

Дмитрий Лазарев

ПРЕЗЕНТАЦИЯ

ЛУЧШЕ ОДИН РАЗ УВИДЕТЬ!

 АЛПИНА БИЗНЕС БУКС

Дмитрий Лазарев

**Презентация: Лучше
один раз увидеть!**

«Автор»

2009

Лазарев Д.

Презентация: Лучше один раз увидеть! / Д. Лазарев — «Автор», 2009

Изучив эту книгу, вы научитесь делать великолепные презентации, с помощью которых можно донести свои мысли и идеи до любой аудитории – совета директоров, команды проекта, слушателей семинара. Вы поймете, как и когда следует использовать PowerPoint, как готовить презентацию, выбрать дизайн слайдов, расставлять акценты и располагать картинки, схемы и графики и самое главное – как не перегрузить презентацию лишней информацией. Книга предназначена для широкого круга читателей.

© Лазарев Д., 2009

© Автор, 2009

Содержание

От автора	5
Предисловие	6
Благодарности	7
Когда нужна презентация	8
Часть I	9
Глава 1. POWERPOINT – ЗЛО?	10
Глава 2. СЛАЙД ≠ ДОКУМЕНТ	13
Примеры слайдоментов	14
Глава 3. ИЗБЕГАЯ СЛАЙДОМЕНТОВ	19
Крайний вариант	21
Часть II	22
Глава 4. С ЧЕГО НАЧАТЬ	23
Мыслительная карта презентации	24
Как рисовать мыслительную карту	24
Бумага и карандаш	26
Глава 5. ПЯТЬ ЭТАПОВ СОЗДАНИЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ	28
1. Генерация идей	28
2. Группировка и определение центральной идеи	28
Конец ознакомительного фрагмента.	30

Дмитрий Лазарев

Презентация: Лучше один раз увидеть!

От автора

В этой книге последовательно разбираются методы и навыки, которые помогли многим руководителям и профессионалам. Эта книга о том, что я узнал в течение последних двенадцати лет о презентациях и о навыках убеждения и влияния.

«Презентация: Лучше один раз увидеть!» посвящена развитию навыков, необходимых для презентации себя и своих идей для разных типов аудиторий с учетом вашей специфики.

Цель книги – поделиться подходами, которые помогут вам развить свой стиль презентации.

Предисловие

Иногда мне говорят: «Я каждую неделю делаю презентации, я знаю про них всё! Зачем мне учиться?» Что на это ответить? Прежде всего, само по себе многократное повторение не гарантирует развития. Может быть, вы просто закрепляете плохие привычки? Эту книгу следует читать тем, кому часто приходится делать презентации. Если вы ответили утвердительно хотя бы на один из следующих вопросов, вы сможете извлечь ценные уроки из этой книги.

- Вам нередко приходится доносить важную, но сухую информацию?
- У вас отличные идеи, но не хватает навыков «упаковки» ваших презентаций?
- Вы получили повышение, и теперь вам приходится делать то, чего раньше не приходилось, – часто выступать с презентациями?
- Вам необходимо заинтересовывать аудиторию собой, своими идеями, продуктами, услугами или компанией?

Большинство людей абсолютно не уделяют внимания тренировке навыков. На тренингах я прошу ответить участников на следующие два вопроса:

1. Сколько процентов рабочего времени у вас уходит на коммуникацию вообще (включая телефонное общение, презентации, переговоры, встречи)?
2. Сколько процентов рабочего времени вы тренируете свои коммуникативные навыки?

Обычно получаются следующие ответы: на первый вопрос 50–80 %, на второй 0–5%.

Это говорит о том, насколько важна коммуникация и как мало инвестируется времени в развитие ее навыков.

Некоторые считают, что навык презентации – необязательный навык. Но в бизнесе неумение проводить презентации – потенциальный источник неприятностей.

Сегодня одна из самых популярных идей в бизнесе – «дифференциация». Что отличает вас и делает более привлекательными для потенциальных клиентов или работодателей? Один из способов личной «дифференциации» – убедительные презентации.

Чтение книг не превратит вас в одночасье в гуру презентаций. Хорошая новость – навыки презентации не дар высших сил, не врожденный талант. Их можно развивать и совершенствовать.

