

Česká zemědělská univerzita v Praze

Institut vzdělávání a poradenství

Katedra celoživotního vzdělávání a podpory studia



**Prezentační dovednosti studentů třetího ročníku
na Institutu vzdělávání a poradenství**

Bakalářská práce

Autor: Tereza Martincová

Vedoucí práce: PhDr. Lucie Smékalová, Ph.D. et Ph.D.

2018

Zadávací list

Zadávací list

ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma:

Prezentační dovednosti studentů na Institutu vzdělávání a poradenství

vypracovala samostatně a citovala jsem všechny informační zdroje, které jsem v práci použila a které jsem rovněž uvedla na konci práce v seznamu použitých zdrojů.

Jsem si vědoma, že na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů, především ustanovení § 35 odst. 3 tohoto zákona, tj. o užití tohoto díla.

Jsem si vědoma, že odevzdáním bakalářské práce souhlasím s jejím zveřejněním dle zákona č. 111/1998 SB., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů, a to i bez ohledu na výsledek její obhajoby.

Jsem si vědoma, že moje bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitní databázi a bude veřejně přístupná k nahlédnutí.

Svým podpisem rovněž prohlašuji, že elektronická verze práce je totožná s verzí tištěnou.

(podpis autora)

V Praze dne _____

PODĚKOVÁNÍ

Velmi ráda bych poděkovala vedoucí mé bakalářské práce PhDr. Lucii Smékalové, Ph.D. et Ph.D., za její úsilí, ochotu a strávený čas, který si pro mě vyhradila. Její přátelský přístup, ale zároveň její spravedlivost velmi oceňuji. Vážím si všech rad, které mi poskytla. Dále bych chtěla poděkovat všem, co mě po celou dobu psaní bakalářské práce podporovali.

ABSTRAKT

Bakalářská práce s názvem „Prezentační dovednosti studentů třetího ročníku na Institutu vzdělávání a poradenství“ se v teoretické části zabývá popisem základních pojmů, jako je komunikace, prezentace, přednáška a vzdělávání. Následně vymezuje důležité aspekty pro efektivní prezentování, což zahrnuje samotné tvoření prezentace, plánování projevu, první dojem, strukturu prezentace, její obsah, cíle, neverbální komunikace. Nebyla opomenuta také téma při vystupování. A to vše na základě odborné literatury.

Praktická část studuje studenty třetího ročníku oboru Poradenství v odborném vzdělávání, na Institutu vzdělávání a poradenství v Malé Chuchli. Bakalářská práce se zaměřila na zjištění vlivu studia na studenty v prezentačních dovednostech, a jejich postoje k prezentování. Postoje a vliv studia na vysoké škole byl zjišťován formou dotazníku, který obsahoval dohromady 9 položek. Odpovědi byly vyhodnocovány do přehledných a jednotných grafů, kromě jedné, na kterou se odpovídalo pouze slovně. Na základě zjištění a případné potřeby bude navrženo řešení zajímavé jak pro budoucí studenty, tak i pro školu.

KLÍČOVÁ SLOVA

Komunikace, prezentace, prezentující, publikum, prezentační dovednosti, evaluace, autorita

ABSTRACT

Bachelor thesis „Presentation skills for students of third grade on Institute of education and counseling“ describes basic concepts such as communication, presentation, lecture and education. It then defines important aspects for effective presentation, which includes the creation of the presentation, speech planning, the first impression, the structure of the presentation, the content, goals and non-verbal communication. Has not been omitted a nervousness during performance. And all based on professional literature.

The practical part's studying students of the third grade of the Counseling in vocational education, on Institute of education and counseling in Malá Chuchle. The bachelor thesis focused to the finding of influence university studies to students and their attitudes towards presentation. The attitudes and influence of study at university were surveyed by means of a questionnaire, which contained 9 items altogether. Responses were evaluated in clear and consistent charts, except for one that was only verbally answered. Based on the findings and possible needs, a solution will be proposed for both prospective students and school.

KEYWORDS

Communication, presentation, lecturer, audience, presentation skills, evaluation, authority

OBSAH

Úvod.....	10
TEORETICKÁ ČÁST.....	12
1 Cíl a metodika práce	12
2 Pojmy	13
2.1 Komunikace	13
2.1.1 Lasswellovo pravidlo	13
2.1.2 Druhy komunikace.....	15
2.2 Prezentace.....	16
2.2.1 Druhy prezentace	17
2.2.2 Typy prezentace	18
2.3 Přednáška.....	19
2.4 Vzdělávání	20
3 Studium oboru Poradenství v odborném vzdělávání (IVP, ČZU)	21
4 Tvorba prezentace a plánování projevu	22
4.1 První dojem.....	23
4.2 Plánování projevu a prezentace.....	24
4.3 Obsah	25
4.3.1 PowerPoint	26
4.4 Cíle prezentace	27
4.5 Image prezentujícího.....	30
4.6 Vizuální kontakt.....	32
4.7 Pohyb a postoj	33
4.8 Gestika.....	33
4.9 Paralingvistika	34
4.10 Publikum	34

4.10.1	Pozornost publika.....	34
4.11	Nejčastější chyby v projevu	36
4.12	Didaktická technika a technologie.....	37
4.13	Evaluace výstupu.....	38
5	Tréma.....	40
5.1	Projevy trémy	42
5.2	Pomoc při trémě.....	42
6	Argumentace.....	44
PRAKTICKÁ ČÁST		49
7	Design praktické části	49
7.1	Organizace.....	49
7.2	Design průzkumného šetření	49
7.3	Výběr a charakteristika respondentů.....	50
7.4	Metoda sběru dat.....	50
7.5	Cíle a stanovení průzkumných otázek	50
8	Interpretace a analýza dat.....	51
9	Shrnutí průzkumného šetření	64
ZÁVĚR		66
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ		68
SEZNAM TABULEK, OBRÁZKŮ A GRAFŮ		72
SEZNAM PŘÍLOH.....		73
PŘÍLOHY		

Úvod

Bakalářská práce s názvem „Prezentační dovednosti studentů třetího ročníku na Institutu vzdělávání a poradenství“ se na základě odborné literatury zabývá problematikou prezentování před skupinou, důležitými hledisky efektivní prezentace a vysvětlením základních pojmů, které se pojí k prezentování.

Mezi zmíněné pojmy patří především pojem komunikace, jak a kde probíhá a jak se dělí. Dělí se na verbální a neverbální komunikaci. Dalším pojmem je prezentace, její druhy, kterými jsou datová, produktová a motivační prezentace, a její typy. Vysvětlenými pojmy v bakalářské práci jsou i přednáška, vzdělávání a vzdělávání dospělých.

V kapitole č. 4 je rozebráno, kam směřuje studium na Institutu vzdělávání a poradenství, obor Poradenství v odborném vzdělávání.

Kapitola č. 5 je velmi rozsáhlá, jelikož se věnuje prezentaci jako celku, její tvorbě a plánování. Při vystupování je potřeba dbát na všechny složky prezentace, naplánovat si projev, a nakonec vše dát dohromady jako jeden celek. Umění pracovat s časem je opravdové umění. Velmi důležitý je první dojem z osoby, který prezentuje. Názor na něho si člověk utváří již během několika prvních vteřin (Kabátek a Lošťáková, 2010, s. 92). Věnovat pozornost i při tvorbě samotného obsahu prezentace, jeho strukturu a provedení, správné stanovení cílů a vědět, jak se obléknout pro správný typ prezentace, a to v případě že prezentující je muž, nebo ženou. Bakalářská práce se zabývá i pojmy neverbální složky komunikování, jako oční kontakt, pohyb a postoj, gestikulace, paralingvistika. Popisuje mimo jiné i to, jak si udržet pozornost publika, ať už formou aktivizace, tak autoritou, nebo také využití didaktických prostředků. V bakalářské práci je také zmíněna evaluace výstupu a jaké jsou její formy a zdůrazněna její důležitost pro prezentujícího.

Nervozita nebyla opomenuta a věnuje se jí celá kapitola č. 6. Popisuje, co to tréma je, jaké jsou její projevy a v neposlední řadě i určité pomůcky pro odbourání trémy.

Také argumentace nezůstala bez povšimnutí, v teoretické části se rozepisuje, jak používat argumentování, jaká jsou vhodná slovní spojení, nebo naopak, která slovní spojení nepřípadají v úvahu.

Celá teoretická část je propojena s praktickou, kde praktická část studuje studenty třetího ročníku oboru Poradenství v odborném vzdělávání, na Institutu vzdělávání a poradenství v Malé Chuchli.

Praktická část je tvořena průzkumným šetřením, formou dotazníku, který obsahuje devět položek. Konečné výsledky jsou odhaleny v kapitole č. 9 – Interpretace a analýza dat.

Konečným cílem práce je zjistit postoj studentů a vliv studia na vysoké škole na jejich prezentační dovednosti a vytvoření návrhu na případné zlepšení.

TEORETICKÁ ČÁST

1 Cíl a metodika práce

Cílem práce je, na základě odborné literatury, zjistit, jaký je vliv studia oboru Poradenství v odborném vzdělávání, na studenty třetího ročníku, jejich postoj k prezentování.

Cílovou skupinou, kterou zkoumá praktická část práce, jsou studenti třetího ročníku oboru Poradenství v odborném vzdělávání, na Institutu vzdělávání a poradenství, na České zemědělské univerzitě v Praze.

Práce se zabývá problematikou prezentačních dovedností, vymezuje jednotlivá kritéria, pro splnění úspěšné prezentace a vymezuje faktory, které prezentaci mohou ovlivňovat. Druhá, praktická část práce se zabývá vlivem studia již zmíněných studentů třetího ročníku a jejich celkovým postojem k prezentování. Informace od studentů budou zjišťovány formou dotazníkového šetření, elektronickou formou, a na základě šetření bude případně navrženo doporučení.

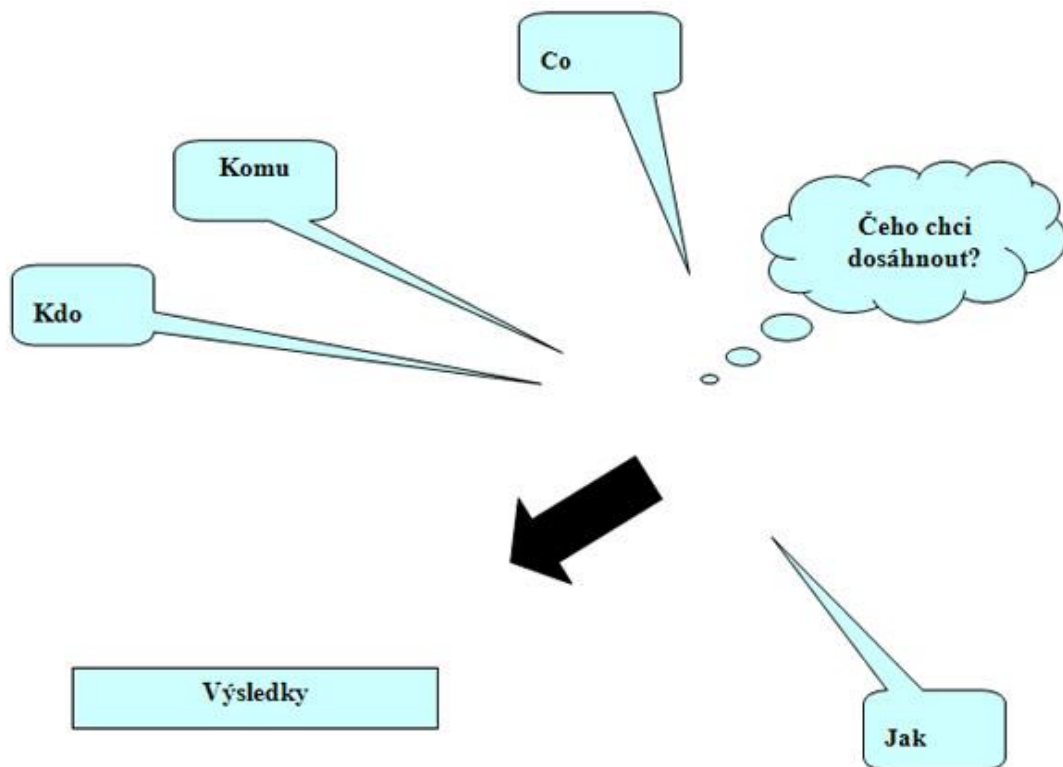
2 Pojmy

2.1 Komunikace

Existuje mnoho definic pro komunikaci. Nejčastěji citovaná, je podle politologa Harolda Lasswella (Jiřincová, 2010, s. 19): „*kdo říká co, jakým kanálem ke komu s jakým účinkem, proč a s jakým záměrem*“.

2.1.1 Lasswellovo pravidlo

Obrázek 1: Lasswellovo pravidlo



Zdroj: Příprava prezentace, 2017

Tato definice skrývá všechny důležité proměnné. Zahrnuje samotné proudění informací od zdroje k příjemci, jakým způsobem je komunikace prováděna, jaký k tomu je důvod a jaký to má dopad na příjemce (Vybíral, 2009, s. 27).

„NELZE NEKOMUNIKAOVAT! Jakmile se dva lidé dostanou na dostřel (někdy i dříve), nutně spolu komunikují, a to i v případě NEKONTAKTU.“ (Slavík a kol., 2012, s. 43)

Komunikace by probíhala jinak, kdyby u výměny informací někdo byl, nebo nebyl.

„Někteří psychologové rozumějí komunikační výměnou jak sdělování, tak sdílení.“ (Vybíral, 2009, s. 25).

„Kontextová modalita“ tak pojmenoval Mikuláščík (2010, s. 28), ve své knize Komunikační dovednosti v praxi, vlivy okolí na komunikaci a její kontext. Mezi tyto vlivy autor uvedl: čas komunikování, prostor, emoce, formálnost, shoda v jazyku mezi oběma stranami, očekávané chování, motivace a účel komunikace, věk a pohlaví, sociální poměry, sociální pozice a role účastníků.

