

Mirosław Szyłak-Szydłowski

Zakład Ochrony i Kształtowania Środowiska
Wydział Inżynierii Środowiska
Politechnika Warszawska
ul. Nowowiejska 20, 00-653 Warszawa
email: miroslaw.szydowski@is.pw.edu.pl

SZTUKA PREZENTACJI, CZYLI ZASTOSOWANIE MULTIMEDIÓW W DYDAKTYCE

ART OF PRESENTATION, ALIAS USING MULTIMEDIA IN TEACHING

Abstrakt: Przedstawiono przegląd technik, mających za zadanie zwiększenie efektywności prezentowanego pokazu slajdów. Opisano, jak powinno wyglądać planowanie prezentacji, oraz scharakteryzowano podstawowe błędy popełniane przez prelegentów. Pokazano, jak należy przygotować prezentację, aby audytorium skupiło się na przekazie, a nie rozpraszało „ozdobnikami”.

Słowa kluczowe: audytorium, multimedia, prelegent, prezentacje, slajdy, tło

Abstract: In the paper the scope of techniques which improve effectiveness of slideshow was presented. It was described, how the presentation planning should be, as well as main mistakes made by the lecturers were characterized. The article shows, how to make a presentation in order to listeners were focused on a message, not distracted by “embellishments”.

Keywords: lecturer, listeners, multimedia, presentations, slides

Wstęp

W VII Księdze „Państwa” Platona ukazany jest obraz jednej z pierwszych prezentacji, które dziś moglibyśmy nazwać multimedialnymi, czyli łączącymi obraz z przekazem, angażując większą liczbę zmysłów i funkcji mózgu niż zwykła prelekcja. Oto w jaskini uwięzieni są ludzie, których wzrok skierowany jest na jedną ze ścian. Pojawiają się na niej cienie spacerujących ścieżką pomiędzy ogniskiem a obserwatorami. Ci ostatni, po pewnym czasie, zaczynają traktować ten pokaz jak rzeczywistość, świat iluzoryczny nazywając realnym.

Od tego czasu minęło wiele lat, podczas których kolejni mówcy wzbijali się na szczyty retoryki, usiłując przekonać decydentów o swoich pomysłach. Krzysztof Kolumb ukazał królowej Izabeli Kastylijskiej korzyści z odnalezienia zachodniej drogi do Indii, zaś Diego Velazquez, dzięki umiejętnościom skutecznego prezentowania swoich pomysłów, przekonał hiszpańskiego króla o sensowności eksploracji wybrzeża nowo odkrytego lądu (co przyniosło chwałę konkwistadorom i zgnęb Aztekom).

Kiedy nadeszły czasy obrazu nieuchronnie wypierającego słowo pisane, prezentacje stawały się „multimedialne” w pełnym tego słowa znaczeniu, zdobywając kolejne dziedziny życia. Wyszędłszy z biur, gdzie były narzędziem pomagającym zademonstrować członkom zarządu dziesiątki zestawień, mających dowiedzieć,

że firma trzyma się mocno, przebojem trafiły na sale wykładowe. Archetyp profesora, dzierżącego w dłoni krede i zapisującego kolejne tablice tajemniczymi symbolami, zastępowany był przez obraz wykładowcy uzbrojonego w nową, efektywną broń - laptop i rzutnik. W pierwszych latach pojęcie efektywności mylono nieraz z efektywnością (co, niestety, nadal się zdarza), w wyniku czego, zachłystując się możliwościami oferowanymi przez programy do prezentacji multimedialnych, tworzone dzieła równie piękne i olśniewające, co zupełnie bezużyteczne. Obecnie, na szczęście, coraz mocniej ugruntowuje się pogląd, że pokaz slajdów nie musi skrzyć się feerią barw, efektów i niesamowitych animacji, by być dobrym i trafić do świadomości odbiorcy. Wręcz przeciwnie - im jest on bardziej sterylny, oszczędny i pozbawiony „wodotrysków”, tym łatwiej uwypuklić przekaz, czyli to, co w prezentacji jest najistotniejsze.

Przekaz i szum

Podstawą efektywnej prezentacji jest skupienie się na przekazie. Pojęcie to łączy się z odpowiedzią na pytanie, dlaczego chcemy przekazać audytorium informacje, będące esencją naszej prezentacji. Jaki jest nasz cel? Co chcemy osiągnąć? Dlaczego poświęcamy czas zarówno słuchaczy,

jak i swój? Niezmiernie ważne jest, by ów przekaz maksymalizować, doprowadzając do tego, by nikt na sali nie miał wątpliwości, po co się tam znalazł i, co istotniejsze, z jakiego powodu jest tam prelegent.

