

Zásady a pravidlá tvorby úspešnej prezentácie

Predslov

Informácie sprevádzajú ľudstvo od počiatku jeho vývoja. Mnohé z nich boli živote človeka dôležité (ako uloviť mamuta, odkiaľ prichádza nebezpečenstvo, ...) Človek si našiel spôsob, ako tieto informácie prezentovať, šíriť – maľby na stenách jaskyne, pyramídy, papyrussy, neskôr kníhtlač.

Objem informácií prudko rastie, stúpa aj ich cena. Je dôležité získať informáciu v čo najkratšom čase, rovnako dôležité je však aj jej správna interpretácia. Ukazuje sa však, že nielen vlastníctvo informácií, ale aj schopnosť ich prezentácie do značnej miery určuje ich cenu. Veď neraz sme svedkami toho, že ak dvaja ľudia hovoria to isté, nemusí to byť to isté. Vtip nás v podaní jedného rozosmeje, v podaní druhého môže ten istý vtip vyznieť ako nezaujímavý a vôbec nie vtipný. Niektorí majú dar prezentovať sa, predávať sa, iní jednoducho nie. Ale ukážeme si, že táto schopnosť sa dá do určitej miery naučiť.

S prezentáciou ako jedným zo spôsobov prenosu informácie sa stretávame denne. Rodič, ktorý sa snaží svojmu dieťaťu odovzdať svoje skúsenosti, učiteľ, ktorý študentom prednáša nové poznatky z daného predmetu, podomový predavač, ktorý nám chce predávať výrobok alebo manažér, ktorý nás presviedča o kvalitách svojej firmy – prezentujú, sú autormi prezentácie.

Prezentovať môžeme textom, slovom, zvukom či obrazom. Ktorý spôsob je najvhodnejší, najefektívnejší? Ako sa najlepšie predávať? Aj na túto otázku nájdete odpoveď v nasledujúcom študijnom texte.

Množstvo informácií dnes nie sme schopní bežnými prostriedkami spracovať. Žijeme v informačnej spoločnosti. Je tu doba počítačov. Informačno-komunikačné technológie nie sú len pomocníkom, stávajú sa nepostrádateľným nástrojom na spracovanie a prezentáciu informácií. Budeme sa venovať aj tejto oblasti. Ukážeme si, ako využiť počítač a dostupné technológie vo svoj prospech a urobiť našu prezentáciu ešte zaujímavejšiu.

Tento text je určený všetkým, ktorí sa chcú naučiť informácie správne prezentovať.

Ciele prezentácie

Pred vytvorením prezentácie je dôležité definovať si cieľ, ktorý má naša prezentácia splniť. Cieľom prezentácie môže byť presvedčiť poslucháča o kvalite nášho výrobku, o výhodnosti investovať do nášho podniku. Cieľom takisto môže byť oboznámenie poslucháčov s novými poznatkami či výsledkami našej práce apod.

Pozvánka, reklama

Poslucháči sa musia o našej prezentácii nejakým spôsobom dozvedieť. Spoliehať sa na to, že niekto hádam príde, môže mať nepríjemné následky.

Naše vystúpenie môže byť určené konkrétnym ľuďom. Vtedy je výhodné týchto ľudí pozvať, či už ústne alebo písomne, prípadne môžeme použiť obidve formy. Pozvanie

medzi štyrmi očami je osobnejšie, budúci poslucháč isto ocení osobný prístup. Pozvánka má výhodu v tom, že obsahuje všetky dôležité informácie o našej prezentácii. Pozvánku použijeme aj v tom prípade, že nie je možný osobný kontakt s budúcim poslucháčom.

Vystúpenie môže byť určené síce konkrétnemu okruhu ľudí (napr. prezentácia návrhu obchodného centra), ale napriek tomu poslucháčov nemusíme osobne poznať. Vtedy ako pozvánku môžeme použiť reklamný plagát, ktorý obsahuje všetky dôležité informácie o prezentácii (kto, kedy, kde, o čom, prečo, pre koho a pod.).

Pozvanie môžeme realizovať aj elektronickou formou (email, www stránka). Riskujeme však, že prijímateľ ju bude brať ako ďalšiu z množstva reklám, ktoré ho denne bombardujú a bude ju ignorovať.