Komunikaci vytváříme, jsme její součástí, dokonce na ni máme vliv, když nejsme přímými účastníky (Vybíral, 2009, s. 25).

Funkce, jinými slovy účel komunikace jsou různé. Rozděluje se pět hlavních funkcí lidské komunikace (Vybíral, 2009, s. 31):

Informovanost – předat informaci, oznamovat, doplňovat jiné informace...

Instruovat – naučit, zasvětit...

Přesvědčit – aby příjemce změnil, nebo pozměnil své názory, ovlivnit někoho...

Vyjednat – domluvit se, něco řešit a vyřešit, dohodnout se...

Pobavit – rozveselit sebe a druhé...

2.1.2 Druhy komunikace

Komunikace existuje buď verbální (slovní), nebo neverbální (beze slov). Fungují dohromady a většina přenosu se odehrává ve složce neverbální (Jiřincová, 2010, s. 95).

1) Verbální komunikace

Verbální komunikace je základní dorozumivací prvek člověka a jedná se o propojení lidí (Janoušek, 2015, s. 10).

„Verbální komunikace je individuální i sociální, formální i obsahová, spontánní i dodržující normy, mluvená i psaná.“ (Janoušek, 2015, s. 10).

Podle Vymětala (2008, s. 113) se verbální komunikace rozděluje na komunikační roviny, druhy komunikace a komunikační styly (koncepční, konverzační, operativní, vyjednávací, ...):

Komunikační roviny:

Racionální komunikace – zde se zapojí hlavně rozumová složka komunikace;

Emocionální komunikace – způsob podání sdělení, forma komunikování a pocity účastníků. Jedná se o psychologickou složku komunikace.

Druhy verbální komunikace:

Formální komunikace – jedná se o předem stanovený projev s naplánovanými cíli;

Neformální komunikace – mnohem častější výskyt než formální komunikace. Jde o předem nepřipravený projev.

2) Neverbální komunikace

„Neverbální sdělení je názorné, smyslově vnímatelné a vyjadřuje emocionální stav, na rozdíl od verbálního sdělení není pojmové a abstraktní.“ (Jiřincová, 2010, s. 95).

Jelikož je neverbální složka podle vývoje starší a mnohem hůře se kontroluje, na rozdíl od složky verbální, čím více citů a postojů se do neverbálního projevu promítne, tím snáze se člověk spíše přikloní právě k neverbálnímu sdělení, pokud s verbální složkou nebude v souladu. Ovšem tento nesoulad s sebou přináší komunikační neshody a mnohdy komplikace u všech účastníků sdělení (ironie, sarkasmus, a jiné) (Jiřincová, 2010, s. 95; Plamínek, 2012, s. 43–44).

„Neverbální komunikace může verbální v určitých případech zcela nahradit, může ji zvýraznit, odporovat jí nebo měnit její význam.“ (Jiřincová, 2010, s. 95).

Druhy neverbálního sdělování se podle Jiřincové (2010, s. 960) rozděluje podle prostředků vyjadřování:

- gestika – pohyb rukou (Nelešovská, 2005, s. 51),
- kinezika – pohyby (Nelešovská, 2005, s. 51),
- mimika – řeč obličeje (Nelešovská, 2005, s. 47),
- posturologie – postoj těla (Nelešovská, 2005, s. 53),
- haptika – doteky a tělesný kontakt (Vymětal, 2008, s. 66),
- proxemika – vzdálenost mezi účastníky komunikace (Nelešovská, 2005, s. 54),
- paralingvistika – mimojazykové faktory ve verbálním sdělení (Vymětal, 2008, s. 115),
- vzhled.

2.2 Prezentace

Prezentace je:

„Osobní přednes strukturovaného sledu myšlenek, podporovaného vizuálními pomůckami, shromážděnému auditoriu.“ (Hierhold, 2008, s. 17).

Prezentace je tedy přenos různých informací a je zaměřená na určitou cílovou skupinu osob. Je to způsob, jak posluchači, či posluchačům předat, předložit, předvést a projevit názory, návrhy a myšlenky (Medlíková, 2010, s. 12).

Úspěšná prezentace zahrnuje několik základních bodů, které by prezentující měl splnit. Mezi tyto body spadá specifikace cílů prezentace, strukturu prezentace, správné použití argumentů, interaktivní prostředí, didaktické pomůcky a jejich správné využití, pohodlí posluchačů a jasné výstupy neboli závěr (Medlíková, 2010, s. 12; Hierhold, 2008, s. 28).

2.2.1 Druhy prezentace

Medlíková (2010, s. 14-16) ve své knize Přesvědčivá prezentace rozlišuje tři druhy prezentování. Každá je jiná, každá se hodí k jinému účelu, ale zároveň se prolínají.

a. Datová prezentace

Jde o předání pouhých informací a dat, nebo něco sdělit.

Používá se především při seznámení posluchačů o stavu projektu, o nových nařízeních a zákonech, nebo seznámení s nějakým tématem.

b. Produktová prezentace

Záměr je zaujmout, něco vyřešit a navrhovat různá řešení.

Známá je hlavně při obchodních setkáních. Prezentující chce nabídnout produkty, služby, myšlenky, nějaké návrhy ve společnosti, a jiné.

c. Motivační prezentace

Řeší se zde motivace posluchačů nebo zaměstnanců, publikum zaujmout nebo nabudit.

Při této prezentaci se řeší návrhy na změny, jedná se o workshopy, praktické znázornění, hraní rolí, ...

2.2.2 Typy prezentace

Hierhold (2008, s. 23–24) rozdělil typy prezentací do deseti bodů:

a. Porada v práci

Účastníci jsou osoby, které se znají a pravděpodobně budou mít stejné postavení. Řeší se zde konkrétní problém a účastníci mají možnost podat návrh na řešení problému.

b. Porada o projektu

Účastníci jsou osoby, které se jakkoliv podílejí na vypracování daného projektu. Podstata porady je instruovat o stavu a krocích, které jsou spojené s projektem.

c. Prezentace pro vedení společnosti

Účastníci jsou vedoucí oddělení dané společnosti. Důležitými náležitostmi je informování o stavu a budoucích rozhodnutích firmy, projednat plány a případně odhlasovat či odsouhlasit jejich návrhy.

d. Odborná přednáška

Účastníci jsou pracovníci v konkrétním oboru a přednáší externista. Projednávají se zde výsledky průzkumů či experimentů.

e. Motivační konference

Účastníky mohou být lidé z pracovního oddělení, nebo celá společnost. Tím, kdo prezentaci vede často bývá interní člověk a se snaží o sjednocení osob v kolektivu a jejich motivaci.

f. Prodejní prezentace

Účastníky jsou zákazníci, potencionální zákazníci či odběratelé a prezentující se snaží produkt uvést v tom nejlepším světle.

g. Stanovisko

Účastníkem je veřejnost, která se o společnost, nebo o problém zajímají. Informace dostávají od představitel společnosti na vysoké pozici a snaží se, aby jeho stanovisko bylo respektováno.

h. Informační akce

Účastníci jsou osoby, kteří o daném tématu nemají mnoho informací, ale tyto informace jim prezentuje odborník znalého oboru. Informace jim poskytuje co možná nejjednodušeji pro pochopení dané skupiny publika.

i. Plakáty a panely

Účastníkem se stává ten, kdo kolem objektu projde a všimne si ho. Účelem je oslovit zajímavým tématem tak, aby si člověk tématu, které je vyobrazené na plakátu či panelu, všiml a zaujal. Objekt informuje o konkrétním čase, délky konání a obsahu daného tématu.

j. Školení

Účastníky školení jsou dospělé osoby, předávají se informace, zkušenosti a jiné, v delším časovém období.

2.3 Přednáška

Přednáška je organizovaná forma předávání informací převážně monologickým projevem a je vhodná pro teoretické objasnění či výuku určitého problému, či tématu. Kromě monologického projevu se přednáška vyznačují i tím, že je hromadná (přednášející oslovuje větší skupinu lidí). Nejčastěji se pro vizuální zobrazení využívá program PowerPoint (Slavík a kol., 2012, s. 28).

„Cílem je probrat systematicky jedno téma.“ (Slavík a kol., 2012, s. 28).

2.4 Vzdělávání

„V odborném významu je vzdělávání to, co se označuje termínem edukace, tedy proces řízeného učení a vyučování, k němuž dochází typicky v edukačním prostředí školy nebo jiném edukačním prostředí.“ (Průcha a Veteška, 2012, s. 274).

Společnost poukazuje na to, že právě vzdělávání je základní z podmínek lidského rozvoje (Průcha a Veteška, 2012, s. 274).

Vzdělávání dospělých

„Vzdělávací proces, který zahrnuje veškeré vzdělávací aktivity realizované dospělými jedinci v rámci formálního a neformálního vzdělávání.“ (Průcha a Veteška, 2012, s. 275).

Formální vzdělávání je vzdělávání za cílem dosažení požadovaného stupně vzdělání ve školním prostředí. Neformální vzdělávání nabízí širší okruh příležitostí a možností (Průcha a Veteška, 2012, s. 275).

3 Studium oboru Poradenství v odborném vzdělávání (IVP¹, ČZU)

„Cílem studia je poskytnout absolventům kompetence pro výkon odborných a řídicích činností v oblasti dalšího odborného vzdělávání.“ (Poradenství v odborném vzdělávání, 2018).

Studovat lze ve formě prezenční i kombinované. Po absolvování studia je absolvent schopen, na základě odborných kompetencí, připravovat vzdělávací kurzy a vést je, tvořit vzdělávací programy, provádět evaluaci na proces a zakončení odborného vzdělávání, dále bude schopen aktivně se zapojovat do průběhu odborného vzdělávání a mnoho dalších výstupů. Absolvent se může rozhodnout pro povolání například jako pedagogický pracovník, nebo poradce ve směru, kterým se bude specializovat. Jelikož bude absolvent schopen také řídit různé pracovní skupiny, může se zapojit i do celoživotního učení a do rozvoje lidských zdrojů. (Poradenství v odborném vzdělávání, 2018).

¹ Institut vzdělávání a poradenství

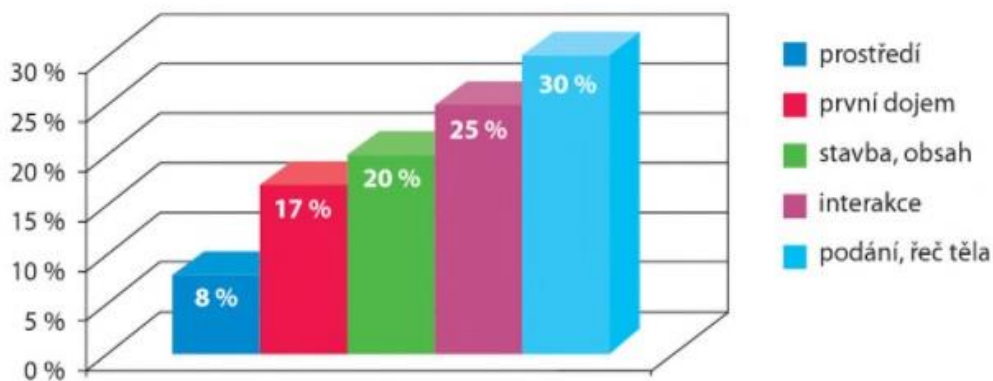
4 Tvorba prezentace a plánování projevu

Autoři knihy *Obchodní a manažerská prezentace* (Kabátek a Lošťáková, 2010, s. 24) provedli výzkum, který měl za cíl zjistit, které faktory mají největší vliv na úspěšnou prezentaci. Zajímali se o pět složek prezentace, a jaký mají vliv:

- 1) Prostředí prezentace.
- 2) První dojem, osobnost prezentujícího.
- 3) Obsah prezentace, jestli je přehledná, věcná, srozumitelná a logická.
- 4) Interakce, vtáhnout posluchače do prezentace, reagovat na dotazy a námítky.
- 5) Způsob podání prezentace, řeč těla, neverbální prvky, oční kontakt, postoj prezentujícího.

Výsledek byl převeden do grafu, kde pro celkově úspěšnou prezentaci bylo bráno 100 %, které se rozdělilo mezi výše uvedené aspekty.

Graf 1: Faktory úspěšnosti prezentace



Zdroj: Kabátek a Lošťáková, 2010, s. 25

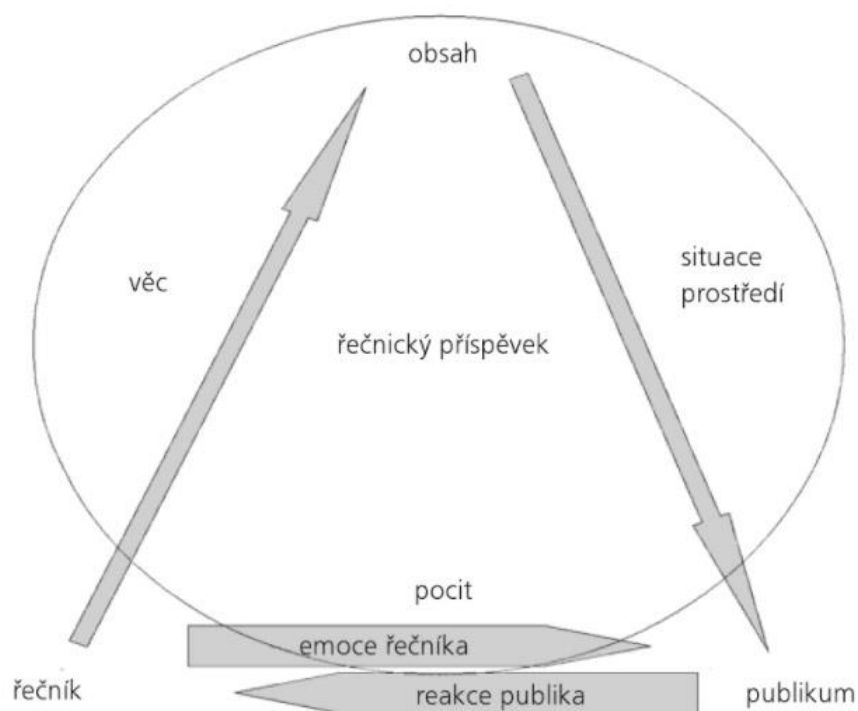
Wernerová (2010, s. 62) ve své knize uvádí, že statistiky ukazují procentuální podíl takto: 50 % neverbální komunikování, 25 % verbální vyjadřování a obsah, 25 % vzhled.

