

Doporučení ke zpracování kvalitní prezentace

Prezentace = reklama – upoutávka k bližšímu představení určitého tématu, pozvánka k účasti na diskuzi k předem zvolenému tématu, **osnova**, pomocí níž určité téma objasníme

- **grafická úprava** základních informací k ústnímu projevu
- propojení písemného projevu s obrazovým materiálem
- základem kvality – **dodržení pravidel plošné kompozice** = skladba plošných prvků do dané plochy (nadpisy, text, grafy, fotografie, náčrty, obrázky, fonty)
- zaměřena na vizuální vjem
- doprovodné prvky – vizuální efekty založené na dynamice = pohybu + zvukový doprovod
- vhodný výběr fontů

Zásady tvorby prezentace

1 informace = 1 slide (snímek prezentace)

čitelnost – velikost písma a obrazového materiálu

obrázky nejsou pozadím slidu – znemožnění čitelnosti textu

nadpis, podnadpis = 1. (první) typ fontů, ale odlišení ve velikosti (nadpis – větší, podnadpis – menší)

text = 2. (druhý) typ fontů

2 typy fontů na 1 prezentaci – možnost odlišností dle důležitosti sdělení – barvou a velikostí – zvolené pravidlo prolne celou prezentaci – základ systému slučujícího sdělnost s přehledností

kontrast tvoří barva pozadí xxx barva písma xxx barva převládající ve fotodokumentaci

plošné rozvržení slide – umístění textu a fotografie, grafu, obrázku, schématu, tabulky... do plochy slidu

minimum animací, přechodů snímků a efektů (Slouží jako ozvláštnění, ale není účelem prezentace, aby na sebe strhly hlavní pozornost.)

sdělení informací formou výpisků nebo výtahu

nekombinovat výpisky s výtahem

nutnost gramatické správnosti sdělení

používat 1 typ odrážek

(Po odrážce nepoužíváme velké písmeno na začátku slova, pokud se nejedná o jméno, či název.)

Větný celek (věta jednoduchá, souvětí) nemůže začínat odrážkou.

Ve sdělení používáme vyjádření: slovesného – infinitivem slovesa, či rodem trpným, jmenného (podstatnými a přídavnými jmény). Způsob vyjádření není vhodný kombinovat.

Prezentace není text v próze, je pro tvůrce osnovou k ústnímu projevu.

Prezentace harmonicky doplňuje ústní projev. (V praxi to znamená, že nečteme informace ze slidů.)

Doporučuji si zopakovat základní pravidla vedení ústního projevu – viz učivo ze slohu – zaměření na kontaktní projevy – mimika, gesta, oční kontakt, kontaktní otázky, kdy posluchače aktivně zapojíme do celého představení, v němž my – autoři určujeme pravidla.)

Na závěr prezentace uvádíme zdroje, ale i kontakt na autora – na tvůrce prezentace.

Vysvětlení pojmu font a jeho využití v prezentaci

Font

font = typ písma v určité velikosti, řezu, osobitého charakteru odrážející individualitu tvůrce prezentace, či jiného typu písemného sdělení

font = neverbální řeč, která dokáže předat nejenom informace, ale i pocity a emoce

Adresy fontů na internetu:

Public domain / GPL / OFL

Free font

GOOFLE FONTS

FONTSQUIRREL

CREATIVE MARKET

BB FONTS

FONT BUNDLES

URBAN FONTS

FONT FOUNDRY

- font **ovlivňuje** pocit z předávané informace
- **kvalita se staví nad kvantitu** – nejvíce 2 typy písma
- **nevybírejte** font „aby byl hezký“
- **podléhá** kvalitnímu výběru
- podstata výběru fontu = **vyzvednout to, co chcete sdělit textem**
- cílová skupina (komu je prezentace určena) **ovlivňuje** typ = druh fontu = druh písma
- **pomáhá** autenticitě textu a přesvědčivosti ve sdělení informací obsahem, ale i po vizuální stránce

autor výukového materiálu: Mgr. Petra Leitgebová