Пользуйтесь книгой перед важными презентациями в качестве руководства к действию. Подчеркивайте и помечайте важные для вас моменты.

Постепенно, в удобном для себя темпе вы можете начать встраивать эти идеи в свои презентации.

Благодарности

Особая благодарность Евгению Плиссу за бесценные советы по дизайну, обратную связь и постоянный коучинг в области дизайна.

Я благодарю тех, кто прочитал первую и вторую версии книги и поделился своими идеями: Юлию Вочканову, Евгения Масловского, Максима Журило, Людмилу, Марию и Андрея Черняковых, Александра Кириллова.

Благодарю Алексея Каптерева, Алексея Леонтьева, Алексея Крылова, Ивана Курдюмова, Антона Кондрашова, Александра Табакова, Константина Федотова за то, что делились своими идеями.

Отдельная благодарность Яне Клочковой за отличные иллюстрации.

Благодарю Дмитрия Заборню за содействие в подготовке материала.

Дмитрий Лазарев

Москва, октябрь 2008 года

Когда нужна презентация

В каком случае без презентации не обойтись? Существует большой соблазн воспринимать презентацию как нечто искусственное. До определенного момента в России не делали презентаций. То есть делали, но они носили скорее ритуальный характер. Кого-то в чем-то убеждать необходимости не было. Эта «ритуальность» сохранилась до сих пор: мы делаем вид, что презентуем, они делают вид, что слушают. Поэтому презентующий может попасть в ловушку, чувствуя себя отстраненным от презентации: *«Так принято... ну это просто такой корпоративный обычай»*.

Выступающий начинает воспринимать презентацию как абстрактное событие, которое происходит само по себе, но с его участием. Первым делом здесь страдают цель и смысл презентации. Участники чувствуют отстраненное отношение и отвечают тем же. В итоге нужно прикладывать дополнительные усилия, чтобы вовлечь их и получить результаты. Не все презентации одинаково важны. Иногда можно обойтись без презентации.

Недавно мне позвонил друг, который работает в крупной финансовой компании. И между делом пожаловался, что у них на работе было четырехчасовое совещание управляющих филиалов. И по прихоти руководства в течение 4 часов 23 руководителя выслушивали презентации друг друга. Прямо сеанс групповой психотерапии! Хотя, по словам друга, это совещание не имело практического смысла, и все действительно важные вопросы можно было решить по электронной почте. В результате – бесцельно потрачено 92 часа высокооплачиваемого времени.

В этой книге мы будем рассматривать только те презентации, которые играют решающую роль. От которых что-то зависит.

Презентация как живое выступление необходима, когда нужно:

1) добавить эмоции:

- эмоционально окрасить тему;
- эмоционально прояснить личное отношение выступающего к теме;
- эмоционально оценить сообщение;

2) научить, объяснить или прояснить, дать обратную связь, скорректировать понимание участников.

Если для достижения цели не требуется живое, эмоциональное общение или обратная связь от аудитории, используйте электронные документы, аудио– и видеозапись.

Презентация – не самоцель. Если вы не собираетесь получить и дать обратную связь, эмоционально зацепить, зажечь, зарядить энергией и личным отношением аудиторию, лучше не делать ее совсем.

В некоторых компаниях существует установка: «каждый сотрудник должен уметь сделать презентацию по корпоративным слайдам». НО! Если кто угодно может провести презентацию – никто не должен ее делать. Если вы хотите лишь «выступить не хуже других» – такие выступления никому не нужны и не интересны. Не морочьте людям головы и заслуженно отдыхайте.

Поэтому, прежде чем делать презентацию, задайте себе два вопроса:

- можно ли вообще обойтись без презентации?
- что случится, если я не сделаю презентацию?

Часть I

СМЕРТЬ ЧЕРЕЗ POWERPOINT

PowerPoint-презентации слишком часто напоминают школьные игры – слишком громко, слишком медленно и слишком просто.