Tento graf je porovnáván v rámci praktické části, v kapitole č. 9, kde studenti třetího ročníku oboru Poradenství v odborném vzdělávání, na Institutu vzdělávání a poradenství, na České zemědělské univerzitě v Praze, posoudili dle svého názoru důležitost výše uvedených aspektů v prezentaci.

4.1 První dojem

První dojem si člověk utváří již během několika vteřin. Při prvním vystoupení před účastníky je potřeba na to myslet (Kabátek a Lošťáková, 2010, s. 92).

Obrázek 2: Trojúhelník dojmu



Zdroj: Bilinski, 2011, s. 22

Výše uvedený trojúhelník znázorňuje, které aspekty mohou být publikem zhodnoceny při prvním dojmu z řečníka (Bilinski, 2011, s. 22).

Než prezentující poprvé vystoupí před auditorium, měl by si zkontrolovat, zda má vše v pořádku jak v prezentaci, tak na svém vzhledu. Jakmile dojde před oči všech přihlížejících, tak by měl stát tak, aby ho všichni viděli a aby on na všechny viděl. Také by si měl dát pozor, aby nestál před světlem projektoru. Cestou na místo, ze kterého se řečník chystá prezentovat, by neměl mluvit a dát prostor účastníkům, aby si řečníka prohlédli, zatím co je on vítá úsměvem, tzv. ukotvení. Je to i jeden ze způsobů, jak získat autoritu.

Až je kotvení dokončeno, řečník by měl začít pozdravem, oslovením publika, představením se a nakonec předestřít, o čem se bude hovořit a také jak dlouho to bude trvat (Kabátek a Lošťáková, 2010, s. 92).

Když se první vstup před auditorium nepodaří, jak by prezentující očekával, třeba se mu zadrhne řeč, nebo zakopne, může to být i pozitivní. Jakákoliv netradiční vsuvka může v auditoriu vyvolat pozornost (Wernerová, 2010, s. 65).

V praktické části bakalářské práce v kapitole č. 9, je uvedeno, jestli studenti oboru Poradenství v odborném vzdělávání vědí, jak upoutat publikum.

4.2 Plánování projevu a prezentace

Pro úspěch prezentace Bilinski (2011, s. 28) uvádí, že základem úspěchu je důsledná příprava na ni. Každá prezentace by měla mít určitou strukturu, podle které se bude prezentující řídit. Na přípravu by se nemělo šetřit časem, jedná se o nejdůležitější prvek prezentace.

Podle Zormanové (2017, s. 202) si prezentující nejen musí určit strukturu své prezentace, ale hlavně časové vymezení. Co se týče obsahu, autorka uvádí, že se obsah prezentace tvoří přesně na míru pro publikum, před které prezentujícího předstoupí.

Před započítím přípravy na samotný výstup je potřebné, aby si prezentující objasnil otázky, které celou prezentaci doprovází – co je účelem prezentace, jaké jsou cíle, co chce prezentující sdělit publiku, jaká je časová dotace a vyfiltrovat, které informace jsou nezbytné pro sdělení, které jsou žádoucí a které nejsou podstatné (Vymětal, 2008, s. 187).

Pro přípravu prezentace je potřeba dbát na potřeby, znalosti, dovednosti a zájmy publika. Podle toho se pak prezentující může zorientovat a přizpůsobit svou odbornost projevem. Než si prezentující začne tvořit prezentaci, měl by myslet na to, aby prezentace byla dobře čitelná, jednoduchá, srozumitelná a v neposlední řadě srozumitelná. V neposlední řadě by se měl připravit i na možný nesouhlas a výhrady ze strany publika (touto problematikou se zabývá kapitola č. 7) (Zormanová, 2017, s. 202).

Dobré je mít při ruce k prezentování i materiály, o které je možno se opřít v případě nesnáze. Nikdy poznámky nepředčítat z papíru, tím se prezentující připraví o důvěru, ztratí náklonnost publika a nejspíše i další možnost přednesu (Wernerová, 2010, s. 56).

4.3 Obsah

Pro srozumitelnost a logičnost prezentace si prezentující vytvoří osnovu, podle které se bude řídit. Zpravidla se jedná o tři záchytné body, kterými jsou úvod, obsah a závěr samotné prezentace (Wernerová, 2010, s. 54).

Struktura podle Bilinskiho (2011, s. 28) v pořadí, ve kterém by přednášející měl postupovat:

- cíl prezentace,
- očekávání publika a prostředí,
- závěr,
- obsah,
- úvod,
- doplňující informace (fotografie, obrázky, grafy, ...) a praktické příklady.

Pamatovat se musí i na přestávky v průběhu prezentování. Do prezentace je nutno zanést několik přestávek, které budou sloužit k pročištění hlavy publika, vyvětrání vzduchu a občerstvení. Přestávky by se měly dělat minimálně jeden krát za hodinu a půl, ne později, a to minimálně na deset až patnáct minut (Langer, 2016, s. 51).

„S časem klesá pozornost i schopnost zapamatování, a tím i efektivita výuky.“
(Langer, 2016, s. 51).

Studenti odpovídali na otázku, jestli je pro ně snadné vytvořit strukturu obsahu, či nikoli, která je zpracovaná v praktické části práce v kapitole č. 9.

4.3.1 PowerPoint

Špačková (2009, s. 106) uvádí několik tipů pro prezentaci v PowerPointu:

- Počet slidů na minutu – jeden;
- Na slide psát v bodech (maximum šest odrážek);
- Písmo a pozadí zvolit přiměřeně;
- Velikost písma – text minimálně 20 bodů a pro nadpisy 40 bodů;
- Promítacího plátna se nedotýkat;
- Při prezentování nekoukat na plátno;
- Hlídat si světlo dataprojektoru a neclonit.

Na slide je dobré vypsát jen základní body, které prezentujícího nasměrují, nebo mu pomáhají v udržení se v osnově. Posluchači pak očekávají zajímavý výklad, nebo určité zainteresování jich samotných do prezentace, čekají na praktické příklady ze života a aktuality. V případě, že by na slide byly vypsány kompletní informace, posluchači by ztratili pozornost, prezentující pro ně ztrácí smysl a mohou neočekávaně i odcházet v průběhu projevu, což nemusí být příjemné (Wernerová, 2010, s. 56).

4.4 Cíle prezentace

Cíl: „Ukazuje směr a pomáhá při rozhodování.“ Hierhold, 2008, s. 63).

Podle Wernerové (2010, s. 54) by se měl stanovit vždy cíl projevu primární (seznámit publikum s problematikou) a sekundární (efekt prezentace a vliv na publikum). Sekundární cíl je často podstatnější než primární.

Stanovit cíle znamená to, že prezentující konkrétně vymezí výstup akce, kterou prezentující připravil. Týká se to především potřeb vzdělávání (Bartoňková, 2010, s. 135).

„Lektor si musí stále klást následující otázku: Kolik toho chci od účastníků žádat, na jakém stupni vědění mají na konci být?“ (Mužík, 2002, s. 38).

Postup vymezení cíle popisuje Mužík (2002, s. 36–38). Každý cíl musí obsahovat – předmět (co bude účastník schopen) a činnost. Konkrétněji lze určit přesný počet toho, co účastník zvládne a jak to provede. Pro stanovení cíle by každý, kdo prezentuje, lektoruje anebo učí měl věnovat více pozornosti. Usnadní tím práci sám sobě s přípravou obsahu, rozvržení časové dotace, ale také publiku a účastníkům, kteří pak mají očekávání, jsou motivovaní a mohou v průběhu zaznamenat změny. Nakonec ale cíle nejvíce pomohou při samotné evaluaci.

Podle Blooma (Slavík a kol., 2012, s. 24) je rozdělení cílů na oblast kognitivní – konečné výstupy, což jsou znalosti, umění aplikovat, analyzovat, zhodnotit a porozumět; afektivní – postoje, vcítění, zaujetí postoje; a psychomotorickou – osvojení dovedností, nabrání zkušeností a přivlastnit si návyky.

Při stanovení cíle pomůže známá metoda SMART (Bartoňková, 2010, s. 143):

Tabulka 1: Metoda SMART

S	M	A	R	T
Specifický	Měřitelný	Akceptovatelný	Realistický	Time – časovaný
Spojitosť při konkrétním jednání.	Určení kvality.	Shoda s potřebami.	Reálné dosažení cílů.	Dodržení časového termínu.

Zdroj: upraveno podle Bartoňkové, 2010, s. 143

Cíl, který je vymezený správně splňuje čtyři charakteristiky (Bartoňková, 2010, s. 136): je jasné, co je obsahem, ulehčí evaluaci, směřuje k problému, stanovuje prostředky, měřitelnost – lze posoudit, jestli došlo ke změně dovedností, znalostí a postojů.

Zormanová (2017, s. 107) dělí cíle podle oblasti, která bude rozvíjena:

Kognitivní cíle – vzdělávací, zaměřuje se na znalosti, dovednosti, vědomosti.

Afektivní cíle – postoje, zaměřuje se na emoce, názory a postoje.

Psychomotorické cíle – výcvikové, jde o zvládnutí manuální manipulaci s různými předměty.

Tabulka 2: Příklady vhodných a nevhodných sloves

Nevhodná slovesa	Vhodná slovesa
Znát	Popsat
Vědět	Řešit
Vzpomenout si	Vyjmenovat
Rozumět	Vypočítat
Poznat	Zjistit
Být si vědom	Stanovit
Poznat souvislosti	Zodpovědět
Umět ocenit	Řadit
Být obeznámen	Zařadit
Identifikovat	Pojmenovat

Zdroj: upraveno podle Mužíka, 2002, s. 38–39

4.5 Image prezentujícího

S image souvisí i první dojem, protože právě image může první dojem hodně ovlivnit. Pravidlo, které doporučuje Kabátek a Lošťáková (2010, s. 46): „*Chystáte-li se na prezentaci, držte se zlatého pravidla – oblékněte se vždy o stupeň formálněji než vaše publikum.*“

Před samotným vystoupením je nutností si zkontrolovat zipy, zda jsou všechny zapnuté, zda je zastrčená košile, doplňky a šperky, jestli mají zapínání vzadu. Oblečení musí být čisté, mělo by padnout a bylo by ideální, kdyby uspokojilo očekávání publika. Dále hlídat, aby i byly boty čisté. Kvalita oblečení i doplňků je důležitá, stejně tak množství doplňků, aby jich nebylo málo nebo mnoho (Medlíková, 2010, s. 46).

Doporučení, které dává Medlíková (2010, s. 46–47):

- Tmavé barvy oblečení podtrhnou autoritu;
- Světlé barvy působí otevřeně a přístupně;
- Velkou kabelku si mohou dovolit spíše vyšší postavy;
- Taška přes rameno zdůrazní boky;
- Pokud má pásek lesklou přezku, zaměření pozornosti publika jde k pasu;
- Lesklé silonky opticky rozšiřují nohy;
- Horní hrany rámečků brýlí by měly být pod obočím;
- Dolní hrany rámečků brýlí by se neměl dotýkat tváří;
- Jemné rámečky brýlí patří spíše drobnějším postavám a výrazné rámečky jsou spíše pro mohutné postavy;
- Rolák je dobrý spíše pro osoby s dlouhým a štíhlých krkem.
- ¾ kalhoty zkracují nohy;
- Sako, které má zapínání na dvě řady knoflíků opticky rozšiřuje;
- Rozšiřují i lesklé materiály, naopak je to u matných materiálů, které zeštíhlují;
- Výstřih do hloubky postavu zeštíhlí a protáhne, kdežto výstřih do šířky krk zkracuje;

- Pánské nohavice při sezení mají překrývat kotníky a ve stoje by měly sedět na botách;
- Ponožky by měly být vysoké;
- Využívat jemné vzory a barvy, aby oči publika nebyly rychle unavené.

Tabulka 3: Oblečení na prezentaci – co použít a čemu se vyhnout

Vhodné	Nevhodné
oblek, kostým, šaty, sukně, kalhoty, košile, halenka, vesta	trička s krátkým rukávem, krátké živůtky, haleny s velkým výstřihem
vysoké ponožky v barvě kalhot nebo podobné barvě	bílé ponožky nebo boty naboso
kvalitní boty, zavřené nebo s volnou patou	Sandály
menší množství šperků	nápadné a nevhodné ozdoby, mnoho šperků
spíše jemné provedení	výrazná kontrastní barevnost, velké vzory

Zdroj: upraveno podle Medlíkové, 2010, s. 46

Oblékání na prezentaci je zkoumáno v praktické části práce v kapitole č. 9.

Kabátek a Lošťáková (2010, s. 46–48) popisují, jak je vhodné obléknout se na prezentaci v případě muže a ženy.

Pro prezentující obojího pohlaví platí, že by měli nosit hodinky. Jsou vhodným doplňkem, který publiku řekne, že si prezentující váží času. Boty s uzavřenou špičkou, upravené nehty, umyté vlasy a celková hygiena, kterou podtrhne příjemná vůně, která není nijak vtíravá.

Jak by měli vypadat muži:

Formální prezentace – tmavý oblek, kožené boty se šněrováním, košile s dlouhým rukávem, kde by měla přesahovat rukáv od saka o cca 1 cm. Pod košilí by neměl chybět bílý nátělník bez rukávů. Neměla by chybět kravata minimálně do půlky spony opasku. Spodní knoflík saka zůstane rozepnutý. Pokud se prezentující rozhodne svléknout, zdvořilostí je se dovolit účastníků, pokud si sedá, sako automaticky rozepíná.

