



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Proč nebyla Šahrazáda popravena?

Jana Víchová

Lektorka Jana Víchová

Pracuji jako koučka, lektorka a konzultantka v oblastech managementu, komunikačních procesů, osobnostního rozvoje, komunikačních dovedností a mediální komunikace.

Svou profesní kariéru jsem začínala v mikrobiologické laboratoři, následně jsem se věnovala řízení volnočasových aktivit dětí jako profesionální lektorka sportu a tělovýchovy v Domě dětí a mládeže. Po mateřské dovolené jsem začala pracovat jako obchodní a marketingová manažerka ve společnosti Ascent, která vyráběla sportovní galanterii.

Patnáct let jsem pracovala v médiích. Byla jsem zakladatelkou a spolujitelkou společnosti TV Lyra s.r.o. Pracovala jsem jako redaktorka, kameramanka, scénáristka, obchodní ředitelka. V roce 2004 jsem se stala v TV Lyra výkonnou ředitelkou této společnosti. Pracovala na pořadech pro Českou televizi, rádio Alfa, rádio Impuls, Galaxia sport. Souběžně jsem v roce 2000 založila společnost Truck Pro s.r.o., věnující se sportovnímu marketingu a mediální komunikaci. a od roku 2005 jsem ředitelkou a organizátorkou mezinárodního filmového festivalu Femina Film .

V roce 2008 jsem se začal aktivně věnovat koučování a lektorské činnosti v oblasti osobního rozvoje. V roce 2010 jsem na Českém statistickém úřadě, vybudovala odbor vnější komunikace a pracovala jako tisková mluvčí. V současné chvíli pracuji jako poradce flying (interim) manager a jsem poradkyní místopředsedkyně Senátu PČR.

Při své práci uplatňuji principy systemického přístupu a opírám se o praktické zkušenosti. Přeji Vám, abyste si z dnešního kurzu odnesli užitečné informace a dovednosti pro zlepšení své práce a rovněž podněty pro svůj osobní rozvoj.

Poradenství a lektorskou činnost jsem realizoval ve firmách:

TV Lyra s.r.o., Sportcentrum Račice a.s., Český svaz tělesné výchovy, Universita Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem, Český statistický úřad, Atok Cosmetics s.r.o, Nobilis Tilia s.r.o., Vysoko s.r.o., Rehacentrum s.r.o., Vydavatelství VLP, Senát Parlamentu ČR

Věřím, že si z dnešního kurzu odnesete zajímavé informace a dovednosti pro zlepšení své práce a rovněž podněty pro svůj osobní rozvoj.

Odborná kvalifikace:

Specializační studium - Institut systemického koučování, Systemické koučování a management, Pražská narativní škola narativní psychoterapie
Středoškolské odborné studium: Střední zdravotní škola, Střední pedagogická škola

Přeji Vám hezký den.

Porč nebyla Šahrazáda popravena?

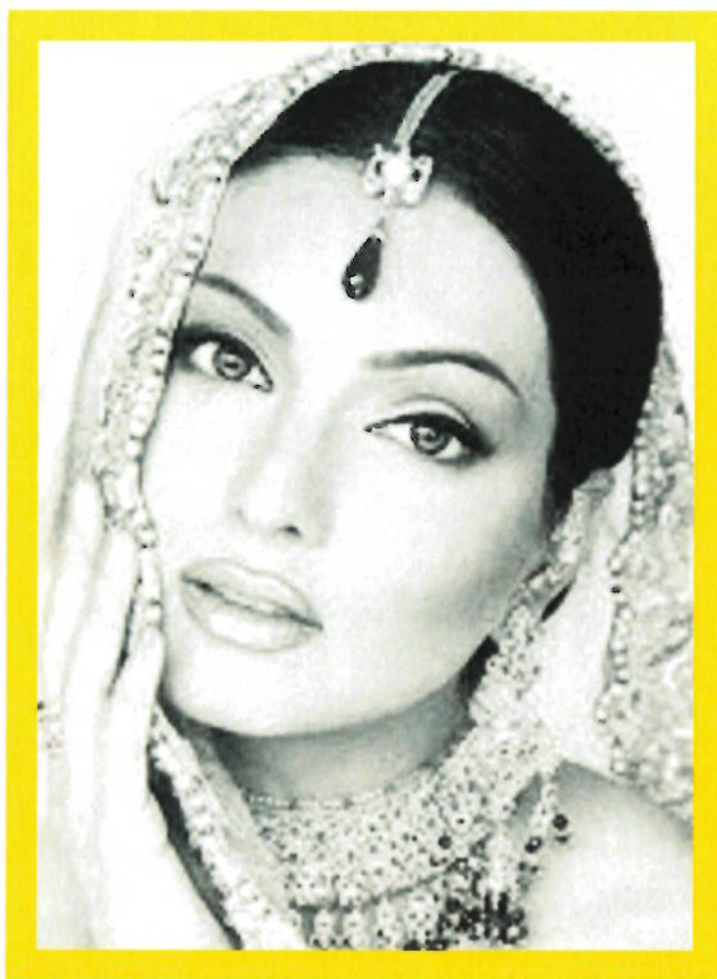
MOTTO:

Každý den svými slovy vybíráš cestu po které jdeš...