Эдвард Тафти,
*профессор Йельского университета,
эксперт в области визуализации информации*

Еще десять лет назад слайдовые презентации в России не были так распространены. Сегодня их становится все больше. И нам нужно смотреть вперед или хотя бы туда, где с этим уже познакомились и используют. У нас пока нет стандартов применения слайдовых презентаций. Но у нас есть преимущество – мы можем избежать типичных ошибок, беря только лучшее. Нет исторически сложившихся стереотипов, поэтому можно использовать только продуктивные подходы. Западные подходы интересны – они появились раньше, достигли определенной степени зрелости, и к тому же они уже исследованы.

Сейчас слайдовые презентации везде: в бизнесе, в госструктурах и учебных заведениях. Несколько сотен миллионов копий PowerPoint делают миллиарды слайдов каждый год.

Слайдовая презентация постепенно становится языком бизнеса: несколько слайдов, 6 строчек текста, по 6 слов в каждой. Редкое российское корпоративное мероприятие проходит без PowerPoint-презентации. Прийти на совещание без слайдов – все равно что прийти босиком. Слайдовые презентации проникают даже в нашу личную жизнь:

В 2005 году менеджер Рон Батлер покончил жизнь самоубийством. В качестве прощальной записки он оставил 46-слайдовую презентацию в PowerPoint.

На одном интернет-форуме участник написал, что поймал себя на том, что мысленно создает слайды, которые ему бы понадобились, чтобы объяснить своей жене, почему они не могут позволить себе в этом году отпуск.

Стандартизация презентаций экономит много времени и сил. В программе по подготовке презентаций есть масса вещей, о которых не приходится думать самим. За нас уже много чего продумали. Нам не нужно думать о порядке слайдов, есть сортировщик. Не нужно думать над цветом – есть шаблоны. Не нужно искать картинки – есть встроенный клипарт. Не нужно думать над структурой текста – есть буллиты. В шаблонах есть позитивное свойство – они экономят время и силы. Каждый может сделать то, что делает другой.

Однако удобство для презентующего оборачивается наказанием для аудитории. Вспомогательное средство визуализации – слайдовая презентация – вдруг превратилась в центральный элемент выступления. Программы облегчают нам жизнь и экономят наше время. Однако есть и обратная сторона. Используя из раза в раз шаблоны, можно потерять внимание аудитории. Кому интересно постоянно слушать одно и то же?

Глава 1. POWERPOINT – ЗЛО?

Часто слышу аналогию: «Компьютерные программы – это такой же простой инструмент, как молоток или дрель». Сам по себе инструмент не может быть плох или хорош, все зависит от того, в чьих руках он оказался: «Кухонным ножом можно резать хлеб, а можно людей».

Но если опасность кухонного ножа очевидна каждому, то негативные последствия использования программ не всегда осознаваемы. Да, PowerPoint помогает выполнить задание, но при этом навязывает определенные рамки: как организовать информацию, сколько информации представить аудитории.

Существуют конкретные негативные последствия использования PowerPoint.

Слайды могут одновременно обеднять и содержание, и аудиторию. Вот лишь некоторые негативные последствия.

1. Подготовив презентацию в виде слайдов, презентующий больше о ней не думает.



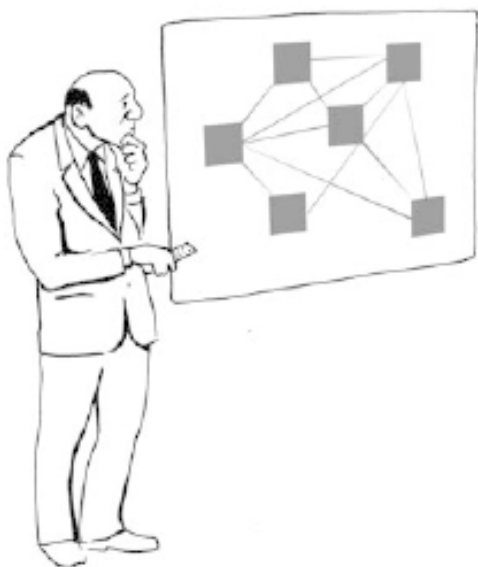
Однажды мне нужно было купить сложное телекоммуникационное оборудование в офис. И я решил устроить тендер. Помощница обзвонила компании— поставщики и пригласила всех продавцов на один день с интервалом в 1 час. Каждый приехал со своим ноутбуком, заряженным обложкой слайдов. Каждый (!) продавец попытался презентовать всю (!) линейку продукции своей компании, показав от 20 до 60 слайдов. И только один из них додумался поинтересоваться, что именно мне нужно, и превратил презентацию в диалог. Как вы думаете, у кого я купил оборудование?