Výber prezentačnej metódy

Ak sme si už rámcovo premysleli štruktúru prezentácie, je vhodné si ešte pred začatím jej tvorby vybrať formu, akou budeme poslucháčom informácie sprostredkovať. V zásade sa môžeme rozhodnúť pre tri:

- vedená prezentácia,
- automatická prezentácia,
- interaktívna prezentácia.

Vedená prezentácia predstavuje štandardný spôsob prezentovania. Prednášajúci stojí pred publikom, prednáša pripravený text a jeho výstup je sprevádzaný projekciou snímok. Snímky obsahujú len text v bodoch, ktoré tvoria osnovou samotnej prezentácie. Samozrejme, snímka môže obsahovať aj objekty (obrázky, grafy, zvuky) ktoré by sme len ťažko slovne popísali.

Automatická prezentácia nájde uplatnenie tam, kde nie je nutný osobný kontakt medzi prednášajúcim a poslucháčom. S takouto prezentáciou sa často stretneme na výstavných trhoch, v hoteloch alebo vo výkladoch. Prezentácia predstavuje opätovne sa opakujúcu postupnosť snímok. Keďže nie je prítomný prednášajúci, ktorý by mohol zaujať poslucháča, zvláštnu pozornosť musíme venovať samotnému spracovaniu prezentácie (načasovanie prechodov, animácie, zvuky, ...).

Interaktívna prezentácia je tiež predvádzaná v neprítomnosti prednášateľa. Umožňuje však poslucháčovi zasahovať do jej priebehu. S takouto formou prezentácie sa často stretneme na multimedialných CD. Keďže pohyb v prezentácii je v rukách diváka, musíme zvlášť precízne rozvrhnúť obsah a navrhnúť systém ovládania prezentácie. Prezentácia musí byť pútava svojim dizajnom aj spracovaním.

Výber formátu prezentácie

Dôležitým faktorom ovplyvňujúcim úspech prezentácie je jej vzhľad. Farebné ladenie snímok, použitá grafika, veľkosť a typ písma si zaslúžia našu pozornosť. Formát prezentácie by mal korešpondovať s jej obsahom.

Dôležitý je kontrast textu s pozadím. Pri projekcii na plátno volíme tmavé, jednofarebné pozadie (tmavomodré, tmavozelené) alebo pozadie s jednoduchým prechodom a svetlý text (biely až žltý). Presne opačná kombinácia spôsobí, že text sa bude

javiť ako rozmazaný a ostro osvetlené pozadie prezentácie bude pôsobiť v šere miestnosti oslepujúco na divákov. Pri tlačenom materiále kombinujte tmavý text na svetlom pozadí.

Overte si toto tvrdenie:

Pri tlačenom materiále kombinujte tmavý text na svetlom pozadí.

Pri tlačenom materiále kombinujte tmavý text na svetlom pozadí.

Písmo musí byť dostatočne veľké, aby bolo čitateľné aj zo zadných radov publika. Nadpisy by mali byť veľkosti cca. 40 bodov, text približne 30 bodov. Text menší ako 18 bodov môže byť nečitateľný.

Na tlačenom materiále sú elegantnejšie a čitateľnejšie pätkové písma, bezpätkové písmo môžeme použiť na zvýraznenie. Pri projekcii sme často obmedzení malým rozlíšením monitora alebo videoprojektora. V tomto prípade volíme v texte bezpätkové písmo (pätky písiem by mohli splývať a spôsobiť tak nečitateľnosť textu).

Je vhodné, ak všetky snímky majú jednotný dizajn pretože ich prezentácia pôsobí ukludňujúco. Pri snímke, ktorá obsahuje zvlášť dôležitú informáciu alebo pri snímkach, ktoré predstavujú určitú ucelenú časť v rámci celej prezentácie, môžeme toto pravidlo porušiť. Nenechajme sa zlákať množstvom efektov, ktoré nám prezentačný softvér ponúka. Často pôsobia rušivo, brzdia dynamickosť prezentácie.

Publikum

Už od začiatku tvorby prezentácie by sme mali vedieť, aké bude naše publikum. Je dobré, ak publikum predstavuje v určitom parametri homogénnu skupinu (ľudia rovnakého veku, s rovnakým záujmom, s rovnakými vedomosťami, ...). Ideálne je, ak publikum tvorí homogénnu skupinu v tom parametri, ktorý je kľúčový pre našu prezentáciu (ak sú to gazdinky a my prezentujeme kuchynský robot, zástupcovia cestovných kancelárií, ktorým prezentujeme náš nový hotel alebo kolegovia z oboru, ktorým prezentujeme výsledky našej práce, ...).

