

MULTIMEDIÁLNÍ VZDĚLÁVÁNÍ

# Učte se s Dr. Housem

V době krize, kdy je vzdělávání pro firmy příliš drahé, je mezi metodami vhodným řešením videotrénink.

Nacházíme se v obchodě s elektronikou a zákaznice ztělesněná britskou herečkou Jennifer Saundersovou se právě rozhodla, že si pořídí jeden z přístrojů.

Nemá však v hotovosti požadovanou částku, a tak chce uzavřít smlouvu o nákupu na splátky. Prodávač Hugh Laurie (představitel seriálového doktora House) s ní tak musí sepsat dohodu. To mu je však podle jeho otráveného výrazu a nevráživého chování hodného Doktora House evidentně proti srsti, a dává to neobohé zákaznici patřičně najevo.

Chová se povýšeně a při vyplňování formulářů jí stále poníží. Ale nevyplatí se mu to, klientka se naštvane zvedne a překvapivěmu obchodníkovi hystericky vynadá. Odejde a nic si nekoupí. I takto může vypadat vzdělávací videotrénink, v tomto případě zaměřený na to, jak neodradit zákazníky.

## Začal s tím už Cleese

Téměř každému je známé jméno a tvář britského herce Johna Cleese. Jednoho z členů komediální skupiny Monty Python. Málokdo však ví, že tento britský komik dokázal využít svůj komediální potenciál i v jiném oboru, v oboru firemního vzdělávání. Právě

## John Cleese jak ho neznáte

- » Známejší britský herec, který se narodil v roce 1939, vystudoval Cambridge a v roce 1971 založil produkční společnost Video Arts, kterou vede dodnes.
- » Společnost začala produkovat tolik úspěšné vzdělávací filmy pro byznysmeny.
- » Sám Cleese ve většině scénkách hrál. Vedle něj se objevovali i další známí britští herci. Mezi jinými třeba i Hugh Laurie, který se proslavil svou rolí v americkém seriálu Dr. House.
- » Cleese je také spoluautorem psychologických knih «Rodiny a jak je přežít» a «Život a jak jej přežít».



o něm by se totiž dalo hovořit jako o jednom z průkopníků multimediálního vzdělávání.

»Napadlo ho učít manažery a obchodníky pomocí scének natočených s humornou nadsázkou v pracovním prostředí. Mnohé z těchto prvních filmů už zestárly svou formou, ale co do obsahu mají platnost stále. Některé se už také dočkaly dvou až tří remaků,« říká Dana Kodešová, majitelka firmy Minerva, která je jednou z dvou nejvýznamnějších společností, jež se u nás multimediálním vzděláváním zabývá.

I když videotréninky prošly za dobu svého užívání proměnou (dřívější třicet a více minutové filmy se zkracují na čtyř- až patnáctiminutová videa), stále mají vysokou uměleckou i obsahovou hodnotu.

O jejich výjimečnosti by vás mohl přesvědčit i výrok samotného Johna Cleese. »Slibuji vám, že se hodně nasmějete, ale ještě více se naučíte,« říká.

## Česká republika zaostává

Pomocí multimediálních programů se zaměstnanci i manažeri různých podniků vzdělávají zvláště ve Velké Británii a USA již od 70. let minulého století.

»Videoprogramy v těchto zemích mají velkou tradici a jsou hojně využívány v soukromých firmách, na vysokých školách i ve státní správě,« vyjmenovává Dana Kodešová. Do Česka ovšem tato zábavná a úspěšná forma vzdělávání dorazila až v devadesátých letech.

Jedním z lidí, kteří se o rozšíření multimediálního vzdělávání v České republice zasloužili, byl Tim Šlapák, majitel vzdělávací a poradenské společnosti Mass.

»Řadu let jsem při svém působení ve Velké Británii a USA procházel hodnotnými vzdělávacími programy v obchodě, managementu, mnohé jsem objednával pro své podřízené a všude jsem se setkával s intenzivním využitím multimediálního vzdělávání,« sděluje Šlapák.