OBSAH:

- 5..... Chytrá Šahrazád
- 6..... Co dělá příběh příběhem
- 7..... Proč nás příběhy baví?
- 8..... Co je to komunikace?
- 9..... Komunikace a teorie
- 10..... Kdo koho veze
- 11..... Můžeme si rozumět?
- 12..... Faktory zájmu
- 13..... Kontext posluchače
- 14..... Tipy a triky pro dobrou prezentaci
- 15..... Jak připravit prezentaci
- 16..... Tipy a triky jak se připravit na vystoupení
- 17..... Zdravá komunikace
- 18..... Komunikační bariéry

PROČ NEBYLA ŠAHRAZÁDA POPRAVENA ?



V pradávných, velmi dávnych dobách,
kdy ještě věřil lid i knížata,
že hvězdy visí na železných skobách
a zem je jako koláč placatá,
žil jeden král a ten měl krutý zvyk:
když oženil se, dal druhý den z rána
svou ženu stít. I zoufá každá panna,
když král se ohlásí jako nápadník.

Jednou se zalíbila tomu králi
spanilá dívka, jménem Šahrazád.
Otec a matka hned se rozplakali,
že mají hezkou dceru dát.
Dívka však nebyla jen spanilá,
byla i chytrá, vtipu měla za tři,
vždyť k pravé kráse vtip a rozum patří,
bez bázně králi ruku slíbila.

Slaví se svatba s velkými hody,
mají tam jídla z cukru, z ovoce,
pomerančové, malinové vody,
medu, víc než je vody v potoce,
s růžemi jasmín voní ze zahrad,
v kašních tam zlaté rybky dovádějí,
v cypřiších, v dubech, v houštích ptáci
pějí
a skryté harfy nepřestanou hrát.

Snesla se noc a stolovnici vstali,
zbyl tu jen král, s ním krásná Šahrazád.
„Nechod' me ještě spáti,“ řekla králi.
Král poslechl a ještě nešli spát.
„Poví ti, chceš-li, hezkou pohádku,“
dál praví Šahrazád a rukou loví
ze zlaté mísy kousek fondánový,
„pěkně se poslouchají za chládku.“

Nad zahradami vyšel měsíc blady.
Král roztomilou ženou okouzlen,
přikývla, aby vyprávěla tedy.
Vypráví dlouho, venku už je den,
pohádky však je sotva polovic.
„Víš co, má drahá,“ dí král nevyspalý,
„dopovíš mi to večer,“-- „Ano, králi,“
rotjasní žena svojí krásnou lic.

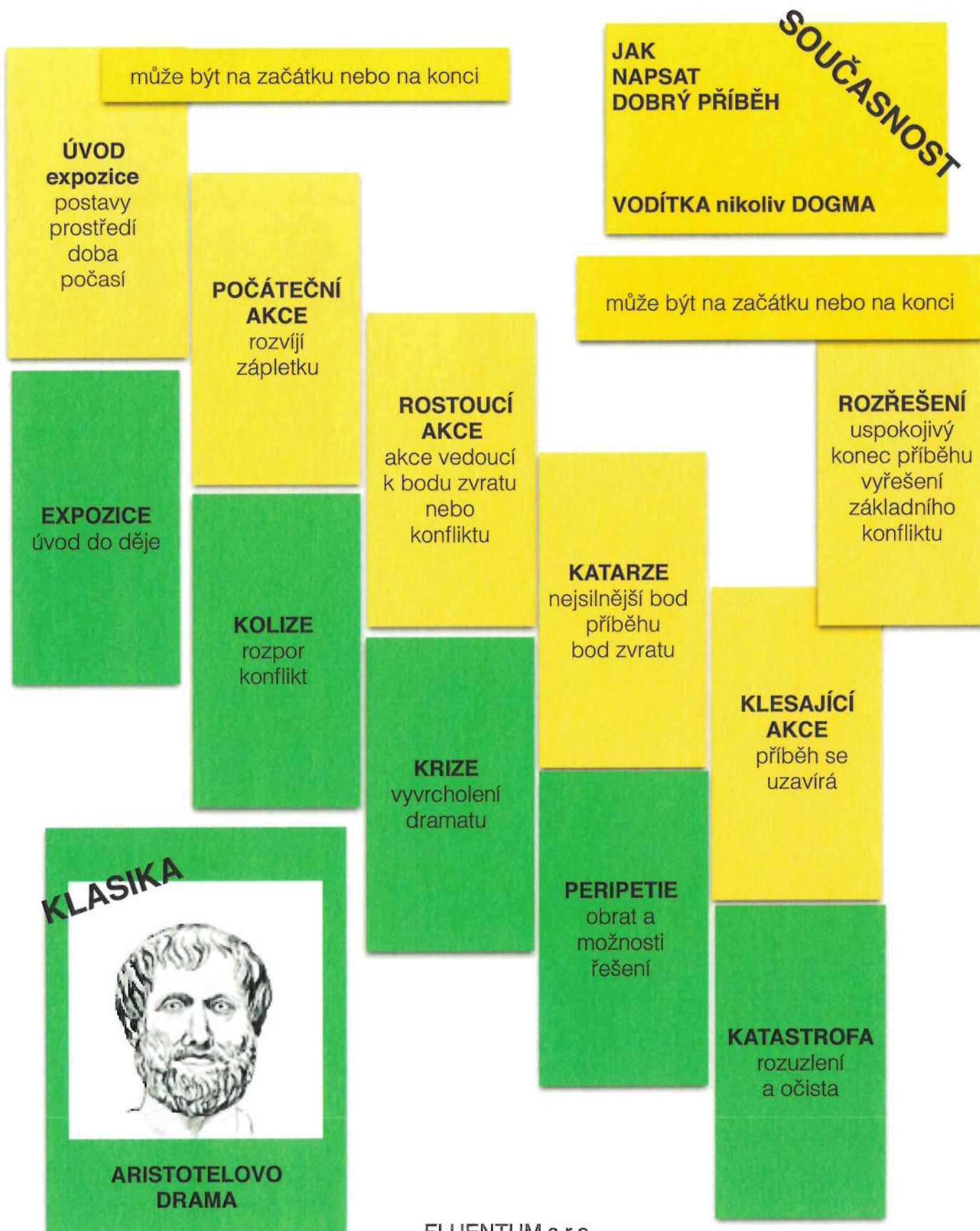
A večer králi vypravuje dále.
Když skončí, začne novou pohádku,
celou noc vypráví a baví krále,
poslouchá se to hezky za chládku.
Vychází slunce, pohádky je půl,
i jde král spát, že večer se zas doví,
jak skončí tento příběh pohádkový,
vždyť ani chvíli v noci neusnul.