Dôležitý je aj fakt, či publikum má o tému prezentácie záujem. Ak nie (napr. povinná prednáška v škole alebo predaj výrobku podomovým obchodníkom), musíme si dobre premyslieť, ako publikum nadchnúť a zaujať. Volíme všeobecne pozitívny tón a atraktívnejšiu formu prezentácie. Ak je zjavné, že publiku má o tému záujem, zameriame predovšetkým na fakty. Stále však platí, že najdôležitejší je začiatok. Snažme sa preto publikum zaujať už na začiatku. Ak sa nám to podarí, uľahčí nám to prácu počas zvyšku prezentácie. Prvých niekoľko minút (2 až 3) sa naučme naspamäť.

Udržiavajme očný kontakt s poslucháčmi. Vyberme si zopár poslucháčov, ktorí budú slúžiť ako naša „kontrolka“ v hľadisku. Striedajme pohľady na nich (max 2 až 3 sekundy na jedného). Z ich očí a pohľadu dokážeme vyčítať, či rozumejú tomu, čo vravíme, či stíhajú naše tempo a pod. Nepôsobí dobre, ak sa vôbec nepozierame do publika alebo ak sa pozeráme kamsi neurčito, do neznáma. Prednášajúci mužského pohlavia sa smie dámať pozeráť len do očí. Naše pohľady kamsi inam si ostatní hneď všimnú, nehovoriac o tom, že príslušnú dámu môžeme priviesť do rozpakov.

Počet poslucháčov

Počet poslucháčov hrá podstatnú úlohu pri príprave a spôsobe prezentácie.

Ak publikum tvorí **jeden poslucháč**, je dobré poznať dopredu jeho záujmy, postavenie vo firme či jeho právomoci. Na prezentáciu postačuje obrazovka multimediálneho počítača. Môžeme voliť menej formálny prístup, dôraz kladieme na poslucháča. Prezentáciu môžeme viesť formou dialógu. Drobné chybičky v prejave sa môžu tolerovať (ale nie veľa chýb) a môžu pomôcť k uvoľneniu atmosféry.

Pri počte **dvoch až troch** poslucháčov vystačíme s väčším monitorom, prípadne s dvoma displejmi. Ak máme možnosť použiť projekciu na plátno, využime ju. Nekladíme dôraz na formálnosť, ale na poslucháčov. Prezentácia môže prebiehať formou diskusie. Poslucháčov motivujeme k otázkam. Chybičky sa dajú tolerovať, ale je dobré sa im radšej vyhnúť.

Publikum **desiatich až pätnástich** poslucháčov už vyžaduje použitie videoprojektora a premietacieho plátna. Počuteľnosť nášho slova môžeme zabezpečiť vhodným výberom reproduktorov. Od poslucháčom si udržujeme odstup. Chyby už nie sú prípustné. Dôraz kladieme na formálnosť, primerane sa oblečíme. Otázky a diskusia nasledujú až po skončení prezentácie.

Pri prezentácii pred **veľkým publikom** (30 a viac ľudí) je vhodné zabezpečiť si asistenta na ovládanie techniky. Miestnosť by mala byť ozvučená profesionálnou technikou a kvalitne osvetlená. Prezentácia musí byť precízne pripravená a bez chýb predvedená. Otázky z publika počas prezentácie vylúčime, vyhradíme im priestor po skončení prezentácie. Diskusiu je vhodné časovo obmedziť.

Jazyk prezentácie

Svoj prejav pripravujeme vopred. Vyvarujeme sa častí, ktoré by mohli znevážiť alebo znehodnotiť náš kredit. Nepoužívame ohromujúce alebo všeobecné slová. Používame technické a vysvetľujúce slová (samozrejme s ohľadom na vedomostnú úroveň publika). Vyhybame sa frázam a „otrepaným“ slovným spojeniam, dávame prednosť vlastným slovám.

Vyvarujeme sa len čítaniu textov z obrazovky. Mali by sme hovoriť predovšetkým o tom, čo nie je z obrazovky jasné.