Neformální prezentace – není třeba oblek, lze zvolit košili, kravatu, kalhoty, nebo košili, kalhoty a sako. Spíše volíme střih kalhot sportovnějšího stylu, ale džíny se nedoporučují. Ponožky volí vysoké a barvou hodící se k botám. Ideální je, když doplňky spolu souhlasí barevně (opasek, boty, tašky, ...).

Jak by měly vypadat ženy:

Obecně platí, že ženy musí mít při prezentování vždy k sukni punčochové kalhoty. Stejně tak s sebou mají nosit silonky náhradní, jelikož oko na punčoše je stejné, jako by punčochy neměly vůbec.

Formální prezentace – kostým, tedy kombinace kalhot či sukně a saka. Sukně by svou délkou měla dosahovat po kolena. Vždy volit obuv s uzavřenou špičkou a patou (v létě je možné mít otevřenou patu). Make-up by měl být lehký a šperky jemné.

4.6 Vizualní kontakt

Medlíková (2010, s. 47) ve své knize Přesvědčivá prezentace uvádí, že je dobré udržovat oční kontakt tak, aby měl každý člen z publika měl pocit, že prezentující mluví právě k němu. Nejlépe se tím podle Medlíkové docílí tak, že pokud se jedná o menší či střední skupinu, se při přednášení soustředí

určitou chvíli na jednoho z publika a poté se posouvá dále. U velkých skupin je dobré sledovat od zadních řad uhlopříčně k prvním řadám.

4.7 Pohyb a postoj

Prezentující je vždy narovnaný, nikdy se nehrbí. Před publikem se staví čelem a neotáčí se k nim zády nebo tak, aby byl bokem (Kabátek a Lošťáková, 2010, s. 104).

Pro posluchače je mnohem více zajímavé, pokud před sebou vidí určitou aktivitu ze strany prezentujícího. Ten by se však měl pohybovat vždy cíleně, například od techniky ke stolu, k lidem, pak i k flipchartu. Prezentujícího to jednak může uklidnit a upoutat pozornost publika (Medlíková, 2010, s. 48).

4.8 Gestika

„Gesta (gestika) jsou kulturně standardizované pohyby, pohybové symboly a znaky. Jako doprovodný prvek řeči gesta podporují a umocňují emocionální stránku sdělení.“ (Jiřincová, 2010, s. 96)

Pokud jde o gesta, i mnohdy malé pohyby může publikum ovlivnit. Prezentující by měl držet ruce v úrovni pasu, pokud je nervózní, měl by se zajistit nějaký předmět, který bude držet. Nemělo by však jít o rozkladatelné předměty, nebo předměty, kterými se dá vytvořit zvuk (propiska či fix není ideální, jelikož se dá utvářet cvakavý zvuk, nebo se tužkou šroubuje), ideální je například kniha, nebo materiály k prezentaci. Gesta by měla být otevřená, tzn. dlaněmi vzhůru směrem k posluchačům. Působí to příjemně a vytváří pocit kontaktu (Medlíková, 2010, s. 48).

Gesta výrazně pomáhají pochopení a zapamatování toho, co chce prezentující sdělit (Kabátek a Lošťáková, 2010, s. 99). Při gestikulaci je lepší, když se v rukách nic nedrží (např. tužku, fix, papír, ...), vždy když práci s předměty, se kterými prezentující momentálně pracuje, měl by je odložit, aby ho nijak neomezovaly. Nebo alespoň před gestikulací předměty položit na stůl (Kabátek a Lošťáková, 2010, s. 102).

4.9 Paralingvistika

„Paralingvistika je dotváření denotačního významu jazyka konotativními prvky, svrchními tóny řeči, tím, co řečník zesiluje nebo zeslabuje, zpochybňuje nebo potvrzuje v obsahu projevu, dává najevo svůj postoj, zaujetí, vřelost, sympatii, zlobu.“ (Mikuláščík, 2010, s. 103)

Jeden z důležitých aspektů pro prezentaci je práce s hlasem.

„Pro úspěšné fyzické zvládnutí prezentace je důležité správně dýchat.“ (Medlíková, 2010, s. 49).

Rozdýchat a rozmluvit se je dobrý základ pro nastavení správné hlasové polohy hlasu. Artikulace je základ, který je potřeba neopomínat, hlavně proto, aby posluchači dobře rozuměli. Pozor je potřeba si dávat hlavně při síle hlasu (důraz na informace, které prezentující chce zdůraznit), výška tónu hlasu (nedá se měnit, ale je možno ji ovlivnit – například pokud se mluví pomaleji, je hlas hlubší), tempo (aby nebylo monotónní a posluchače projev přestal rychle bavit, je dobré tempo přiměřeně střídat), pauzy (dodá na dramatickosti a pomůže publiku vstřebat myšlenky) (Medlíková, 2010, s. 49; Kabátek a Lošťáková, 2010, s. 110–111).

4.10 Publikum

Posluchači jsou nedílnou součástí prezentace. Vždy něco očekávají, avšak není možné naplnit všechna očekávání, která mají, nebo aby prezentace a její podání vyhovovalo úplně všem. Jinak se prezentuje vedoucím, jinak kolegům, také zasvěceným a nezasvěceným, nebo ženám a mužům (Kabátek a Lošťáková, 2010, s. 32).

4.10.1 Pozornost publika

Ve své knize *Obchodní a manažerská prezentace* (Kabátek a Lošťáková, 2010, s. 41) popisují, jak si dobře zajistit pozornost ze strany posluchačů. Je potřeba, aby prezentující měl autoritu a také si ji udržoval. Je důležitá,

hlavně proto, jak posluchači berou vážně slova prezentujícího, jakou k němu mají úctu a hodnoty. Je možné ji trénovat a docílit tak svého.

Autoritu je možno rozdělit na autoritu delegovanou a přirozenou. Delegovaná autorita je dána zejména z moci funkce a moci. Přirozenou autoritu má člověk, kterého jiné lidé uznávají, rádia dobrovolně ho jiné poslouchají. Tyto dvě autority se mohou projevovat odděleně, dohromady, dokonce i jdoucí po sobě (Bilinski, 2011, s. 61).

Hlavní složky autority:

- 1) **Autorita formální (poziční)** – jmenování do funkce. Pozice prezentujícího poskytuje určité kompetence, práva, povinnosti a v zásadě autoritu.
- 2) **Autorita výkonová** – prokázat znalost tématu, společně s účastníky dokázat najít důležité závěry.
- 3) **Autorita morální** – dodržování princip, hodnot a norem, o kterých prezentující hovoří. Plnění slibů, které dáte před, během, nebo po prezentaci.
- 4) **Autorita charismatická** – ovládání neverbálních prvků s verbálními, včetně image prezentujícího. Využití očního kontaktu, postoje, mimiky, nebo třeba gestikulace. (Kabátek a Lošťáková, 2010, s. 41-43)

Mimo autority je pro pozornost podstatná i určitá změna, jako střídání didaktických prostředků v průběhu prezentace, prokládat zajímavostmi (řeč těla, příklady, obrázky, citáty, vtipy, praktické znázornění, materiály, otázky, diskuze a jiné). TI, kteří přednáší by do svého projevu měli jednoznačně začlenit nějaké oživení (Kabátek a Lošťáková, 2010, s. 43; Bilinski, 2011, s. 34).

Podle Bilinskiho (2011, s. 34) si má dobrý přednášející připravit pro prezentaci, která má tři bloky jednu sedmi minutovou oživující akci, pokud jde o delší projev, který má třeba pět částí, musí přednášející připravit více těchto akcí.

Mimo autoritu existují i jiné způsoby, jak probudit, anebo udržovat pozornost publika. Jedním ze způsobů, jakým je to možné, je například, že se prezentace proloží o aktuální novinku, zajímavost, nebo třeba využít jiný způsob předávání zprávy a využití neverbálních prvků ve prospěch pozornosti posluchačů, využít paralingvistiku, gesta a další (Mikuláščík, 2010, s. 87).

Zkoumání studentů Institutu vzdělávání a poradenství a jejich odpovědi na to, jestli vědí, jak upoutat pozornost publika se zkoumá v druhé polovině bakalářské práce, v praktické části, kapitola č. 9.

4.11 Nejčastější chyby v projevu

Na co je potřeba dát si velký pozor jsou zlozvyky ve verbálním projevu, kterými jsou parazitická slova a výrazy. Nejčastěji jde o slova – normálně, jakoby, takže, vlastně, ano, že, ..., nebo citoslovce – ehm, tak, é, ... Vyplňuje se tím hluchá mezera, kdy prezentující přemýšlí, co dále říci, nebo se tím zakrývá nervozita. Většinou o tom ten, kdo zrovna mluví ani neví, nevnímá to, ale pozornost to budí u posluchačů (Wernerová, 2010, s. 46).

Pozornost je potřeba věnovat i cizím výrazům, kdy je dobré znát význam slova, jeho výslovnost a vědět, jak se slovo píše (Wernerová, 2010, s. 52).

Nepříjemní pro posluchače bývá i otázka – Rozumíte tomu?, tím na sebe prezentující upozorní a může vyvolat negativní reakce ze strany publika, které by mohlo začít pátrat po tom, jestli ten, který prezentuje sám rozumí vykládané látce (Wernerová, 2010, s. 52). Naopak se může stát, že tím, že se bude prezentující ptát na otázky, jestli rozumějí tématu, že publikum znejistí, a i kdyby srozumitelné téma bylo, budou si připadat hloupí.

Nikdy se při prezentování nedívat na hodinky s povzdechnutím (Wernerová, 2010, s. 52).

4.12 Didaktická technika a technologie

„Didaktická technika a technologie působí v edukačním procesu jako podpůrný prostředek, který může do značné míry rozhodovat o efektivitě vzdělávacích procesů.“ (Slavík a kol., 2012, s.144).

Jedná se tedy o jakékoliv materiální a nemateriální pomůcky, které jsou použity pro zvyšování efektivity prezentace (Zormanová, 2017, s. 193).

Podle Geschwinderera se didaktické prostředky dělí na materiální a nemateriální. Mezi materiální patří učební pomůcky, žákovské potřeby, učebny a vybavení učeben, didaktická technika. Nemateriální jsou vyučovací metody, organizační formy a vyučovací zásady (Zormanová, 2017, s. 193).

Volba didaktických pomůcek by měla záviset také na to, co to dané skupině přinese. Bartoňková (2010, s. 163) uvedla, jaké procento si lidský mozek dokáže z různých forem pomůcek odnést. 10 % si člověk odnese při tom, když si něco přečte. Pokud něco člověk uslyší, pak si mozek uschová 20 %, a když je vjem zrakový, pak 30 %. Jak se říká, kombinace více najednou přináší úspěchy, což je zde také uvedeno. Pokud vnímáme sluchem i zrakem, v paměti nám z toho zůstane 50 %, a ještě když k této kombinaci přidáme to, že to i sám člověk řekne, zvýší se to na 70 %. Naprosto ohromující kombinací je, když člověk danou informaci, vjem, nebo cokoliv dalšího uslyší, uvidí, řekne a zároveň tu činnost prakticky předvede, uchováme si až 90 %. Z toho vyplývá, že kombinace didaktických prostředků je pro efektivitu procesu velmi důležitá.

Materiální didaktické prostředky

Jsou to prostředky, jimiž lze dosáhnout požadovaných vzdělávacích cílů (Zormanová, 2017, s. 193).

Kalhous a Obsta (2002) klasifikují materiální didaktické prostředky (Zormanová, 2017, s. 194):

1) **Učební pomůcky**

- Reálné předměty – přírodní látky, vzorky původních výrobků, různé jevy a děje (např. fyzikální, chemické, ...)
- Zobrazení skutečnosti – modely, fotografie, mapy, diapojektory, výukové filmy, nebo zvukové záznamy
- Textová podpora – učebnice, skripta, pracovní sešity, tabulky, časopisy
- Televizní pořady, počítačové programy
- Speciální pomůcky – pomůcky v hodinách tělesné výchovy, zvukové a dotykové pomůcky

2) **Technické výukové prostředky**

- Auditivní technika – CD přehrávače, sluchátka
- Vizuální technika – zpětná projekce, dataprojektory
- Audiovizuální technika – televize
- Technika řídicí – počítače, trenažéry

3) **Organizační a reprografická technika**

- Laboratoře pro vyvolávání fotografií, PC sítě, ...

4) **Výukové prostory a jejich vybavení**

- Učebny s vybavením – tabule, nástěnky, dataprojektory, interaktivní tabule, počítače, tělocvičny, ...

5) **Vybavení učitele a žáka**

- Potřeby na geometrii, psací potřeby, kalkulačky, přenosné notebooky, pracovní nebo cvičební oblečení

4.13 **Evaluace výstupu**

„Evaluace se zabývá zjišťováním, srovnáváním a vysvětlováním dat charakterizujících stav, fungování a výsledky vzdělávacího systému, včetně vzdělávání dospělých.“ (Průcha a Veteška, 2012, s. 195).

Jde o stejný pojem jako hodnocení. Jak pojem evaluace, i hodnocení, se používá ve stejné míře (Průcha a Veteška, 2012, s. 98).

Evaluace je pro prezentující jedinou zpětnou vazbou na jeho výkon, zhodnocení jeho úsilí a poskytuje mu možnosti pro zlepšování kvality (Zormanová, 2017, s. 207).

Výsledky hodnocení se pak používají pro inovace a naplánování dalších projektů, projevů, vzdělávacích akcí, prezentací, nebo jiných činností, které jsou s tím spojeny. (Průcha a Veteška, 2012, s. 195).

Formy evaluace (Zormanová, 2017, s. 207–208)

1) Dotazník

Hodnocení otázek pomocí škály – většinou v bodech, ale umožňuje i slovní (písemné) ohodnocení o výkonu prezentujícího.

2) Evaluační workshop

Schůzka účastníků, kde se hodnotí výstup prezentujícího, ale z časového hlediska není komfortní.

3) Technika „tři body spokojenosti“

Každý účastník uvede tři body největšího přínosu.

4) Lístečková metoda

Anonymní forma hodnocení, každý z účastníků napíše na lísek to, co se mu na akci líbilo či naopak. Lístky se vhodí do misky, a jejich anonymita zůstane zachována.