Právě díky svým zkušenostem začal propagovat videotréninky, když v Británii založil vzdělávací a poradenskou společnost Mass. Když v roce 1989 rozšířila svou pů-

sobnost do tehdejšího Československa, snažil se videotréninky poskytovat i zde. Prvním krokem k tomu bylo i obstarání českého dabingu těchto programů.

»Dnes máme 107 do češtiny nadabovaných videotréninků,« uvádí Tim Šlapák.

Oba podnikatelé se ale shodují v tom, že ve srovnání s tím, jak jsou multimediální programy aplikovány ve světě, je v ČR stále ještě mnoho nevyužitých příležitostí.

## Vzdělávání s úsporou

A v čem vlastně spočívají výhody vzdělávacích videí? »Jejich kouzlo je v tom, že kombinují názornost, humor a poučení. Vycházejí z mnohokrát ověřené zkušenosti, že poučky lze lidem neúčinněji předat odlehčenou formou názorných příkladů z praxe,« konstatuje Kodešová.

Podle ní tvoří tyto filmy most mezi teorií a nácvikem. »Podíváme se na druhého, zanalyzujeme, co dělá špatně, co dobře, a pak to zkusíme sami na sobě,« vysvětluje.

Odborníci také uvádějí, že nákup nebo vypůjčení videotréninků pro rozvoj dovedností pracovníků může pro firmu představovat i finanční úsporu. »Mnozí z klientů vidí ve větším využívání videotréninků cestu, jak v současné krizi snížit náklady a přitom nezanedbávat potřebné vzdělávání svých zaměstnanců,« sděluje Tim Šlapák.

A co na tuto formu vzdělávání říkájí zastupci firem, které si videotréninky pořizují?

»My využíváme videotréninky velmi často. Zvláště ty, které se týkají manažerské výuky, motivace a hodnocení zaměstnan-



## Kolik to stojí

- » Videoprogram se dá pořídít od deseti tisíc korun, ceny některých videí však přesahují i dvacet tisíc.
- » Za půjčování na jeden den dává od dvou tisíc korun výše.



Kresba: Slibo Anna Grandpová

ců,« konstatuje Irena Osvaldová ze společnosti Hartman Rico.

A doplňuje: »Problémem však je, že člověk s nimi musí umět pracovat. Nejde jenom film pustit a celý ho přehrát.«

To potvrzuje i lektor Roman Šetka: »Není možné, aby lektor použil video jen jako záplatu na školení. Musí být stále přítomen, film zastavovat, ptát se a pořádkem udržovat pozornost posluchačů.«

## Výběrem kazety to nekončí

Společnosti zabývající se multimediálním vzděláváním však nenabízejí pouze samotné

vzdělávací videotréninky, ale i nezbytný servis, který s nimi souvisí.

Jednak pomáhají zákazníkům s výběrem programů. »Radíme jim po zjištění jejich vzdělávacích a tréninkových potřeb, které programy by pro ně byly nejvhodnější, a jak je mohou nejlépe využít,« vysvětluje Kodešová a dodává, že někdy trvá výběr vhodného programu mnoho hodin společné práce, protože každý zájemce si může všechny programy celé prohlédnout a po té vybrat ten skutečně nejvhodnější.

Firmy také nabízejí školení interních trenérů. Pomáhají tak těm, kteří budou s programy dále pracovat. Takto vyškolení trenéři jsou potom schopni trénovat zaměstnance a tím může zákazník ušetřit za nákup vzdělávání od externích dodavatelů.

Mimoto například společnost Mass dovozuje vybavení, které je pro kvalitní prezentaci videotréninků nezbytné. Nabízí i technické vybavení pro školící místnosti či odbornou literaturu.

Filmy se prodávají jednak na DVD i VHS, ale současným trendem je jejich nákup online přímo na internetu. V tomto případě však budete mít výhodu, pokud dobře rozumíte anglicky, protože na internetu se zatím nenacházejí videa s českým dabingem. ■

Zuzana Pančáková