Pozor na použitie odborného slangu, nie každý mu musí rozumieť. Citoslovcia nepoužívame, inak naša reč nebude plynulá a náš prejav bude nezrozumiteľný. Hovoríme hlasno a zreteľne artikulujeme. Nehovoríme rozvláčne. Buďme si istý vo svojom prejave.

Zmysly poslucháčov a životnosť informácií

Najviac informácií (až 75 %) človek získa pomocou zraku. Na druhom a treťom mieste je sluch (11 %) a hmat (7 %). Už staré známe príslovie hovorí: „Radšej raz vidieť ako desaťkrát počuť.“ Nezabúdajme na to a buďme čo najviac názorní.

Až 55 % informácií, ktoré si človek zapamätá, prijme vizuálne. So sluchom prijatých informácií si pamätáme 38 %. Z textovej informácie si pamätáme len 11 % (spomínate si, ako ťažko ste sa učili, ak ste používali len učebnicu?). Prezentujme jednu a tú istú

informáciu viacerými spôsobmi. Ku grafom a obrázkom pridajme text a slovne ich pri prezentácii popíšme.

Miestnosť

Zvýšenú pozornosť venujeme aj príprave miestnosti. Rozmiestnenie sedadiel (ak je to možné) by malo zabezpečiť každému poslucháčovi priamu viditeľnosť na nás. Každý poslucháč by mal vidieť celé naše telo (môžete využiť vyvýšené javisko). Naša mimika a gestikulácia je veľmi dôležitá a často povie aj to, čo je nevyslovené. Ak to nie je možné, mali by diváci vidieť minimálne našu hornú polovicu tela. Pri prezentovaní využívame priestor javiska – nestojíme na mieste (uspáva to poslucháčov).

Dôležité je osvetlenie miestnosti. Svetlo by malo byť nerovnomerné, od menej intenzívneho v zadnej časti hľadiska až po najviac intenzívne na javisku. Prednášajúci by mal byť dobre viditeľný a najviac osvetlený. V hľadisku by nemala byť úplná tma, pretože to spôsobuje útlm pozornosti poslucháčov. Poslucháči si občas potrebujú niečo poznačiť a v tme by to nebolo možné.

Na plátno by naopak nemalo dopadať žiadne svetlo. Ideálne je, ak sa dá úroveň osvetlenia tlmieť pri premietaní a naopak zosilniť pri diskusii s poslucháčmi. Vyvarujeme sa ostrého, bodového osvetlenia, používame skôr jemné a rozptýlené svetlo.

Nikdy by sme nemali svojím telom zacloniť premietacie plátno, aspoň nie tú časť, ktorá je práve aktuálna. Ak potrebujeme ukazovať na plátno, použijeme laserové ukazovadlo. Ak sme odkázaní ukazovať rukou, postavíme sa vždy tvárou k publiku, ukazujeme ľavou rukou. Ak by sme ukazovali pravou rukou, naše telo by zakrývalo práve tú časť, ktorá bude nasledovať.

Obrázky, video sekvencie, zvuky

Obrázky pomôžu ukázať to, čo by sme inak veľmi ťažko slovami vyjadrili. Výber obrázkov by mal korešpondovať s témou prezentácie, inak pôsobia rušivo a zbytočne odvádzajú pozornosť účastníkov. Jemné odtiene farieb a jemné prechody v obrázkoch môžu byť pri projekcii nepostrehnuteľné a informačná hodnota obrázku sa tak prudko znižuje. Volíme kontrastné a dobre rozpoznateľné obrázky (ten istý obrázok na monitore môže vyzeráť úplne inak, keď ho zobrazíte na plátne – samozrejme, najlepšie je si to vopred vyskúšať).

Video ukážky môžu veľmi dobre demonštrovať to, čo chceme povedať. Skúsenejší prednášajúci však vie, že diváka uspávajú a tlmia jeho pozornosť. Skrátime ich preto na minimum. Pred ukážkou by mala byť prestávka, aby sa poslucháči prebrali a osviežili. Poslucháčov na začiatku ukážky informujeme, čo v ukážke uvidia, na ktorú časť sa majú sústrediť. Oznámime im, že to „naj“ príde až na koniec (ale to „naj“ na konci musí naozaj byť). Takto udržíme ich pozornosť v strehu až do konca ukážky.