5) Sebehodnocení

Prezentující by tuto formu hodnocení měl provádět po každém výstupu. Není však tak spolehlivý.

5 Tréma

Tréma je emoce neboli:

„Strach, který vyplývá z nevědomých a podvědomých vrstev naší osobnosti, často z instinktů, ale i z vědomé, racionálně podložené obavy, že neuspějeme“ (Kabátek a Lošťáková, 2010, s. 52).

Napětí mezi dvěma póly, kde na konci jednoho pólu utéct někam pryč a na konci pólu druhého předvést prezentaci naprosto bezchybně, a tak jak nejlépe lze dovést. Toto napětí zvyšuje mnohonásobně míru stresu a čím více je tento stres uvědomován, tím je člověk nervóznější. Pro usnadnění této emoce při prezentaci je dobré nebrat ji tak vážně, ale svůj význam nepřeceňovat (Kabátek a Lošťáková, 2010, s. 53).

Trémou může být i jisté představování si nejrůznějších scénářů, které by mohly při prezentování nastat. Takové představy toho nejhoršího, co by se mohlo přihodit jsou velmi silné a člověk jim snadno uvěří. Je proto velmi důležité, aby si prezentující uvědomil, že se jedná pouze o představu. Aby dokázal rozpoznat představy a nepříjemné myšlenky a následně je přemoci, oprostít se od nich. V žádném případě si prezentující nesmí klást otázky typu – Co kdyby se stalo...? nebo další, otázky obdobného typu. (Esposito, 2011, s. 75–78).

Také může jít i o různé situace, kdy má lektor sebevědomí příliš nízké (pochybování o sobě samém, nerozhodnost, nezkušenost), anebo příliš vysoké (nezájem o publikum, nedostatečná příprava v důsledku sebevědomí). Stejně tak, když bude prezentování na denním pořádku a stane se z něho rutina a tím průměrnost výkonu. Ne jinak je na tom i pocit únavy (Plamínek, 2010, s. 304–305).

To, že pociťujeme trému, není negativní, ale naopak. Kdyby se před prezentací nedostavila, nebylo by to dobré a výkon by nebyl stoprocentní. Nízká míra trémy je často ve výsledku spojována s nízkým výkonem, což může způsobit i přehnané sebevědomí. Čím je tréma větší, tím je výkon lepší. Neznamena

to však, že když je člověk extrémně vystresovaný, že bude podávat excelentní výkon, nýbrž v určitém bodě stresu se výkon zvyšuje, ale pokud tréma dále stoupne, výkon zase klesá (Kabátek a Lošťáková, 2010, s. 53; Plamínek, 2010, s. 305).

Graf 2: Vztah trémy (tenze) a výkonu



Zdroj: Kabátek a Lošťáková, 2010, s. 53

Trému můžeme zpozorovat zejména v prvních výstupech prezentování. Jde o normální jev, jak již bylo zmíněno výše. Pokud ji ale cítíme po několikáté v řadě, myšleno například po patnáctém projevu nebo prezentaci, je něco v nepořádku. Je dobré proto vyhledat zkušenějšího lektora, který může pomoci s nalezením ohniska vzniku, a to se pokusit odstranit. To neplatí, pokud tréma již netrvá, ale dostaví se při možnosti prezentování v netradičních podmínkách, které prezentujícímu znemožní jeho pohodlí (televizní moderátoři, kamery, významné osobnosti) (Plamínek, 2010, s. 304–305).

Míru trémy u vysokoškolských studentů je zpracováno v praktické části, v kapitole č. 9.

5.1 Projevy trémy

Projevů je nespočet. Mohou být jako somatické, tak i psychické. Mezi nejčastější patří

- 1) třes hlasu,
- 2) třes rukou,
- 3) klepající kolena,
- 4) svírání hrdla,
- 5) nemožnost se nadechnout,
- 6) bolesti v břiše,
- 7) pocity na zvracení,
- 8) nutkání jít na toaletu,
- 9) výpadky paměti,
- 10) prezentující se necítí dobře (Kabátek a Lošťáková, 2010, s. 53).

5.2 Pomoc při trémě

Pokud se trémě prezentující oddá, výkon nebude zcela tak dobrý, jako by se ji snažil udržet pod kontrolou. Pár pomůcek pro zvládnutí trémy uvádí Kabátek s Lošťákovou (2010, s 54–56):

1. Myslet na něco pozitivního.
2. Před prezentací si projít důkladně její snímky i materiály, které jsou pro prezentaci potřeba.
3. Vytvořit si časový scénář s předstihem.
4. Rozmluvit se, pokud má prezentující potíže s mluvením.
5. Nemluvit předem o svých domnělých nedostatcích, strachu a nejistotě před publikem.
6. Při strachu z náhlé ztráty řeči, mít připravené poznámky, které budou k ruce kdykoli v průběhu prezentování.
7. Prvních pět až sedm vět na úvod je dobré znát zpaměti, kdyby došla počáteční slova.
8. V případě sevřeného hrdla zhluboka dýchat, mluvit pomalu a s pauzami.

9. Nejvíce pomůže, pokud se auditorium velmi rychle zapojí.
10. Získat zpětnou vazbu, třeba i negativní.
11. Nebrat si do ruky ani tužku, klíče, papírek na hraní. Při prezentaci to nevypadá dobře.
12. Nehledat spřízněnou duši na kterou by se dalo celou dobu obrátit.
Cílem prezentace není věnovat ji jednomu člověku.

Plamínek (2010, s. 304–305) uvádí, že trému lze odbourat pravidelným cvičením a opakováním.

6 Argumentace

V knize Přesvědčivá prezentace (Medlíková, 2010, s. 36–38) se uvádí, že argumentace má dvě složky, logickou a emocionální.

Logická složka zahrnuje fakta, data a informace, o které je možno se opřít. Nejčastěji jsou to právě zákony, posudky od odborníků, historická data, grafy, statistiky, nebo definice.

Prezentující neargumentuje pro sebe, ale pro posluchače. Pomáhá dynamika, tedy krátké věty, stručná fakta, konkrétní data, čísla a důraz v hlase, dále pak i místo popisu situace spíše výhody, potom i porovnávání výhod a nevýhod.

Argumenty Medlíková (2010, s. 38) dělí na:

1) Slabé

Druhá strana je na ně ve většině případů připravená, má v záloze protiargumenty, které jsou snadno při ruce.

2) Silné

Lze je doložit, jsou prokazatelné, snadno se dají spočítat. Jedná se o skutečnosti, které jsou významné, nebo závažné, většinou je to něco, s čím má protistrana osobní zkušenost (data, tabulky, události, a další).

3) Úderné

Velmi intenzivní, špatně se napadají a zpochybňují. Hledají se obtížně, bývá to několik silných argumentů dohromady. Často jsou eticky laděny, týkají se financí, pověsti, či jiných, důležitých témat.

Emocionální složka, nebo také přesvědčování je podpora citového vnímání prezentujícího, jeho mluvu, přístupu a postojů.

Pro aktivaci emocionální složky se užívá nespočet technik. Některé z nich uvádí Medlíková (2010, s. 39):

Příběh – zaujme, přidá na dramatičnosti, lépe se pamatuje, aktivuje fantazii.

Čísla – jsou jasná, neklamou, mají vysokou vypovídající hodnotu.

Přirovnání, analogie – k jiným oblastem života, k jiným oborům, přirovnání z přírody, ...

Odkaz na ověřený zdroj – knihy, internetové stránky, časopisy, ...

Odkaz na standard – zákony, řády, normy, psaná pravidla, ...

Autorita – veřejně známá osobnost, vedoucí (nebo jiný nadřízený), odborník v daném oboru, ...

Definice výhod – jaké výhody pro druhou stranu vyplývají.

Pružnost v reakcích mluvčího – reakce na různé typy otázek, námitek i chování lidí.

Systémový přístup – výčty a kvantifikace.

Bohatý jazyk – schopnost motivovat, používat poutavé slovní obraty, mluvit neotřele.

Ovlivňování (persvaze) – použití slovních prostředků s intenzivním emotivním laděním.

Blíže je téma zkoumáno v praktické části, v kapitole č. 9.

Pokud jde o odpovídání na dotazy, Medlíková vytvořila tabulku, která demonstruje odpovědi, které je vhodné a nevhodné používat:

Tabulka 4: Efektivní formulace

Omezit	Použit
Nemám tyto informace.	Zjistím potřebné informace a dostanete je e-mailem.
Rád bych vás přesvědčil...	Rád bych vám navrhl...
Musím to udělat.	Potřebuji to udělat.
Problém	Záležitost, situace, věc k řešení, otázka, skutečnost, prvek, dotaz, fakt, výzva, okolnost, dotaz, ...
Chceme vám předložit toto řešení...	Nabízíme vám toto řešení...
Podívám se na to.	Podívám se na to dnes odpoledne a pošlu vám zprávu.
Nikdo tam není.	Kolega je na jednání, bude k dispozici za hodinu.
Já tu knihu nemám.	Knihu má teď Pepa, vrátí jí ve čtvrtek.
Bude to drahé!	Finančně to vypadá takto: ...
Tento postup už znáte.	Tento postup se osvědčil.
Mám tady výpočty dosavadních nákladů.	Zde máte k dispozici čísla, kolik to stálo.

Omezit	Použit
Je to výborný produkt!	Je to žádaný produkt!
Nebude vadit, když na to půjdeme takto?	Můžeme se domluvit, že na to půjdeme takto?
Nenechávejte mi tady ty materiály, patří Janě!	Prosím vás, dejte ty materiály Janě!
Dříve než za týden to nebude!	Za týden to bude hotové.
Pokud nepředělají projekt, nepůjde to vyřešit!	Jestliže udělají změny v projektu, vyřešíme to.
Myslím, že přijdeme o zakázky...	Obávám se, že přijdeme o zakázky...
Jistě jste si vědomi, co se stane, když...	Jaký je váš názor na to, co se stane když...?
Vím, že si o tom myslíte své...	Respektuji váš názor na věc...
Já takový nejsem...	Já jsem... člověk.
Dokážu vám, že ta čísla platí.	Tady vidíte, jak jsme k uvedeným číslům došli.
Vysvětlím vám, jak celá věc vznikla.	Hned se dozvíte, jak celá věc vznikla.
Možná by bylo vhodné se zamyslet nad změnou dodavatele.	Pojďme se zamyslet nad změnou dodavatele.

Omezit	Použít
Eventuálně by šlo udělat toto...	Navrhujeme toto...
To se dá zařídit.	Zařídíme to.
Dáme vám bonus.	Můžete využít bonus.
To už tady bylo!	V roce 2004 jsme to implementovali na pobočce v Hradci a výsledky ukázaly...
Nechám vám tu naše prospekty.	Nechám vám tu naše podklady s aktuálními daty.
Není zač! (reakce na poděkování)	Rádo se stalo!
To je hloupost!	Nelíbí se mi to!
O tom nepochybuji!	Můžeš se přesvědčit!
Je to nová pracovní metoda.	Je to způsob, jak práci zjednodušit.
Byli jsme neúspěšní.	Je to pro nás lekce, že potřebujeme věci změnit.
Netřepej řídítka!	Držte řídítka pevně!

Zdroj: Medlíková, 2010, s. 50–51

PRAKTICKÁ ČÁST

7 Design praktické části

7.1 Organizace

V praktické části se autor bakalářské práce zaměřuje na studenty třetího ročníku oboru Poradenství v odborném vzdělávání, na Institutu vzdělávání a poradenství, což je součástí České zemědělské univerzity v Praze.

Prameny historie Institutu vzdělávání a poradenství vznikly již v roce 1930, a byl založen Státní pedagogický seminář pro kandidáty učitelství škol zemědělských. V roce 1964 se ze semináře stala katedra pedagogiky Vysoké školy zemědělské v Praze. Nakonec se v roce 2005 přetvořila jako Institut vzdělávání a poradenství na České zemědělské univerzitě v Praze vědecko-celouniverzitní pedagogické pracoviště a nakonec roku 2017 se stal vysokoškolským ústavem (Institut vzdělávání a poradenství, 2017, s. 2).

Na Institutu je možno studovat bakalářské studijní programy – Poradenství v odborném vzdělávání, Učitelství odborných předmětů a Učitelství praktického učitelství. Je možno vybrat i z programů celoživotního vzdělávání – Studium učitelství odborných předmětů (doplňující pedagogické studium pro studenty ČZU), Studium vychovatelství (doplňující pedagogické studium), Rozvoj seniorských kompetencí – program U3V (Studijní obory, 2018; Institut vzdělávání a poradenství, 2017, s. 6).

7.2 Design průzkumného šetření

Praktická část je tvořena průzkumným šetřením. Většinou se jedná o jednorázovou aktivitu, jejíž časové rozpětí není nijak velké a problém nezkoumá do hloubky (Kozel, Mynářová a Svobodová, 2011, s. 13).

Pro sběr dat byl zvolen dotazník, který se nachází v přílohách, Příloha č. 1. Průzkumnou skupinou byli studenti prezenčního i kombinovaného studia třetího ročníku oboru Poradenství v odborném vzdělávání, na Institutu vzdělávání a poradenství v Malé Chuchli.

Požádáno o vyplnění dotazníku bylo elektronickou formou na konci ledna 2018. Návratnost dotazníku, po jedné opakované výzvě vypadalo tak, že z oslovených 50 studentů bylo navraceno 45 dotazníků, což znamená, že návratnost byla 90 %.

7.3 Výběr a charakteristika respondentů

Respondenti nebyli vybírání náhodně, nýbrž jde o přesně určenou skupinu, kterou autor bakalářské práce vybíral cíleně, za účelem zjištění výstupu studia v prezentačních dovednostech.

Jedná se o studenty jak prezenčního, tak i kombinovaného studia, třetího ročníku oboru Poradenství v odborném vzdělávání, na Institutu vzdělávání a poradenství, na České zemědělské univerzitě v Praze (dále jen studenti).

