi všechny přítomné. S délkou pohledu to však zároveň nepřehánějte, mohlo by to působit nepříjemně, až vyzývavě.
- Dávejte si pozor na své ruce a nohy. Typickými projevy nervozity jsou například bubnování prsty, žmoulání kousku oblečení, kopání do stolu apod.
- Ruce také nikdy nekřížte, znamenalo by to zaujmutí obranné pozice.
- Mnutí nosu či protírání očních víček může prozradit lháře.
- Skloněná hlava ukazuje na bojácnost a uhýbavost, podrbání ve vlasech pak na nejistotu.

## O. Obtížné situace

### Co je to námitka?

Mnohem přesnější by bylo říci, co námitka není – nesouhlas. Pokud náš partner v rozhovoru něco namítá, neznámá to, že s námi přímo nesouhlasí, ale že má například jiné informace, nebo se mu naše informace zdají stěží uvěřitelné v porovnání s jeho zkušeností a potřebuje si jen něco ujasnit nebo nechat znovu vysvětlit.

Námitka je znakem toho, že ten druhý s námi komunikuje a o naši věc se zajímá. Námitka je nejlepší způsob, jak dostat svého partnera v rozhovoru na svou stranu a upevnit vzájemný vztah.

### První krok – O.C.D (O co jde?)

Rozklíčovat námitku a zjistit její pravou podstatu je základ jejího zvládnutí. Je velký rozdíl mezi prvotní námitkou např. „*Ale to je moc složité!*“ a její skutečnou podstatou – „*Zdá se mi nepohodlné zmáčknot po sobě tyhle tři knoflíky.*“ Použijte variace na uvedené věty:

**„Můžete to prosím trochu upřesnit?“**

**„Co konkrétně myslíte?“**

### Druhý krok – Přijmout námitku

Pamatujte – námitka je málokdy mířena proti Vám osobně, většinou se týká samotného tématu rozhovoru, ne konkrétně Vás. Přijměte námitku, nesmíte s ní však přímo souhlasit, potom už není další prostor pro pokračování rozhovoru. Přijmutím nabídky nacházíte společnou řeč, dáváte najevo, že nejste vzájemně protivníky, ale partnery, kteří mají stejný zájem celou záležitost vyřešit.

**„Ano, chápu Vaše hledisko.“**

**„Souhlasím s Vámi, že to tak vypadá...“**

### Třetí krok – Řešení

Nikdy nepřesvědčujte namítajícího o své pravdě, ale hledejte společné řešení. Řešení je něco, o co každý stojí, protože mu slibuje profit.

**„Ano, to není nic složitého...“**

**„To půjde velice snadno vyřešit, protože...“**

#### **Krok čtvrtý – Uzavření dohody**

Položte závěrečnou otázku a potvrďte si tak navzájem, že jste si oba rozuměli a že řešení je pro oba výhodné.

***„Dobrá, když to tedy shrneme...“***

***„Závěr naší dohody tedy je....“***



## P. Doporučená a použitá literatura

| Název                               | Autor       |
|-------------------------------------|-------------|
| Jak správně myslet, jednat a mluvit | D. Carnegie |
|                                     |             |
|                                     |             |



## Q. Poznámky