Maksymalizacja ta może być niezmiernie skutecznie przytłumiona przez szum, pojawiający się pomiędzy prelegentem a audytorium. Myślę, że wszyscy jesteśmy w stanie bez dłuższego zastanowienia wymienić przyczyny szumu docierającego do prelegenta, nie pozwalając skupić się na przekazie. Są to wszelkiego rodzaju niepożądane szepty, bardziej lub mniej głośnie rozmowy, hałas za oknem, spóźnialscy wpadający z łoskotem do sali w samym środku prezentacji i wszelkie te czynniki przeszkadzające, na które mówca ma niewielki wpływ. O wiele bardziej niebezpieczny jest jednak szum zgoła mniej oczywisty - ten generowany przez samego prelegenta. Mówca potrafi zepsuć dobrze zapowiadającą się prezentację daleko skuteczniej niż wszystkie wymienione powyżej czynniki razem wzięte. Na tę porażkę składają się zarówno nieprawidłowa mowa ciała (mająca największy wpływ na wiarygodność prezentera), ton głosu - wszak ludzie najlepiej zapamiętują nie to, co mówimy, ale jak mówimy - oraz niewłaściwie przygotowany pokaz slajdów. Stąd też opracowanie całej misternej strategii przed samą prelekcją jest nie mniej ważne niż próba dotarcia do słuchaczy podczas wystąpienia. Strategia ta powinna polegać przede wszystkim na wierze w siebie i w swój sukces, wszak o sukcesie lub porażce decyduje nie tylko to, co o nas myślą inni ludzie, ale może bardziej to, jak sami myślimy o sobie. Wiara w osiągnięcie celu lub jej brak znacząco wpływa na naszą wydajność [1].

Planowanie

Zanim prelegent zasiądzie do przygotowywania pokazu slajdów, powinien odpowiedzieć sobie na podstawowe pytania:

- *Dlaczego?* - co jest celem prezentacji? Nie tyle „co mam powiedzieć?”, ale „co chcę osiągnąć?”
- *Dla kogo?* - kim są słuchacze?
- *Co?* - jaka będzie zawartość pokazu slajdów?
- *Gdzie?* - jakie są ograniczenia miejsca?
- *Ile czasu?* - jakie są ograniczenia czasowe?

Wszystkie te pytania są niezmiernie ważne, jednak najczęściej powtarzonym - i niewybaczalnym - błędem jest niedostosowanie się do ograniczeń czasowych prezentacji. Ponadto należy pamiętać, że po 15 minutach zainteresowanych jest mniej niż 35% słuchaczy, stąd też, przy 45-60-minutowym wykładzie, należy sobie precyzyjnie rozplanować prezentację, by jak najdłużej utrzymać uwagę audytorium. Pomocny może tu być wykres zależności czasu prezentacji od stopnia ważności przekazywanych treści (rys. 1).

Pokaz slajdów

Dokładnie zaplanowawszy zawartość prezentacji oraz wzięwszy pod uwagę czynniki, od miejsca prelekcji po ograniczenia czasowe, można przystąpić do przygotowania pokazu slajdów. Istotne jest, by pamiętać, że jest on jedynie narzędziem, które może pomóc w dotarciu do słuchaczy, najważniejszy jest jednak wciąż prelegent - to my powinniśmy być w centrum uwagi. Innymi słowy, stanowi tylko uzupełnienie i/lub streszczenie wypowiedzi mówcy [3], a nie jest celem samym w sobie.

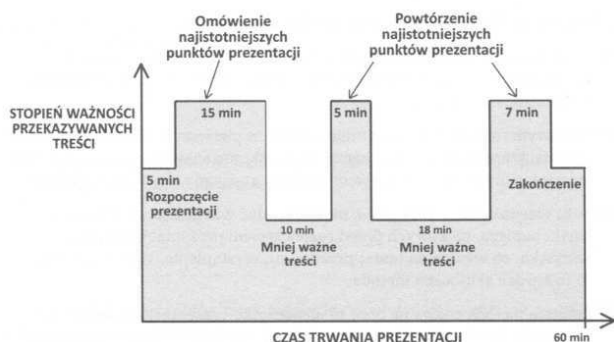
Kolor tła, pełniącego zarówno funkcję estetyczną, jak i motywacyjną, jest zasadniczą kwestią zależną od charakteru prezentacji. Najczęściej stosowane są kolory jasne - od bieli poprzez szarości i beże, w prezentacjach akademickich dobrze sprawdzają się również odcienie barwy niebieskiej, kojarzącej się ze spokojem, wiarygodnością i bezpieczeństwem.