2. Слайдовые презентации используют как субтитры, отсутствующим голосом читая списки, проецируемые на гигантские экраны:

- каждое
- слово
- на
- каждом
- слайде.

3. Когда информация растянута по времени, трудно понять и оценить взаимосвязи.

Эдвард Тафти, профессор Йельского университета подсчитал, что в бизнес– контексте один PowerPoint-слайд, как правило, показывает 40 слов, что составляет около 8 секунд суммарной тишины при чтении материала. Мало информации на слайде – нужно много слайдов. Аудитория вынуждена терпеть непрерывную череду слайдов.



— Как ясно видно на 384-м слайде...



4. PowerPoint разъединяет презентующего и аудиторию. Вместо того чтобы стать главным действующим лицом выступления, человек превращается в обслуживающий компьютер и проектор персонал: «Следующий слайд, пожалуйста...»

На одной конференции выступающему не удалось настроить проектор – вся аудитория обрадовалась! Они хотели услышать его живой голос. Они хотели, чтобы он просто «поговорил» с ними, а не читал с экрана.

5. Первоначальная цель PowerPoint – облегчить подготовку визуальных средств. А ведь это сплошное творчество! Кто откажет себе в удовольствии почувствовать себя художником? И все же презентующие должны фокусироваться на вещах более важных, чем выбор шрифта.

Как сказал председатель совета директоров одной крупной компании: «Миллионы руководителей сидят по всему миру и гадают, какой шрифт выбрать: Arial? Times New Roman? 24-й? 18-й? Складывается ситуация, когда высокооплачиваемые руководители сидят и часами форматируют слайды. Иногда этим действительно интересней заниматься, чем думать о том, что ты собственно собираешься сказать аудитории».

6. Шаблоны компьютерных программ убивают творческое начало. Шаблонные презентации – потеря индивидуальности. Одна из основных причин для проведения именно «живой» презентации – в эмоциях. Эмоции уникальны. Шаблоны скучны и предсказуемы.

Что вы чувствуете, получив шаблонное письмо, разосланное по списку? Без указания вашего имени, с обращением «Доброго времени суток», составленное бездушной машиной? С одинаковыми иллюстрациями? С одинаковой структурой? Н-и-ч-е-г-о! Мало кому нравится быть подстриженным под одну гребенку. Нам нравится, когда к нам относятся по-человечески.

Кстати, в середине 1990-х функция АвтоСодержание изначально появилась в качестве шутки. Некоторые из начинающих пользователей жаловались, что чувствуют себя некомфортно, когда видят перед собой пустую страницу, что им трудно начать работать. И тогда прозвучала идея – нужен автоматический наполнитель содержимого в презентацию! Нажал на кнопку и – готово. Идея сумасшедшая, по сути – шутка. Но Microsoft реализовал эту идею, даже сохранив первоначальное название.

Мои отношения с PowerPoint развивались поэтапно. Первый – счастливое неведение. Я был убежден, что любую идею можно представить, да хоть с помощью... картошки, как это делал Чапаев в одноименном фильме.

Второй этап наступил, когда увеличилось количество проводимых тренингов, и я начал использовать проектор и слайдовые презентации. Мне очень нравилось, что не нужно каждый раз рисовать от руки одни и те же схемы. Что можно разместить рисунок на слайде и сэкономить драгоценное время.

На третьем этапе я начал изучать «правила» создания презентации: сколько должно быть слайдов, сколько слов должно быть на каждом из них и так далее.

Дальше начало приходить понимание того, что такое хорошая презентация. Я обнаружил, что PowerPoint редактирует наши идеи. Иногда я ловил себя на мысли, что размышляю над тем, как ту или иную тему лучше представить в PowerPoint, вместо того чтобы думать о том, какие вообще у меня есть способы донести информацию. Сейчас я отношусь к слайдовым презентациям как к одному из множества инструментов донести идеи до аудитории.