Diví se všichni, že je nová žena
živá a zdravá. Proč jí šetří král?
Šahrazád usmívá se potěšena,
že na pohádky král se chytit dal.
A vypráví mu dále, noc co noc,
král poslouchá a poslouchal by stále
pohádky dlouhé, krátké, velké, malé,
Šahrazád už má nad maželem moc.

Šahrazád králi dlouho vyprávěla,
tisíc a jednu noc jí naslouchal,
slavičí píseň ze zahrady zněla,
a jasmín voněl, svěží vánek vál,
svou ženu zanic byl by nedal král.
A sedm z jejích pohádek vám povím,
voni z nich růže s květem jasmínovým
a žhne v nich slunce z pouští, z holých skal.
Jsou krásné, přitom v tipu mají za tři,
vždyť k pravé kráse hodně vtipu patří.
A nemusí je znát jen onen král.

František Hrubín
Chytrá Šahrazád

CO DĚLÁ PŘÍBĚH PŘÍBĚHEM?



PROČ NÁS PŘÍBĚHY BAVÍ?

Příběhy jsou staré jako lidstvo samo.
Příběhy jsou podstata naší kultury.
Příběhy byly vždy vyprávěny tak, aby si je lidé pamatovali = musely je bavit.

STORYTELLING
=
JOKETELLING

Nejdůležitější funkce příběhu je
POBAVIT = NĚCO SE NAUČIT

PŘÍBĚHU ZAUJMI MI MĚ :
• emocionálně
• intelektuálně
• esteticky

HLAVNÍ POSTAVA PŘÍBĚHU
MUSÍ MÍT

- vnitřní motivaci
- musí být jasné proč to dělá ať dělá co dělá

- Vypravěč příběhu musí slibovat:
- zábavu
- očekávání
- zvědavost
- živý příběh, plný děje a detailů

• PŘÍBĚHY MÁ RÁD KAŽDÝ
(skoro)

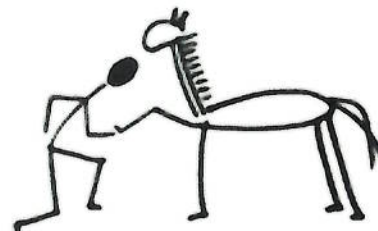
• VŽDY máme volbu jaké příběhy
budeme vyprávět



CO JE TO KOMUNIKACE

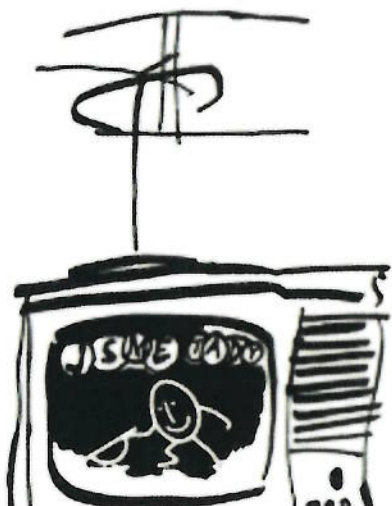


konverzace
(dialog)