Použitie zvukových efektov je potrebné zvážiť. Ak totiž znie zvuk z prezentácie, nemôžeme rozprávať (a naopak). Možnosti prezentačných programov zvädzajú k použitiu rôznych zvukových prechodov snímok. Nepoužívajme ich, sú príliš rušivé.

Tlačené materiály

Jedným z našich cieľov je, aby si poslucháči odniesli z prezentácie čo najviac. Keďže pamäť človeka nie je dokonalá, človek má tendenciu zabúdať nepoužívané vedomosti. Poslucháči si s odstupom času len ťažko spomenú na detaily našej prezentácie. Pri rozsiahlejších prezentáciách si preto pripravujeme tlačené materiály, ktoré môžu obsahovať prierez prezentácie v bodoch, slovník kľúčových a nových pojmov, kontakt na prednášajúceho a pod.

Dobre zapôsobí, ak poslucháčom rozdáme prezentáciu na CD, aby si ju mohli neskôr v klúde prezrieť. CD môže obsahovať aj niečo navyše, čo nebolo povedané na prezentácii (napr. pre nedostatok času), ale čo s témou súvisí a mohlo by byť pre poslucháčov užitočné.

Tréma

Tréme sa asi nikto z nás nevyhne. Zvlášť vtedy, ak nie sme zvyknutí verejne vystupovať. Tréma môže byť dobrým pomocníkom, ale aj zlým pánom. Na jednej strane nás núti náš výstup neustále zdokonaľovať. Ak nás však pohltí, tak aj najprecíznejšie pripravená prezentácia môže skončiť fiaskom.

Snažíme sa urobiť všetko pre to, aby nikto nepoznal, že máme trému. Môžeme hneď na úvod priznať, že máme trému a nevieme, ako to nakoniec dopadne. Publikum zrejme zareaguje pozitívne, čo pomôže k uvoľneniu atmosféry. Ak však ide o profesionálnu prezentáciu, vhodnejšie sú iné metódy. Spomenutý krok by mohol znížiť náš kredit profesionála.

Trému môžeme kompenzovať nie viditeľnými pohybmi (prsty na nohách, na rukách za chrbtom a pod.). Prenášanie váhy z jednej nohy na druhú nepôsobí dobre. Nehráme sa s vecami ako sú okuliare alebo ukazovadlo, necvakáme perom. Je to rušivé. Ak na nás doľahne tréma, zopár krát sa pomaly a zhlboka nadýchneme. Predýchajme to! Pred nami sú len ľudia, takí istí ako my. Mnohí by v našej situácii vyzerali omnoho horšie. Uvedomme si to a naberme odvahu. Nájdime si zopár spriaznených „duší“ v hľadisku a ukľudnime sa kontaktom s nimi. Nie je nič lepšie, ak nám tvár v publiku s úsmevom a porozumením súhlasne prikývne. A nezabúdajme na to, ak sme v publiku.

Gestikulácia je dôležitá, ak to s ňou ale preháňame, môže sa stať, že naše pohyby budú pôsobiť príliš afektovane a rušivo.

Ak máme strach vystupovať na verejnosti, vyskúšajme si prezentáciu pred zrkadlom. Vidíme síce sami seba, ale naše podvedomie to vníma ako druhú osobu. Ďalším krokom môže byť skúška pred známym publikom.

Vyskúšanie prezentácie, príprava, technika

Aj ten najlepší prednášajúci by nemal riskovať prezentáciu bez skúšky. Prezentáciu si vždy vyskúšajme so všetkým, čo k tomu patrí. Niekoľkokrát si ju prejdeme, krok po kroku. Na začiatku si môžeme pozvať malé publikum (súrodenci, priatelia, ...), ktoré nám pomôže odhaliť chyby, na ktoré by sme sami neprišli.

Aby sme mohli sebakriticky posúdiť naše prípadné nedostatky, je ideálne nahráť sa na video alebo aspoň vytvoriť zvukový záznam nášho prejavu (pomocou počítača alebo magnetofónu) a vypočúť si ho.

Ak je naša prezentácia súčasťou väčšieho bloku prezentácií, môže byť jej čas presne vyhradený (napr. 15 min). Ak sa nám nepodariť stihnúť všetko v tomto časovom intervale, budeme zastavení. Bola by škoda nepovedať záver len preto, že sme si zle naplánovali časové rozvrhnutie vášho výstupu. Ak si vytvárame časový plán svojej prezentácie, počítajme aj s časovou rezervou. Radšej skončiť o minútku skôr ako neplánovane 30 sekúnd pred koncom.