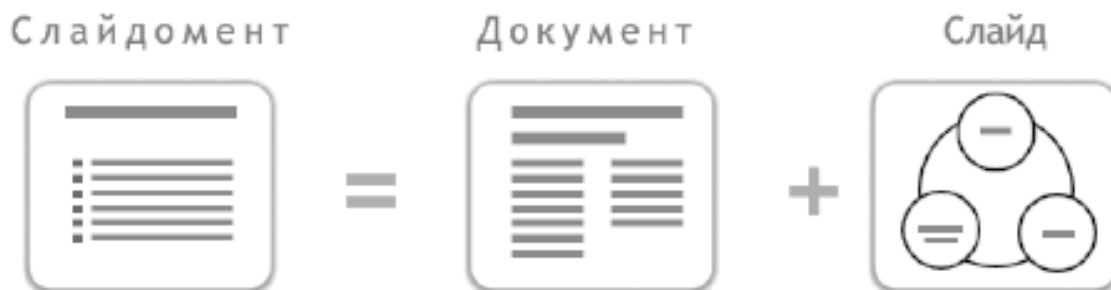
Недавно я посмотрел запись одной презентации Джил Тейлор. Выступление было посвящено, в частности, строению человеческого мозга. Вместо набивших оскомину слайдов из медицинской энциклопедии на сцену был вынесен... настоящий человеческий мозг. Таких сильных, смешанных чувств в аудитории невозможно добиться ни одной фотографией, ни одним слайдом или видеофрагментом!

Рискую повториться, но опасность использования PowerPoint не в программе, как таковой, и не в слайдах. Опасность возникает тогда, когда вместо слайдов мы начинаем делать слайдоменты.

Глава 2. СЛАЙД ≠ ДОКУМЕНТ

– Что будет, если скрестить ужа с ежом?

– Полтора метра колючей проволоки.



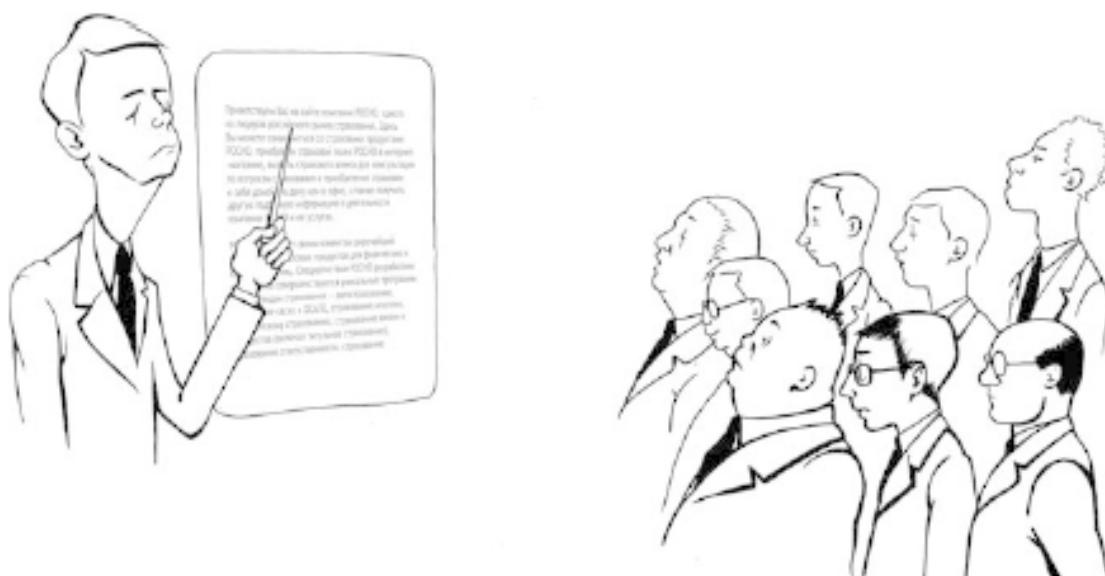
Слайдомент рождается из желания сэкономить время и в попытке скрестить документ со слайдом. Впервые термин «слайдомент» применил Гарр Рейнолдс в своем блоге, посвященном презентациям (<http://presentationzen.com>). Презентующие оказываются перед выбором: создать слайды, поддерживающие живое выступление, или создать слайды, похожие на документ, чтобы использовать в качестве раздаточных материалов до, во время и после презентации. Используя слайды одновременно как визуализацию и как самостоятельные раздаточные материалы, мы получаем одновременно плохую визуализацию и плохой документ.