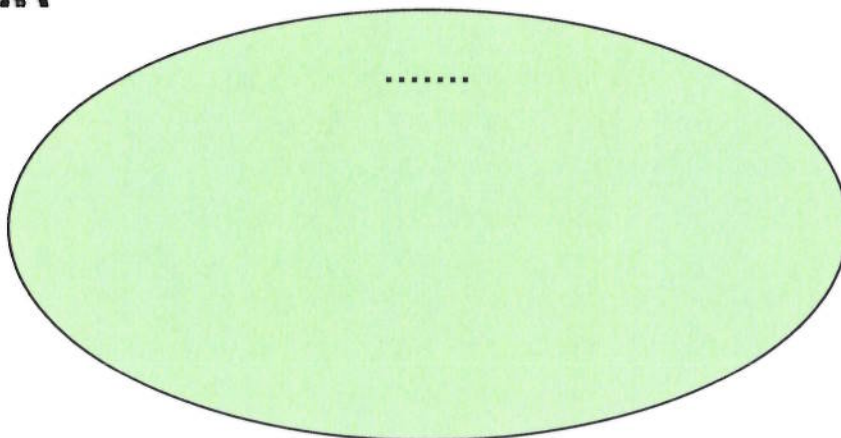


nedorozumění

písemné
sdělení



audio
nebo vizuální
sdělení



KOMUNIKACE

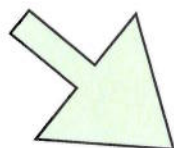
trochu teorie

NOSITELEM
VÝZNAMU V KOMUNIKACI JE
KONTEXT

k
úplnému porozumění
potřebujeme znát
VŠECHNY
kontexty

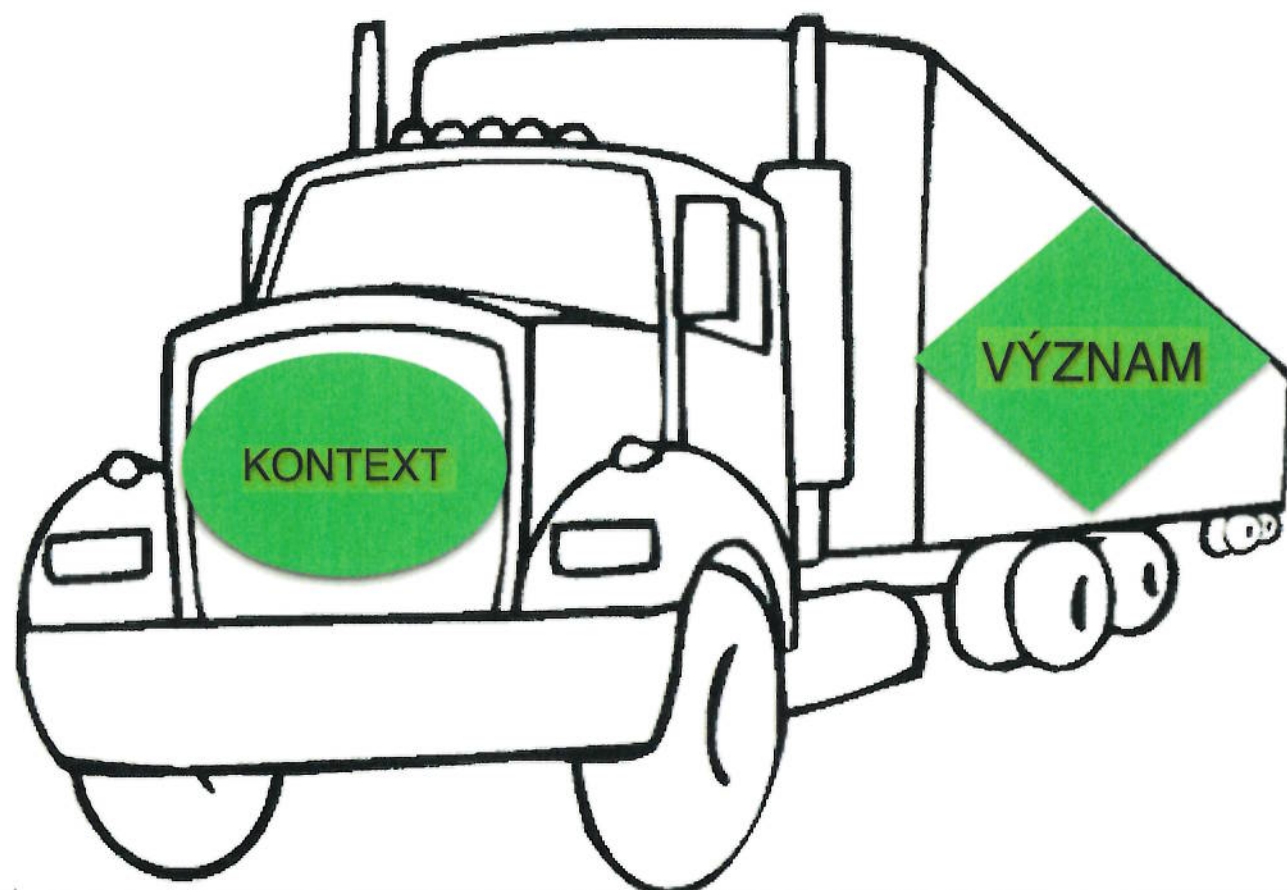
KOMUNIKACE
se děje v našich
MYSLÍCH

pozorovatel
a pozorované jsou ve vzájemné
INTERAKCI



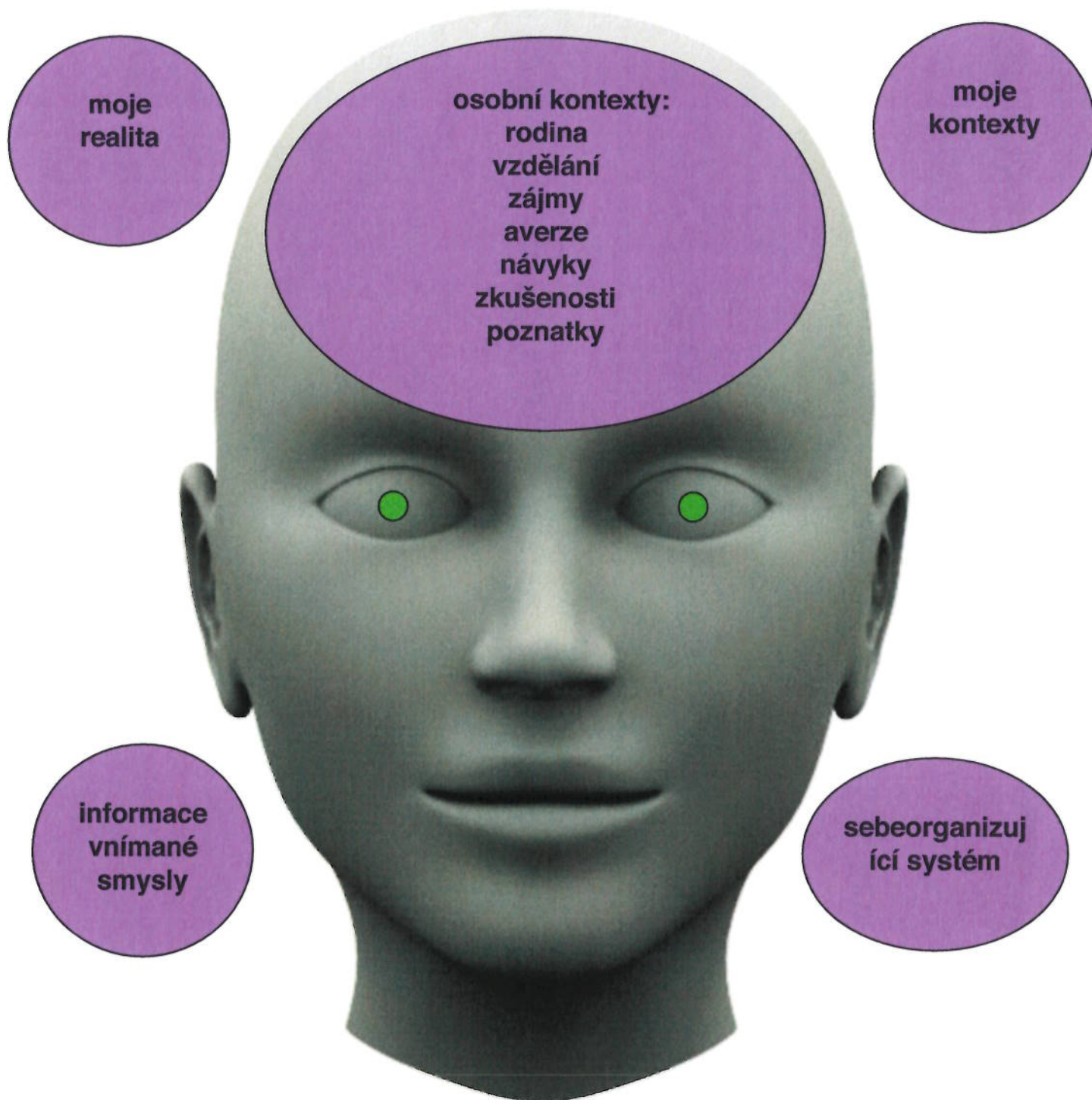
To
co pozorovatel pozoruje a jak
to následně interpretuje, vypovídá
více o pozorovateli než o
pozorovaném.

KOMUNIKACE
aneb trochu teorie
Kdo koho veze?



KOMUNIKACE

MŮŽEME SI ROZUMĚT?



FAKTOR ZÁJMU



INFORMACE v PREZENTACI

JE PREZENTACE AKTUÁLNÍ?

OSLOVUJE CÍLOVOU SKUPINU?

JE ZAJÍMAVĚ ZPRACOVANÁ NEBO SE OPAKUJE?

JE ZAJÍMAVÁ Z HLEDISKA JEJICH POTŘEB?

PŘINÁŠÍ NOVÉ INFORMACE, POZNATKY, Z JEJICH POHLEDU?

NESE ZAJÍMAVÝ PŘÍBĚH?

ODHALUJE NOVÉ SKUTEČNOSTI? INOVACE? KONFLIKTY?