Je potrebné pripraviť sa na otázky poslucháčov. Vytypujeme si časti, ktoré by mohli byť ťažšie pochopiteľné a pripravíme sa na to. Ak prezentáciu predvádzame viac krát, značíme si otázky poslucháčov. Budú sa vo veľkej miere opakovať.

Ak na otázku nevieme odpovedať, jednoducho to priznáme. Nikto nie je dokonalý. Nesnažíme sa z toho vyklúčkovať nejasnou alebo všeobecnou odpoveďou. Rýchlo nás odhalia. Otázku si poznačíme a dohodneme sa s poslucháčom, že zistíme odpoveď (napr. cez prestávku) a dáme mu vedieť. Odpovede na časté otázky môžeme zahrnúť do ďalších, vylepšených verzií prezentácie. Ale pozor, príliš veľa odpovedí typu „Neviem!“, najmä v kľúčových častiach prezentácie pôsobí (a aj je) ako vizitka vašej nepripravenosti.

Ak plánujeme použiť techniku, vopred sa s ňou dokonale oboznámime. Pobiehať po javisku a zisťovať ako sa zapája videoprojektor je známkou amaterizmu. Vyskúšame si všetko: ovládanie počítača, samotnej prezentácie, videoprojektora. Naučme sa používať diaľkové ovládanie k videoprojektoru, laserové ukazovadlo (pozor, aby sa nám príliš netriasli ruky a aby sme zmätene nekrúžili svetelným bodom po plátne). Ak používame spätný projektor, diaprojektor alebo video prehrávač, vyskúšame si ich vopred.

Ak plánujeme používať mikrofón, zistíme vopred, v ktorých miestach chytá spätnú väzbu. Na javisku si nájdeme miesta, odkiaľ sme dobre viditeľní a zapamätáme si ich. Pri väčších a technicky náročnejších prezentáciách je vhodné mať asistenta, ktorý bude techniku ovládať a my sa budeme nerušene venovať prezentácii samotnej. Niekedy je možné prenajať si celú projekčnú miestnosť aj s technikou od špecializovanej firmy.

Skontrolujme, či prezentácia neobsahuje chyby, či už gramatické alebo logické. Takéto chyby sú neprípustné.

Často vidíme obraz pred sebou na monitore a diváci ho vidia za nami na plátne. Nenechajme sa oklamať tým, že diváci sa pozerajú niekam inam ako my a neotáčajme sa im chrbtom.

Prestávky

Prestávky sú dôležité a plánujú sa dopredu. Už pri samotnej príprave prezentácie by sme mali plánovať zaradenie prestávok. Vo všeobecnosti sa doporučuje 10 minút prestávky na každú hodinu prezentácie (spomínate si na 45 minútové hodiny v škole a 5 až 20 minútové prestávky?). Prvá prestávka by mala byť krátka, ďalšie by sa mali plynulo predlžovať až do troch štvrtín prezentácie, kedy sa začne ich dĺžka prudko skracovať.

Ak je prezentácia dlhá, mala by byť zlomovým bodom prestávka na obed a pod. Nech si naplánujeme prezentáciu akokoľvek precízne, pamätajme si, že každá prestávka sa predlži.

Zhrnutie

Prezentácia informácií predstavuje komplexný problém. Nielen obsah, ale aj forma je dôležitá.

Pri príprave prezentácie je dôležité vedieť, aké publikum nás očakáva, v akej miestnosti budeme prezentovať a akú techniku chceme použiť.

Nezabúdajme na vyskúšanie si prezentácie a dodržiavanie časového harmonogramu. Je vhodné pripraviť si aj tlačené materiály, ktoré môžu zvýšiť informačnú hodnotu našej prezentácie.

Efekty, ktoré ponúkajú prezentačné programy používajme triezvo. Nenechajme trému, aby pokazila našu prezentáciu.

Použitá literatúra: KOCMAN, Rastislav: V najlepšom svete. In Mobility, 7/1999, s. 3 - 5

Mgr. Valentína Gunišová, gunisova@gjar-po.sk

Mgr. Ján Guniš, gunis@gjar-po.sk

Gymnázium J. A. Raymana, Prešov