Например, в бизнесе распространена просьба выслать файл со слайдами до начала презентации. Те, кто просит прислать презентацию по электронной почте, предполагают, что слайды презентации одинаково хороши и для визуальной поддержки нашей презентации, и для представления достоверной документации по ее содержанию.

Слайды презентации скорее похожи на нотную запись, которую нужно озвучить. Отправлять их по электронной почте – все равно что делать выводы о том, насколько хорошо будет звучать музыкальное произведение, по присланным по почте нотам.

PowerPoint предназначен визуализировать информацию, чтобы помочь нам рассказать нашу историю, доказать нашу точку зрения, вовлечь аудиторию. PowerPoint не предназначен для создания письменных документов. Для работы с текстом существуют другие программы (например, Word).

Слайдомент – печатный документ, перенесенный на слайд, проецируемый на экран. То, что должно быть представлено на бумаге, демонстрируется ненадлежащим образом. Почему? Эти псевдодокументы совершенно нечитабельны. Многие презентующие злоупотребляют слайдами, превращая их в слайдоменты – проецируют изображения на стену и читают, читают, читают. Аудитория теряет возможность рассмотреть информацию из-за низкой разрешающей способности проекторов (если только мы не подготовили заранее печатные копии для всей аудитории). Есть русская поговорка для подобных ситуаций: «За двумя зайцами погонишься, ни одного не поймаешь».