**BUDE INFORMACE ZAJÍMAVÁ PRO DIVÁKY ???
DIVÁK / POSLUCHAČ = ZÁKAZNÍK**

FAKTOR ZÁJMU POSLUCHAČE



JAK SE PŘIPRAVIT NA PREZENTACI

ZJIŠŤUJTE:

- ✦ o jaký formát prezentace se jedná
- ✦ cílovou skupinu posluchačů
- ✦ téma do kterého bude prezentace zasazena
- ✦ kdo další se bude vyjadřovat

- ✦ co je cílem prezentace (o čem má být)
- ✦ kolik budete mít prostoru na vyjádření
- ✦ kde a kdy máte být

- ✦ zjistěte si, zda si můžete vzít s sebou jiný podpůrný materiál
- ✦ zjistěte si technické parametry pro prezentaci a nepředpokládejte, že to půjde - vyzkoušejte si to...

CO JEŠTĚ DĚLAT

- ✦ mluvte ke všem, pokud se tváří nevlídně, vyberte si někoho kdo je vám sympatický
- ✦ hovořte pomalu a klidně
- ✦ kombinujte informace a humor (opatrně)
- ✦ buďte sami sebou a nesnažte se vytvářet dojem, že jste někdo jiný. Je to poznat.
- ✦ buďte čitelní, srozumitelní
- ✦ neskrývejte emoce či nálady, otevírejte kontexty
- ✦ oblečte se tak, aby vám bylo příjemně a dobře jste se cítili
- ✦ buďte upřímní, upřímní a upřímní...
- ✦ devejte druhým zažít respekt a zájem

PŘIPRAVTE SI:

- ✦ klíčové informace, které musí zaznít
- ✦ sepište si stručný a srozumitelný komentář ke každému slidu, abyste věděli co vlastně budete říkat. Neučte se to nazpaměť
- ✦ komentář si řekněte nahlas tak, jak byste chtěli aby zazněl
- ✦ v prezentaci vypíchněte klíčovou pointu a nechte jí dostatek místa
- ✦ sdílejte s druhými nadšení a zápal
- ✦ mluvte jednoduše s srozumitelně
- ✦ mluvte o tom co je, nikoliv o tom co není
- ✦ podstatné řekněte hned na začátku
- ✦ vyprávějte příběhy, stručné, ale názorné příklady, kterým divák nebo posluchač rozumí
- ✦ metafory které přiblíží téma o kterém hovoříte
- ✦ kde to jde používejte rozšiřující kontexty
- ✦ hovořte v 1. osobě (já), pokud použijete my, musíte říct kdo je "my"

CO NEDĚLAT:

- ✦ nepoužívejte podmiňovací způsob = nebychujte
- ✦ nepoužívejte cizí výrazy pokud nemusíte
- ✦ nepoučujte
- ✦ nebuďte vtipní na účet druhých pouze na svůj

JAK PŘEMÝŠLET O PREZENTACI

VHODNÉ TÉMA

ZVOLTE TÉMA

Při přípravě prezentace dejte pozor na téma. Na to, co je jejím obsahem a zda téma, které je atraktivní pro vás, bude také atraktivní pro diváky. Položte si jednoduchou otázku. Bude je to **OPRAVDU** zajímat?

OBSAH PREZENTACE

OBSAH PREZENTACE

Víte co chcete říct a proč to říkáte. jaké jsou kontexty předávané informace a k čemu poslouží. Určete si rozsah prezentace.

Samotná prezentace nesmí být dlouhá a musí zbýt prostor pro případné dotazy.

Kdo je cílová skupina? Jaké má zájmy a potřeby? Slouží tato informace k naplnění jejich potřeb?

Prezentace nesmí být dlouhá (max. 1 minuta plánované prezentace = 1 slide). Čím kratší tím lepší.

PŘÍPRAVA PREZENTACE

PŘÍPRAVA PREZENTACE

ÚVOD - vím co chci říct, o čem budu mluvit. FAKTOR ZÁJMU - nechce informaci zazářit ve světle pozornosti posluchačů.

VYPRÁVĚJTE PŘÍBĚH prostřednictvím vaší prezentace, nebojte se detailů a emocí.

ZÁVĚR - shrňte velmi zajímavě co bylo řečeno a co z toho vyplývá.

ŠETŘE SLOVY

1 SLIDE = 1 INFORMACE

Texty, tabulky a grafy na slidech musí být srozumitelné, jasné a přehledné. Na jednom slídu max. 1 graf nebo 2 obrázky, 3 - 5 řádek

Každý slide musí mít název - titulek v novinách. Musí být jasné o čem pojednává.

Používejte maximálně dva fonty a pokud vaše firma používá jednotný vizuální styl tak se ho držte a nevytvářejte valstní "kreativní" variace.

Zvažte do jaké míry je nutné používat odborné termíny. Prezentace musí být SROZUMITELNÁ .