Jedynym zagrożeniem, jakie niesie zastosowanie tła białego, wiąże się z przypadkiem, gdy sala będzie praktycznie zupełnie zaciemniona - prezentacja raz i wówczas w oczy słuchaczy, powodując szybkie ich zmęczenie. Wystrzegajmy się również wklejania zdjęć w tło. Nie dość, że dekoncentruje to odbiorców, to jeszcze trudno jest dobrać dostatecznie kontrastową czcionkę.

Dobór czcionki zapewnia właściwą czytelność pokazu slajdów. Kolor powinien kontrastować z tłem, z tym, że ów kontrast nie może być zbyt silny (unikajmy łączenia kolorów o zbyt dużej intensywności), bowiem spowoduje zmęczenie oczu odbiorców. Najczęściej stosowane są do prezentacji multimedialnych czcionki bezszeryfowe (np. Arial, Calibri, Tahoma, Verdana), ich rozmiar nie sposób odgórnie narzucić - powinny one być tak duże, by osoba siedząca w ostatnim rzędzie nie miała problemu z przeczytaniem tekstu na slajdach.

Nasz krąg kulturowy każe rozpoczynać proces postrzegania od lewego górnego narożnika ekranu - jest to nawyk wynikający z procesu czytania [2]. Wzięwszy pod uwagę, że większość z nas skanuje obszar slajdu bardzo schematycznie, warto zadbać, by rozmieszczenie poszczególnych elementów na slajdach było podporządkowane hierarchii skupiania uwagi audytorium (rys. 2).

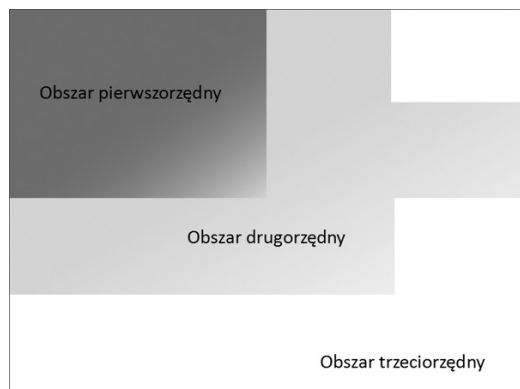
Obszarem pierwszorzędym jest ten w lewym, górnym rogu slajdu - tutaj umieszczamy najważniejsze treści, na które słuchacze będą szczególnie zwracać uwagę. Elementy najmniej znaczące powinny się znaleźć w prawym, dolnym



Rys. 1. Zależność pomiędzy czasem trwania prezentacji a stopniem ważności przekazywanych treści [2]

Fig. 1. Dependence between time of presentation and degree of message importance [2]

rogu - obszarze trzeciorzędnym, na którym uwaga audytorium jest skupiona w małym stopniu.



Rys. 2. Hierarchia skupiania uwagi audytorium

Fig. 2. Hierarchy of listener's paying attention

Najczęstsze błędy

Do najczęstszych błędów prelegenta podczas przygotowywania pokazu slajdów należą:

- *Przytłaczanie przekazu informacjami* - powinno się dążyć do zachowania relacji jeden-do-jednego: jeden slajd ↔ jeden przekaz, najwyżej 3-5 linijek tekstu zebranego w skomasowany blok. Idealnym rozwiązaniem są krótkie nagłówki zagadnień, które poruszamy w swojej prelekcji. Często poszczególne slajdy przypominają wypracowania, eseje, z których wyłonienie idei przyświecającej twórcy zajmuje więcej czasu niż wyświetlenie obrazu na ekranie.
- *Przedkładanie tabel nad wykresy* - należy unikać tabel w prezentacjach multimedialnych. O ile znajdują one zastosowanie w publikacjach drukowanych, kiedy odbiorca ma czas na przeanalizowanie zestawionego materiału, o tyle tabele umieszczone w pokazie slajdów są najczęściej nieczytelne i zacierające przekaz. Zastanawiając się nad zasadnością wstawienia tabeli, warto przypomnieć sobie maksymę Ludwika Hirszfelda: „Gdy chcemy pokazać piękno krajobrazu, nie zmuszamy do pamiętania wysokości szczytu”. Stąd też, w miarę możliwości, wyniki powinno się przedstawiać przede wszystkim w formie wykresów, a nie tabel. Wykresy liniowe służą do przedstawiania zmian wielkości w czasie (stosujemy nie więcej niż **cztery linie**), słupkowe do niewielkich serii danych, zaś kołowe - przedstawienia proporcji [3].
- *Slajdy wykonane pośpiesznie, metodą kopiuj/wklej* - lepszy jest brak slajdu niż slajd niechlujny, przygotowany naprędce. Jeśli prelegent nie był w stanie poświęcić chwili czasu, by dopracować swoją prezentację, dlaczego ja miałbym poświęcić swój czas, by jej wysłuchać? Przeklepanie z edytorów tekstu do programu do tworzenia prezentacji niesie za sobą jeszcze jedno ryzyko - otóż zdarza się, że niektóre

polskie znaki zachowują pierwotne formatowanie. W wyniku tego, nawet, jeśli tekst na prezentacji napisany jest czcionką Calibri, część polskich liter pozostaje jako Arial (co widać bardzo wyraźnie) i należy żmudnie poprawiać je ręcznie.

- *Przytłoczenie przekazu fajerkami* - im prościej, tym lepiej. Niejednokrotnie widziałem prezentacje przypominające bańki mydlane: piękne, efektowne, kolorowe, mieniące się feerią barw... i, niestety, równie puste. Początkowo, zachłystując się możliwościami programów do tworzenia prezentacji, tworzyliśmy slajdy, w których najistotniejszą rzeczą było to, w jaki sposób dane zdjęcie wskoczy na ekran. Niestety, firmy branży komputerowej wyszły naprzeciw tym potrzebom, kolejne wersje swoich produktów obdarzając jeszcze „wspanialszymi” możliwościami upiększenia naszych prezentacji. Słuchacz pragnie ujrzeć na slajdach informacje, przekaz, a nie fajerwerki - stawiamy na efektywność, a nie na efekciarstwo.

Podsumowanie

Na zakończenie chciałbym przywołać przykład kampanii reklamowej pewnego środka do odrdzewiania śrub, który podbił rynek, pełniąc funkcję napoju gazowanego. Owa kampania nie ma na celu pokazać, jak wspaniały jest produkt, nie koncentruje się na zachwalaniu jego cech. Jedynym celem przekazu jest powiązanie emocji: radości, zabawy, nastroju oczekiwania na święta, odpoczynku i relaksu [2]. Odbiorcy, tęskniąc za tymi nastrojami, podświadomie wiążą je z tą marką i - w poszukiwaniu sielanki dnia powszedniego - zaopatrują się w kolejne zgrzewki pełne rozpuszczonego karmelu, kwasu fosforowego, kofeiny i olbrzymiej ilości cukru z dodatkiem ditlenku węgla. Życzę Państwu, żeby Państwa prezentacje również budziły u odbiorców jedynie pozytywne, ciepłe skojarzenia i aby nie mogli się oni doczekać kolejnych Państwa prelekcji. Zig Zigar, specjalista od technik motywacyjnych, powiedział kiedyś: „ludzi nie interesuje, co wiesz, ale na ile się tym przejmujesz”. O ile jako słuchacze obojętniejemy na przechwałki w tytułach i nazwach, nigdy jednak nie zubożymy na ludzi z pasją [4]. I tej pasji również serdecznie życzę, bowiem, kiedy sztuka tworzenia prezentacji stanie się pasją, a nie obowiązkiem i koniecznością, będą Państwo na dobrej drodze do takiego dotarcia do słuchaczy, by przekaz był jasny, klarowny i w pełni zrozumiały.

Literatura

- [1] Wolf C.C.: *W matni uprzedzeń*. Charaktery, 2010, 8(163), 48-57.
- [2] Lenar P.: *Sekrety skutecznych prezentacji multimedialnych*. Helion, Gliwice 2008.
- [3] Sadowski M.P.: *Doskonała prezentacja. Sztuka skutecznego przekazu*. Helion, Gliwice 2008.
- [4] Rzędowska A. i Rzędowski J.: *Wystąpienia publiczne w biznesie*. ONE Press, Gliwice 2007.