7.4 Metoda sběru dat

Pro sběr dat byla zvolena metoda dotazník. Jedná se o formulář, který zahrnuje otázky a odpovědi, případně i s možnostmi odpovědí. Poskytuje rychlé shromáždění informací a jejich rychlou a jednoduchou analýzu (Jandourek, 2008, s. 45).

V dotazníku bylo použito celkem devět položek. První položka demonstruje formu kvalitativní škály, položky 2–7 jsou položky výběrové, položka 8 umožňuje selektivní formu a poslední je otevřená (Kozel, Mynářová a Svobodová, 2011, s. 216).

7.5 Cíle a stanovení průzkumných otázek

Cílem průzkumu je zjistit vliv studia na Institutu vzdělávání a poradenství, obor Poradenství v odborném vzdělávání, na prezentační dovednosti studentů a případný vliv na studenty.

Jednotlivé položky v dotazníku, který byl studentům předložen byly cíleny na jejich pocity a vnímání.

8 Interpretace a analýza dat

Když došlo k navrácení vyplněných dotazníků, po opakované výzvě o vyplnění, bylo provedeno zpracování odpovědí každé z položek dotazníku. Osm otázek bylo zpracováno do grafů, pouze poslední, otevřená otázka nebyla. Jak je uvedeno výše, dotazník vyplnilo 45 osob, z 50 oslovených, tedy 90% úspěšnost návratnosti.

Zpracování dat probíhalo v programu Excel, kde byly vytvořeny veškeré grafy, procentuální zobrazení i graficky designové zpracování výsledků.

Položka č. 1

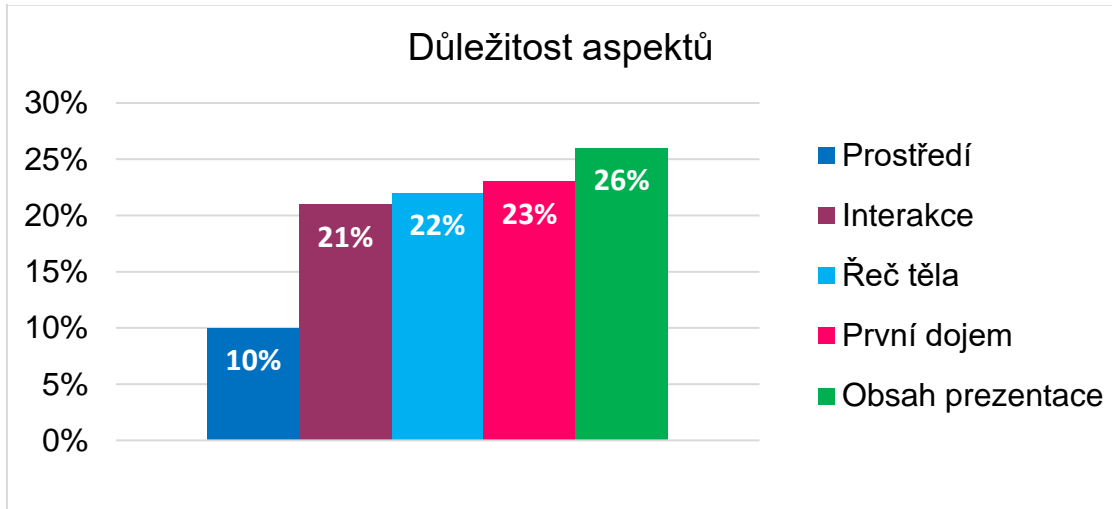
Seřadte následující složky prezentace podle pořadí dle důležitosti pro úspěšnou prezentaci na stupnici 1-5. Nejvíce důležité ohodnoťte 1, naopak nejméně 5.

Komentář: grafy níže znázorňují, jak studenti prezenčního i kombinovaného studia seřadili každý z aspektů, tedy – prostředí prezentace, řeč těla, interakce, první dojem a obsah prezentace (Kabátek a Lošťáková, 2010, s. 25) podle důležitosti. Otázka byla položena záměrně, aby bylo možné porovnat odpovědi studentů s grafem Kabátka a Lošťákové, který je v bakalářské práci v kapitole č. 5, ale pro přehlednost a pro snadné porovnání byl vložen i do praktické části. Aby bylo lépe rozeznatelné, které aspekty se liší od grafu Kabátka a Lošťákové, byly použity i obdobné barvy pro každý aspekt.

Kabátek a Lošťáková (2010, s. 25) ve svém grafu uvádějí, že nejdůležitější při prezentování je řeč těla (30%), poté interakce – schopnost vtáhnout posluchače do procesu (25%), obsah – struktura prezentace (20%), první dojem (17%) a nakonec prostředí, ve kterém se proces odehrává (8%). Studenti jsou ale jiného názoru. Podle nich je na prvním místě obsah prezentace (26%), poté první dojem (23%), až potom následuje o nepatrný rozdíl řeč těla (22%) a ihned vzápětí umění interakce (21%). Jako poslední, nejméně důležité bylo prostředí (10%), na čemž se grafy shodují.

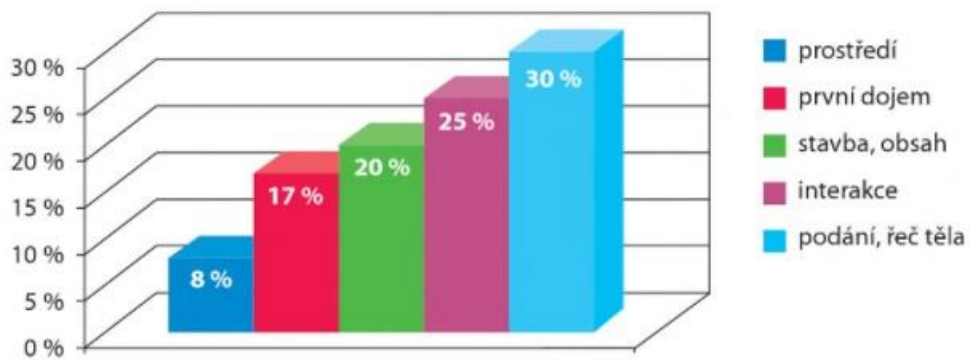
Když se oba grafy vizuálně prohlédnou, tak je vidět, že graf Kabátka a Lošťákové jde hezky vzestupně skoro až souměrně, ale graf s výsledky studentů tak souměrný není. Nepatrné rozdíly ve všech aspektech, kromě Prostedí naznačuje, že má vše skoro stejnou váhu, když obsah o něco více přesahuje. Dá se předpokládat, že studenti při prezentování vynakládají více úsilí do přípravy právě již zmiňovaného obsahu.

Graf 3: Položka č. 1 - důležitost aspektů prezentace



Zdroj: vlastní

Graf 4: Faktory úspěšnosti prezentace



Zdroj: Kabátek a Lošáková, 2010, s. 25

Položka č. 2

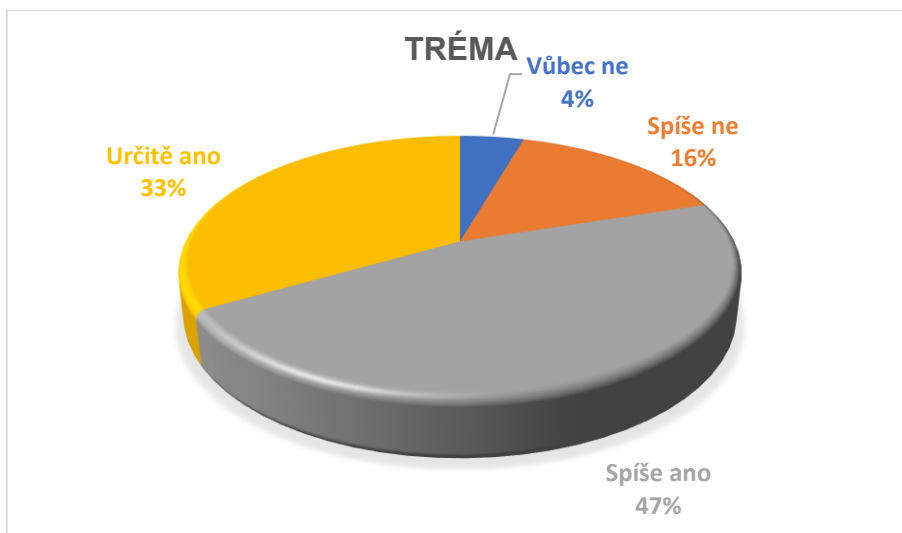
Máte trému (jste nervózní), když máte vystupovat?

Komentář: graf níže ukazuje, že celkem u 80% dotazovaných, z celkového počtu se jedná o 36 osob, se tréma objevuje, z toho 15 osob (33 %) odpovědělo určitě ano a 21 osob (47 %) spíše ano. Pouze dvě osoby (4%) trému nepocítují vůbec a 7 osob (16%) trému nepocítují spíše.

Vzhledem k vysokému procentu (80 %) osob, kteří mají stále trému před vystupování, a ve srovnání s 9. položkou dotazníku, kde se dotazující slovně vyjádřili, že jim studium na škole pomohlo překonávat nervozitu z prezentování před skupinou, by bylo zajímavé porovnání tohoto aspektů v začátku studia na škole, a porovnat výsledky s výstupem ve třetím ročníku. Když teď je právě těch 80 %, jaké by bylo procento v prvním ročníku?

O trémě se lze dočíst v teoretické části v kapitole č. 6.

Graf 5: Položka č. 2 - tréma



Zdroj: vlastní

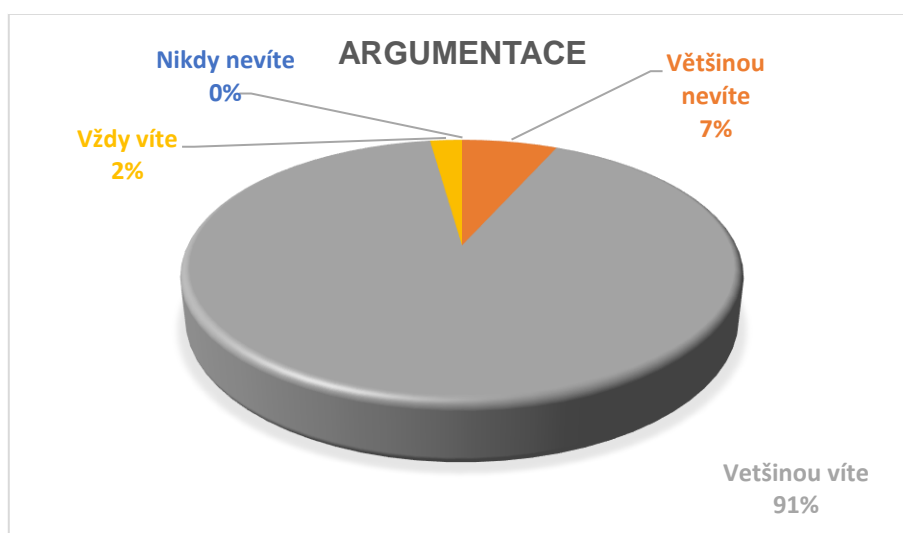
Položka č. 3

Když mají posluchači připomínky, dotazy a pochybnosti, víte, jak argumentovat?

Komentář: u této položky je vidět, že s argumenty publika si skoro hravě poradí až 41 osob (91%). S naprostou jistotou (odpověď: vždy víte) odpověděl pouze jeden z dotazovaných (2%). Trochu nejistí jsou 3 dotazovaní (7%), ale nikdo neodpověděl, že by nikdy nevěděl, tak reagovat na připomínky.

Argumentace je blíže rozepsaná v teoretické části práce, v kapitole č. 7.

Graf 6: Položka č. 3 - argumentace



Zdroj: vlastní

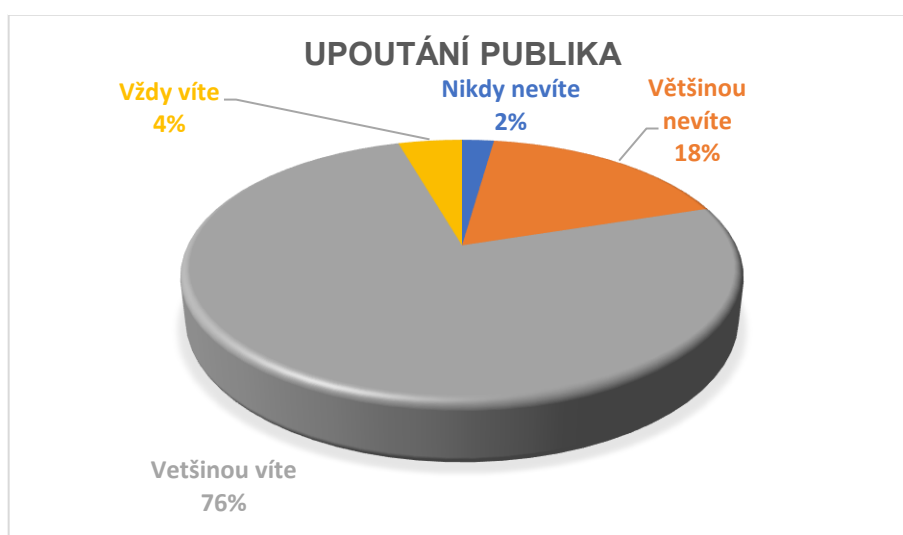
Položka č. 4

Víte, jak upoutat publikum?

Komentář: zajímavé je, že dohromady 9 osob (20 %) si neví rady s upoutáním publika. Z toho 1 osoba (2 %) nikdy neví, jak upoutat pozornost a 8 osob (18 %) většinou neví. Naopak 34 dotazovaných (76 %) a 2 dotazovaní (4 %) vědí, jak lidi v publiku upoutat. Z toho dva výše zmínění to vědí vždy.

V teoretické části, kapitola č. 5.1., je zmíněno, jak funguje první dojem.