MÉNĚ JE VŽDY VÍCE!!!
V PŘÍPADĚ PREZENTACE TO PLATÍ DVOJNÁSOB.
VŽDY DODRŽUJTE ČAS KTERÝ MÁTE K DISPOZICI

JAK SE PŘIPRAVIT NA VYSTOUPENÍ



délka zprávy ve zpravodajství:

40 - 120 sec

váš prostor: cca 10- 20 sec.

délka reportáže v publicistickém pořadu:

3-5 minut

váš prostor: cca 2 - 3x 10 sec.

délka diskusního studia: 5 - 20 minut



délka zprávy ve zpravodajství:

30 - 60 sec

váš prostor: cca 10 - 15 sec.

délka diskusního studia: 15 minut

délka krátkého rozhovoru: 2 minuty

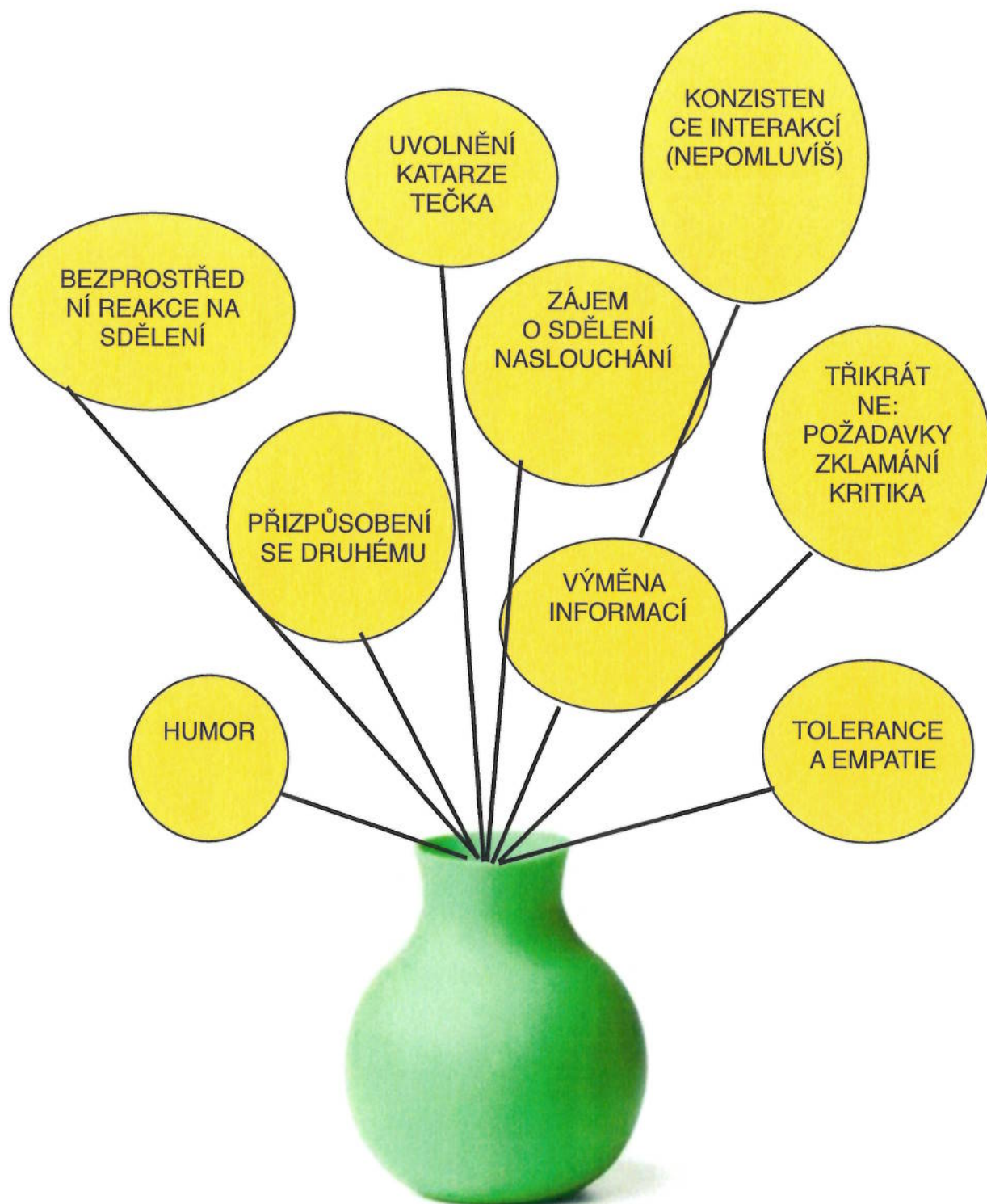
ZJIŠŤUJTE:

- o jaký formát se jedná (zpravodajství, publicistika, diskuse, jiné...)
- cílovou skupinu (zpravodajství, dobré ráno...)
- téma pořadu
- kdo je autorem tématu
- kdo další se bude vyjadřovat
- co je cílem reportáže (o čem má být)
- kolik budete mít prostoru na vyjádření
- kde a kdy máte být
- vyžádejte si otázky
- vezměte si čas na přípravu
- zjistěte si, zda si můžete vzít s sebou do studia podpůrný materiál (prezentaci)
- pošlete materiál do redakce dopředu elektronicky (nebo vemte na flešce)
- vždy si ověřte před vystoupením zda jedete na záznam nebo "live"