Graf 7: Položka č. 4 - upoutání pozornosti publika



Zdroj: vlastní

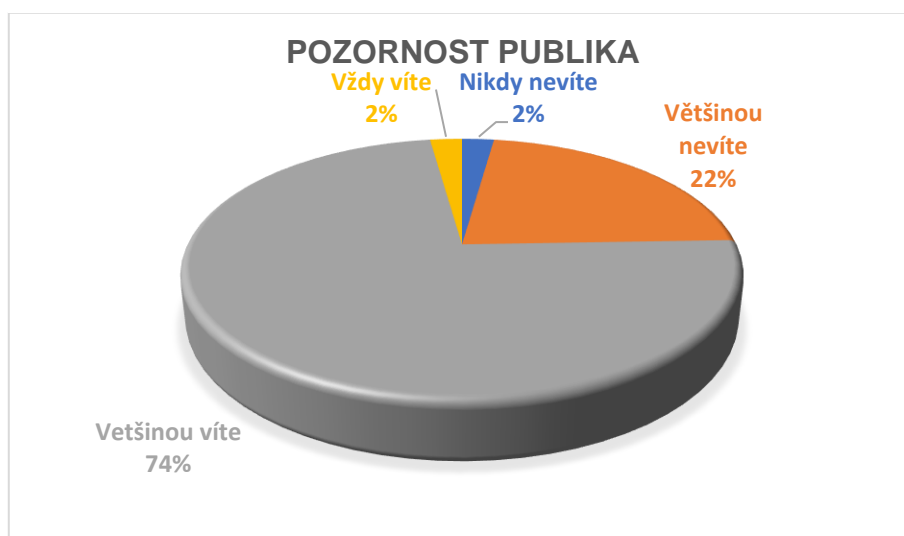
Položka č. 5

Víte, jak udržíte pozornost publika?

Komentář: odpovědi na tuto otázku se od té předchozí příliš neliší. Pouze jedna osoba (2 %) nikdy neví, jak pozornost publika udržet, 10 dotazovaných (22 %) to většinou neví. Potěšením je, že 33 osob (73 %), což je velká část oslovených, většinou ví, jak si publikum udržet v pozornosti a jedna osoba (2 %) to ví vždy.

Udržení pozornosti publika je zkoumáno v kapitole 5.10.1.

Graf 8: Položka č. 5 - pozornost publika



Zdroj: vlastní

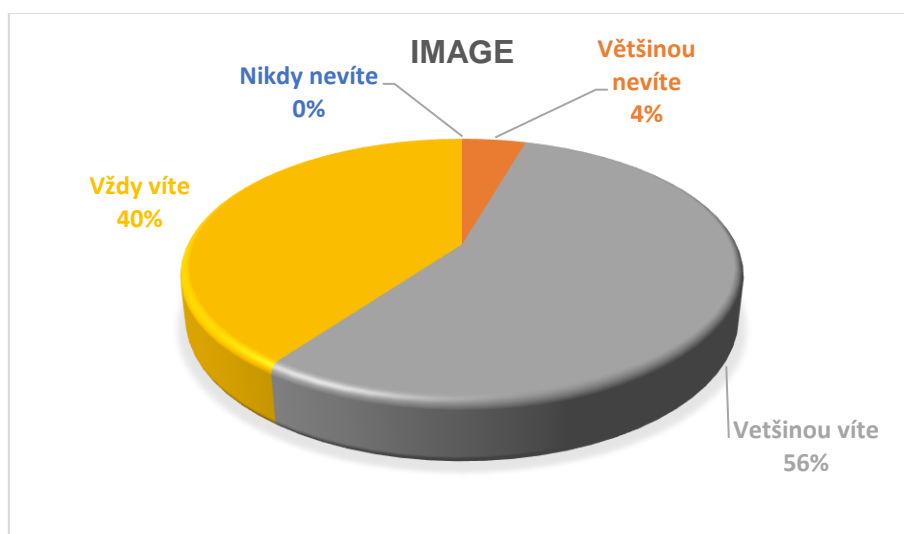
Položka č. 6

Víte, jak se obléknout na prezentování (je jedno před jakou skupinou)?

Komentář: příjemné zjištění nastalo u této otázky, kdy nikdy neopověděl absolutně záporně, že by nikdy nevěděl, co na sebe při příležitosti prezentování, a jen dvě osoby (4 %) vyjádřily, že většinou neví. Dalších 25 dotazovaných (56 %) většinou ví a 18 dotazovaných (40 %) to ví, bez toho, aniž by trochu zaváhali.

Image prezentujícího je podrobně vypsána v teoretické části, v kapitole č. 5.5.

Graf 9: Položka č. 6 - image prezentujícího



Zdroj: vlastní

Položka č. 7

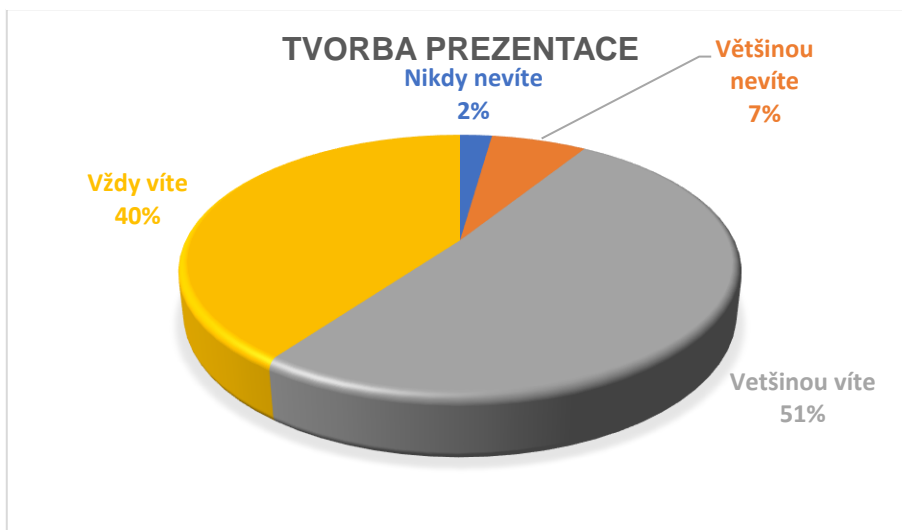
Když tvoříte prezentaci, je to pro vás snadné vytvořit formální stránku prezentace, víte přesně jak má vypadat, nebo tápete?

Komentář: při tvoření prezentace problém mají dohromady 4 dotazovaní, z nichž jeden (2 %) nikdy neví, jak vytvořit formální stránku prezentace a tři (7 %) většinou neví. Za to 23 osob (51 %) většinou ví a 18 osob (40 %) ví vždy.

Na základě kapacity teoretických informací, které se během studia ke studentům dostalo, by se dalo očekávat, že se záporné odpovědi u této otázky vůbec neobjeví, ale jak je vidět, stále 9 % ze studentů si nejsou jisti a tápou.

Struktura a obsah prezentace je možno k nahlédnutí v kapitole č. 5.3.

Graf 10: Položka č. 7 - tvorba prezentace



Zdroj: vlastní

Položka č. 8

Jak myslíte, že se dají nejlépe nabýt prezentační dovednosti?

Komentář: tato otázka je selektivní. Někteří neoznačili pouze jednu odpověď, ale více. Počet odpovědí byl 48. Nejčastější zastoupená odpověď byla, že prezentační dovednosti se dají nabýt nejlépe trénováním – pravidelným, nebo častým vystupováním. Takto odpovědělo 42 osob (88 % z celkového počtu odpovědí), jinak by to bylo 93 % z celkového počtu osob. Své zastoupení si našly i Kurzy o prezentování či vystupování (6 % z celkového počtu odpovědí), což byly 3 odpovědi. Pokud šlo o polootevřenou odpověď „Jiné, vypište“, tak tuto možnost využily také 3 osoby (6 % z celkového počtu odpovědí). Dotazující se vyjádřili tak, že se nejlépe dá nabýt mimo trénováním i kombinací znalostí o prezentování, trénink a zpětná vazba, nebo učením se improvizací a neustálým opakováním jednoho a toho samého. Překvapivě nikdo neoznačil, že by se dalo nabýt prezentačních dovedností studiem ve škole, i když právě tento důvod uváděli v následující otázce.

Graf 11: Položka č. 8 - nabytí prezentačních dovedností



Zdroj: vlastní

Položka č. 9

Posunulo Vás osobně studium na IVP v prezentačních dovednostech? Pokud ano, jak?

Komentář: 40 osob (90 %), kterým byl dotazník podán, odpovědělo na otázku pozitivně. Jen 5 dotazovaných (10 %) ze všech odpovědělo negativně.

V kladných odpovědích se dotazovaní často opakovali, odpovědi byly podobného charakteru. Prezenční i kombinovaní studenti se hodně shodovali, až na malé výjimky.

Nejčastěji uváděli, že jim studium na Institutu vzdělávání a poradenství pomohlo především právě v prezentačních dovednostech. Měli dostatečné množství časové dotace na prostor prezentování. Vychválili si, že byli „nuceni“ k prezentování i přes jejich nechuť. A právě tento moment často pomáhal studentům s překonáváním jejich strachu z prezentování před publikem. Není to však pouze o první prezentaci před lidmi, kteří jsou pro studenta víceméně cizí, ale i časté opakování prezentování, studentům pomáhalo v překonávání trémy a strachu, jak uvádějí v odpovědích. Tím rostla i jejich sebedůvěra a sebereflexe. Dokonce jeden student uvedl, že zkoušel i hypnózu, aby se trémy zbavil, však neúspěšně. Úspěch přineslo až studium na vysoké škole.

Také se velmi často shodovali na tom, že studium přináší ohromné množství teoretických znalostí na téma vystupování a prezentace, s čímž se naučili pracovat. Potěšilo je, že nabyté zkušenosti mohou uplatňovat i v každodenní komunikaci v zaměstnání a v běžném životě. Na základě nabytých teoretických znalostech vedlo k tomu, že se prezentace dá udělat na jakémkoliv téma, i když není nijak atraktivní, atraktivitu v prezentaci naleznou v úplně jiné stránce než v obsahu. Dobré pro studenty bylo i to, že si mohli vyzkoušet různé techniky pro udržení pozornosti publika, motivační úkoly a cvičení.

Mezi ty nejčastější odpovědi spadla i prezentační technika a grafika, se kterou se během studia mohli setkat a měli možnost ji i vyzkoušet. Prezentační technika, která byla zmíněna jako přínos a novinkou byl prezentér a nový program na tvoření prezentací – Prezi.

A mezi poslední nejfrekventovanější odpovědi patří důraz na zpětnou vazbu. Zdůraznili, že je pro ně obrovským přínosem a teď již nedílnou součástí prezentování. Vyzdvihli hlavně práci vyučujících, kteří vyzývali ihned po skončení prezentování spolužáky, aby sdělili konstruktivní kritiku. I když to pro ně vždy nebylo příjemné, vzali si z toho ponaučení a chyby se snažili v dalších příležitostech k prezentování napravit. Naplatí to jen chyby, ale i parazitická slova.

Během prezentování před spolužáky se někteří naučili mluvit pomaleji, než je jejich přirozená mluva, naučili se pracovat s neverbálními prvky jako třeba oční kontakt s publikem, s prostorem kolem sebe, řeč těla, gestikulace ale i to, jak reagovat na ticho ze strany publika a probudit v nich zájem o dané téma.

Jeden student si dokonce mezi vyučujícími, a i spolužáky našel vzor. Tento vzor mu sloužil při svých prezentacích.

Další student, který odpověděl kladně, že ho studium posunulo, ale napsal, že bylo velmi málo prostoru pro zlepšování svých prezentačních dovedností a jazykového projevu a uvedl to jako velkou škodu. Uvítal by, kdyby byl přímo předmět „Prezentační dovednosti“, kde by se probíraly všechny aspekty potřebné k efektivnímu prezentování.

Celkově prezenční studenti byli spokojeni s frekvencí prezentování, kdežto někteří kombinovaní studenti vyjádřili svou nespokojenost. Odůvodněním jejich nespokojenosti uváděli především málo příležitostí pro prezentování.

Negativní odpovědi se vyznačovaly právě tím, že byly velmi stručné a někdy i jednoslovná odpověď „ne“, že je studium na vysoké škole oboru Poradenství v odborném vzdělávání nijak neposunulo.

Jeden student se neposunul, jelikož se vyučováním sám žijí a studium na škole žádné nové poznatky nepřinesly. Také se objevil názor, že pro samotné prezentování musí člověk mít předpoklady, a když bude znát teorii, nebo bude mít příjemný vzhled, dobré vyjadřování, může mu to být k ničemu, pokud nemá již zmíněné vlohy.

9 Shrnutí průzkumného šetření

Po zpracování každé položky dotazníku, které byly podrobně rozepsány výše bylo zjištěno, že studium většinou na studenty nějaký pozitivní dopad mělo. Co se týče první otázky dotazníku, když studenti seřazovali jednotlivé aspekty prezentace podle důležitosti, tak na prvním místě je obsah prezentace, na druhém první dojem, na třetím řeč těla, na čtvrtém místě je umění vtáhnout posluchače do centra dění a na posledním místě bylo prostředí prezentace. V otázce, která zkoumala míru trémy u studentů se ukázalo, že až 80 % studentů podléhá trémě. Při zkoumání umění argumentace naopak až 91 % většinou ví, jak argumentovat při nepříjemných nebo napadajících otázkách ze strany publika. Stejně tak studenti většinou ví, jak upoutat publikum a jak získat jejich pozornost v průběhu prezentování. O oblékání platí to samé jako v předchozích otázkách, také většina studentů ví, co na sebe v různé příležitosti prezentování. Při tvoření struktury prezentace tomu není jinak, než že většina ví jak na to.

U otázky, která byla zaměřena na nabytí prezentačních dovedností bylo zjištěno, že se dovednosti dají nabýt převážně pravidelným tréninkem a opakováním.