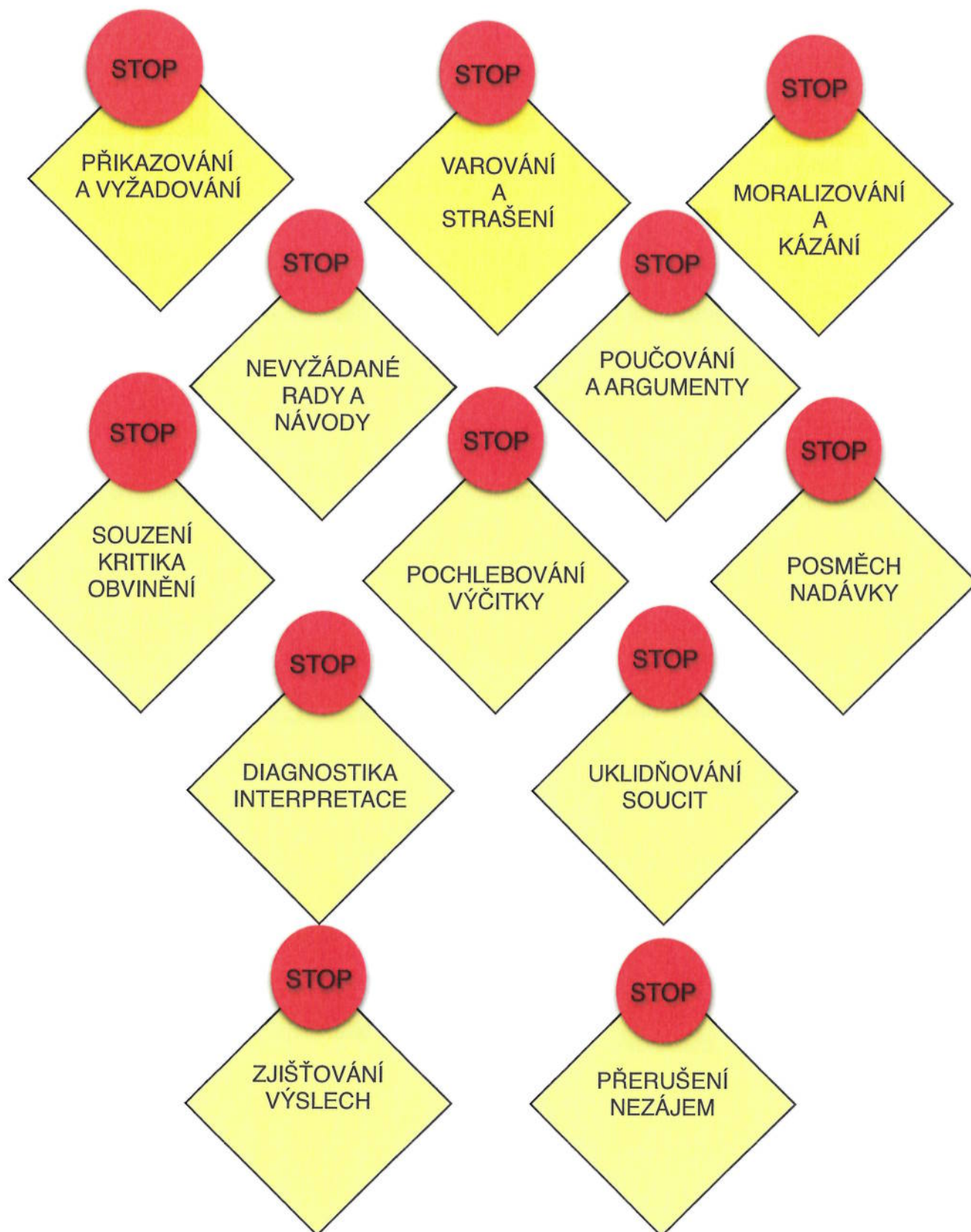
PŘIPRAVTE SI:

- jednu až pět (1-5) klíčových informací, které musí zaznít
- sepište si stručnou a srozumitelnou odpověď
- odpověď strukturujte tak, aby bylo těžké jí zkrátit
- vaši odpovědi si řekněte nahlas tak, jak byste chtěli aby zazněla ve vysílání
- mluvte jednoduše s srozumitelně
- když otázce nerozumíte, zeptejte se
- mluvte o tom co je, nikoliv o tom co není
- podstatné řekněte hned na začátku
- vyprávějte příběhy, stručné, ale názorné příklady, kterým divák nebo posluchač rozumí
- kde to jde používejte rozšiřující kontexty
- hovořte v 1. osobě (já), pokud použijete my, musíte říct kdo je "my"
- nepoužívejte podmiňovací způsob = nebychjte
- nepoužívejte cizí výrazy
- nepoučujte

ZDRAVÁ - KVETOUČÍ - KOMUNIKACE



KOMUNIKAČNÍ BARIÉRY



Použitá literatura (doporučené čtivo)

Vybíral Josef, Psychologie komunikace, Portál, Praha 2009
Braun Roman, Umění rétoriky, Portál, Praha 2009