To se potvrdilo i v jediné otevřené otázce dotazníku, kde se autor bakalářské práce ptá, jestli posunulo studenta studium na IVP v prezentačních dovednostech, a pokud ano, jak. Studenti se hodně opakovali v jednom tvrzení – trénování, časté opakování. Také spolu byli za jedno, že studium na IVP a možnosti častého (někdy i nuceného) prezentování odbouralo velkou část stresu z prezentování, zvedlo jim to sebedůvěru a jistotu. Velké klady vidí i ve velkém množství teorie o prezentování, i když někteří by uvítali více teorie, tak i více prezentování než doposud. Vyzdvižena byla i evaluace, a to právě v takovém provedení, ve kterém je ze strany vyučujících. Evaluace formou konstruktivní kritiky ihned po výstupu, vyučující vyzve studenty pro zhodnocení.

Samozřejmě nebylo vše kladné, někteří uvedli, že jim studium na IVP nic v oblasti prezentačních dovedností nepřineslo.

Na základě vyhodnocení praktické části bakalářské práce je zhodnoceno studium převážně kladně, s výjimkou některých připomínek, které studenti uvedli. Nelze vyhovět všem, ale pro ještě větší spokojenost by bylo možné otevřít semestrální předmět Prezentační dovednosti, kde by teoretické znalosti byly předávány komplexně a postupně. V předmětu by bylo také možné, aby studenti sami prezentovali.

ZÁVĚR

Prezentování je pro mnoho lidí nedílnou součástí pracovního procesu. Prezentačních dovedností se dá využít nejen v prezentování určitého produktu, ale i inovací, motivace zaměstnanců, při poradě, nebo i při obyčejné komunikaci s přáteli a známými. Bakalářská práce byla zaměřena především na prezentování před skupinou osob. Byly popsány nejdůležitější složky při prezentování, které mohou výstup ovlivňovat.

Cílem práce bylo vymezit základní pojmy, důležité aspekty ovlivňující prezentování, případné pomůcky po zvládnutí některých činností.

Hlavní složkou je sebejistota a umění zvládnout trému, která může člověka zcela pohltit, aniž by si toho byl vědom. Odbourání probíhá podle mnoha názorů odborníků, kteří jsou citováni v teoretické části, tak i podle studentů, kteří odpovídali na dotazník, který je zpracován v praktické části práce. Nejen ale umění zvládnout nervozitu, ale i správně naplánovat výstup, zpracovat strukturu a obsah prezentace, připravit si argumenty, pokud by byly potřeba, naučit se zvládat svou řeč těla, anebo poutání pozornosti osob v hledišti. Nakonec nikdy nezapomenout na evaluační část, která je východiskem pro další výstupy a je to jediná zpětná vazba, kterou je možno získat. Všechny tyto složky tvoří jeden celek, a když se na jednu ze složek opomene, nebo se na ní dostatečně nezpracuje, může se stát, že výsledek mine účinek.

Cílem praktické části práce bylo prozkoumat, jak se studenti Institutu vzdělávání a poradenství staví k prezentačním dovednostem a jaký dopad na jejich prezentační dovednosti mělo studium oboru Poradenství v odborném vzdělávání.

Praktická část je provedena formou průzkumného šetření. Průzkum byl prováděn elektronickou cestou, s jednou opakovanou výzvou o vyplnění. Analýza postojů studentů ukázala, že pomocí pravidelného trénování lze svých prezentačních dovedností hravě zdokonalovat, ale je k tomu potřeba, aby měli teoretický základ. Studium ve většině případů přineslo plno výhod

týkající se prezentování, které bylo v hodinách časté, naučili se konstruktivní kritice a zvládnání trémy před vystupováním před skupinou. Stále je pro studenty nejdůležitější obsah prezentace, na které se prezentace staví.

Studenti, i přes to, že zhodnotili studium a pravidelnost prezentování velmi kladně na základě odbourání jejich nervozity při vystupování před lidmi, jak se v odpovědích velmi hojně objevovalo, trému pociťují celkem silně. Až 80 % z těch, co dotazník odevzdali pociťují stále celkem velkou trému, z nichž 33 % ji pociťuje hodně. Očekáváním bylo, že vyhodnocení této položky dotazníku bude mít nižší hodnoty.

Na základě takového zjištění byl doporučen semestrální předmět s obsahem zaměřeným přímo na prezentační dovednosti. Zahrnoval by veškeré teoretické znalosti a praktická cvičení, včetně konečné evaluace, kterou, jak již bylo uvedeno, studenti vychválili.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

BARTOŇKOVÁ, Hana. *Firemní vzdělávání*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2010. 204 s. Vedení lidí v praxi. ISBN 978-80-247-2914-5.

BILINSKI, Wolfgang. *Velká kniha rétoriky: jak s jistotou a přesvědčivě vystupovat při každé příležitosti*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. 214 s. ISBN 978-80-247-3905-2.

ESPOSITO, Janet. *Jak překonat strach z veřejného vystoupení*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. 155 s. ISBN 978-80-247-3680-8.

HIERHOLD, Emil. *Rétorika a prezentace: 7., aktualizované vydání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. 380 s. Expert. ISBN 978-80-247-2423-2.

JANDOUREK, Jan. *Průvodce sociologií*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2008. 208 s. Sociologie. ISBN 978-80-247-2397-6.

JANOUSĚK, Jaromír. *Psychologické základy verbální komunikace: projevy psychických funkcí ve verbální komunikaci, významová dynamika a struktura komunikačního aktu, komunikace písemná, ženská, mužská, virtuální, vnitřní kooperace a vnitřní řeč ve verbální komunikaci*. Vydání 1. Praha: Grada, 2015. 382 stran. Psyché. ISBN 978-80-247-4295-3.

JIŘINCOVÁ, Božena. *Efektivní komunikace pro manažery*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2010. 138 s. Vedení lidí v praxi. ISBN 978-80-247-1708-1.

KABÁTEK, Aleš a LOŠŤÁKOVÁ, Olga. *Obchodní a manažerská prezentace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. 205 s. ISBN 978-80-247-3344-9.

KOZEL, Roman, MYNÁŘOVÁ, Lenka a SVOBODOVÁ, Hana. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. 304 s. Expert. ISBN 978-80-247-3527-6.

LANGER, Tomáš. *Moderní lektor: průvodce úspěšného vzdělavatele dospělých*. První vydání. Praha: Grada Publishing, 2016. 217 stran. ISBN 978-80-271-0093-4.

MEDLÍKOVÁ, Olga. *Přesvědčivá prezentace: špičkové rady, tipy a příklady*. 2., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2010. 144 s. Komunikace. ISBN 978-80-247-3455-2.

MIKULÁŠTÍK, Milan. *Komunikační dovednosti v praxi*. 2., dopl. a přeprac. vyd. Praha: Grada, 2010. 325 s. Manažer. Komunikace. ISBN 978-80-247-2339-6.

MUŽÍK, Jaroslav. *Didaktika dospělých*. Praha: Filozofická fakulta UK, 2002. 203 s. ISBN 80-86284-21-2.

NELEŠOVSKÁ, Alena. *Pedagogická komunikace v teorii a praxi*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2005. 171 s. Pedagogika. ISBN 80-247-0738-1.

PLAMÍNEK, Jiří a FRANC, Daniel. *Komunikace a prezentace: umění mluvit, slyšet a rozumět*. 2., dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. 198 s. Komunikace. ISBN 978-80-247-4484-1.

PLAMÍNEK, Jiří. *Vzdělávání dospělých: průvodce pro lektory, účastníky a zadavatele*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. 318 s. ISBN 978-80-247-3235-0.

PRŮCHA, Jan a VETEŠKA, Jaroslav. *Andragogický slovník*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2012. 294 s. ISBN 978-80-247-3960-1.

SLAVÍK, Milan a kol. *Vysokoškolská pedagogika*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2012. 253 s. Pedagogika. ISBN 978-80-247-4054-6.

ŠPAČKOVÁ, Alena. *Moderní rétorika: jak mluvit k druhým lidem, aby nám naslouchali a rozuměli*. 3., dopl. vyd. Praha: Grada, ©2009. 141 s. Poradce pro praxi. ISBN 978-80-247-2965-7.

VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2009. 319 s. ISBN 978-80-7367-387-1.

VYMĚTAL, Jan. *Průvodce úspěšnou komunikací: efektivní komunikace v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. 322 s. Manažer. Komunikace. ISBN 978-80-247-2614-4.

WERNEROVÁ, Irena. *Komunikace pro každého: komunikace s 5 P: popularizovaný průvodce pomocí praktických příhod*. Vyd. 1. [Praha]: Computer Media, 2010. 240 s. ISBN 978-80-7402-064-3.

ZORMANOVÁ, Lucie. *Didaktika dospělých*. Vydání 1. Praha: Grada, 2017. 223 stran. Pedagogika. ISBN 978-80-271-0051-4.

Internetové zdroje

PŘÍPRAVA PREZENTACE. In: Osobnostní rozvoj lektora dalšího vzdělávání [online]. Frýdek-Místek [cit. 2017-08-26]. Dostupné z: <http://osobnostnirozvojdvv.cz/moduly/m1/05-1-priprava-prezentace.html>

Institut vzdělávání a poradenství, 2017. *Statut Institutu vzdělávání a poradenství České zemědělské univerzity v Praze ze dne 20. dubna 2017* [online]. Institut vzdělávání a poradenství. [cit. 2018-03-11]. Dostupné z: <https://www.ivp.czu.cz/cs/r-6928-o-institutu/r-6938-oficialni-dokumenty/r-12864-vnitri-predpisy-ivp>

Poradenství v odborném vzdělávání. Základní informace, *Institut vzdělávání a poradenství* [online]. Institut vzdělávání a poradenství. [cit. 2018-03-05]. Dostupné z: <https://www.ivp.czu.cz/cs/r-6930-studium/r-7469-studijni-obory/r-8775-obory-bakalarskeho-studia/r-8777-poradenstvi-v-odbornem-vzdelavani>

Studijní obory. *Institut vzdělávání a poradenství* [online]. Institut vzdělávání a poradenství. [cit. 2018-03-10]. Dostupné z: <https://www.ivp.czu.cz/cs/r-6930-studium/r-7469-studijni-obory>

SEZNAM TABULEK, OBRÁZKŮ A GRAFŮ

Seznam tabulek

Tabulka 1: Metoda SMART	28
Tabulka 2: Příklady vhodných a nevhodných sloves	29
Tabulka 3: Oblečení na prezentaci – co použít a čemu se vyhnout	31
Tabulka 4: Efektivní formulace	46

Seznam obrázků

Obrázek 1: Lasswellovo pravidlo.....	13
Obrázek 2: Trojúhelník dojmu	23

Seznam grafů

Graf 1: Faktory úspěšnosti prezentace	22
Graf 2: Vztah trémy (tenze) a výkonu.....	41
Graf 3: Položka č. 1 - důležitost aspektů prezentace	53
Graf 4: Faktory úspěšnosti prezentace	53
Graf 5: Položka č. 2 - tréma	54
Graf 6: Položka č. 3 - argumentace.....	55
Graf 7: Položka č. 4 - upoutání pozornosti publika.....	56
Graf 8: Položka č. 5 - pozornost publika	57
Graf 9: Položka č. 6 - image prezentujícího	58
Graf 10: Položka č. 7 - tvorba prezentace.....	59
Graf 11: Položka č. 8 - nabytí prezentačních dovedností.....	60

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1: Dotazník

PŘÍLOHY

Příloha 1: Dotazník

DOTAZNÍK

Dobrý den, Vážení studenti. Žádám Vás o vyplnění dotazníku k účelům praktické části mé bakalářské práce – Prezentační dovednosti vysokoškolských studentů na IVP. Odpovědi, prosím kroužkujte na stupnici 1 až 4, nebo vypište vlastními slovy.

Prosím odpovídejte upřímně. Vaše odpovědi jsou anonymní. Vždy je možno označit pouze jednu odpověď, pokud není u otázky výjimka.

Děkuji, Martincová Tereza

1.část

- 1. Seřadte následující složky prezentace podle pořadí dle důležitosti pro úspěšnou prezentaci na stupnici 1-5. Nejvíce důležité ohodnoťte 1, naopak nejméně 5.**

_____ *Prostředí prezentace*

_____ *První dojem a osobnost prezentujícího*

_____ *Obsah prezentace – přehlednost, srozumitelnost, věcnost*

_____ *Řeč těla a způsob podání prezentace, neverbální prvky, oční kontakt s posluchači*

_____ *Interakce – schopnost vtáhnout posluchače po prezentaci a reakce na dotazy a námítky*

2.část

- 2. Máte trému (jste nervózní), když máte vystupovat?**

- 1) *Vůbec ne*
- 2) *Spíše ne*
- 3) *Spíše ano*
- 4) *Určitě ano*

- 3. Když mají posluchači připomínky, dotazy a pochybnosti, víte, jak argumentovat?**

- 1) *Nikdy nevíte*
- 2) *Většinou nevíte*
- 3) *Většinou víte*
- 4) *Vždy víte*

4. Víte, jak upoutat publikum?

- 1) *Nikdy nevíte*
- 2) *Většinou nevíte*
- 3) *Většinou víte*
- 4) *Vždy víte*

5. Víte, jak udržíte pozornost publika?

- 1) *Nikdy nevíte*
- 2) *Většinou nevíte*
- 3) *Většinou víte*
- 4) *Vždy víte*

6. Víte, jak se obléknout na prezentování (je jedno před jakou skupinou)?

- 1) *Nikdy nevíte*
- 2) *Většinou nevíte*
- 3) *Většinou víte*
- 4) *Vždy víte*

7. Když tvoříte prezentaci, je to pro vás snadné vytvořit formální stránku prezentace, víte přesně jak má vypadat, nebo tápete?

- 1) *Nikdy nevíte*
- 2) *Většinou nevíte*
- 3) *Většinou víte*
- 4) *Vždy víte*

8. Jak myslíte, že se dají nejlépe nabýt prezentační dovednosti?

- 1) *Trénování – pravidelné, nebo časté vystupování*
- 2) *Studium ve škole*
- 3) *Kurz o prezentování či vystupování*
- 4) *Jiné, vypište:*

9. Posunulo Vás osobně studium na IVP v prezentačních dovednostech? Pokud ano, jak?