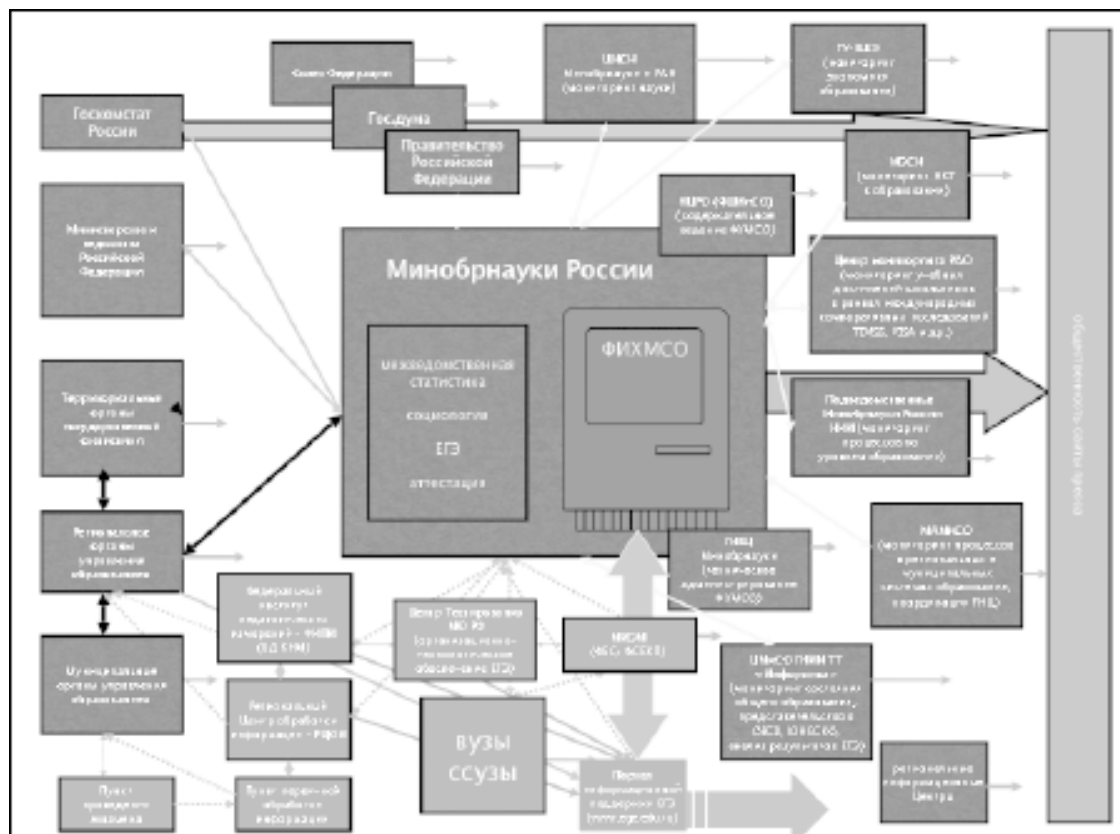


Примеры слайдов

Потенциальные потребности в денежных средствах

•Реструктурированная в 2001-2002 гг. задолженность по налогам, составляющая \$1,1 млрд, включая \$307 млн основного долга и \$759 млн пеней и штрафов. В случае нарушения графика выплат налоговые органы могут потребовать досрочного погашения всей задолженности, хотя имевшее место нарушение в прошлом не повлекло таких требований. Ожидается досрочное погашение основной суммы и списание пеней и штрафов.

•Высокие потенциальные обязательства, связанные с непредсказуемостью применения налогового законодательства, сложной организационной структурой предшественника РЖД - Министерства путей сообщения, а также его практикой несвоевременного исполнения обязательств по уплате налогов в прошлом. Резерв в размере \$2,5 млрд. В 2004 году – ряд проблем с налогообложением: возмещение НДС и освобождение имущества от обложения налогом на имущество

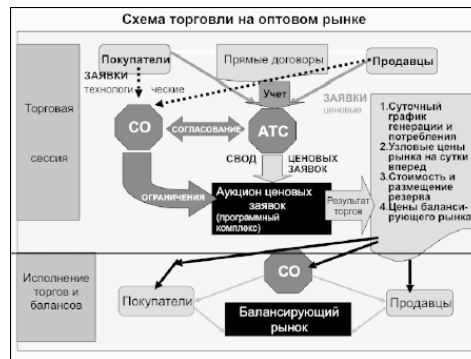


Тарифы на подключение в коммунальных нормативных правовых актах

В настоящее время формируется новый блок законодательных и подзаконных актов по регулированию деятельности, связанной с подключением (присоединением) в увязке с деятельностью органов власти по развитию территорий.

Нормативная база

1. Федеральный закон «О введении в действие градостроительного кодекса Российской Федерации» от 29.12.2004 № 191-ФЗ
2. Федеральный закон «Об основах регулирования тарифов организаций коммунального комплекса» от 30.12.2004 № 210-ФЗ
3. Постановление Правительства РФ «Об утверждении Правил определения и предоставления технических условий подключения объектов капитального строительства к сетям инженерно-технического обеспечения и Правил подключения объекта капитального строительства к сетям инженерно-технического обеспечения» от 13.02.2006 № 83



ВИДЫ СЛАЙДОМЕНТОВ

Различия корпоративных культур презентаций в российской практике

Анатолий Левенчук, президент консалтинговой компании TechInvestLab, составил классификацию использования слайдоментов в российской практике:

1. «Две страницы текста», написанные крупным шрифтом на нескольких слайдах. Используется для гарантии восприятия читателем разных мыслей, которые авторы пытались в эти две страницы записать. Отдельными слайдами выделяются отдельные предложения. Устный рассказ по таким презентациям вообще не делается, тексты пересылаются по почте или распечатываются начальству «для обсуждения».

2. Отчетный «слайдомент». Используется крупными консалтинговыми компаниями. В полусотне слайдов почти нет картинок, полнотекстовые формулировки оттачиваются до вида чистого сока мысли. В электронном виде почти не существует, передается клиенту на бумаге: «у нас тут были мысли, мы их презентовали, просим принять эти результаты работы как есть». Рассказ (занимает день или даже два) обставляется торжественно. Осмысленно для чтения долгими зимними вечерами.

3. Презентация как факт достижения договоренности. В одном из крупнейших холдингов факт презентации означал, что готовившие ее люди договорились. Презентация фиксировала содержание договоренности, факт ее достижения, а собственно презентационность (рассказ об этой договоренности другим людям) была абсолютно неважна. Совещания формально были посвящены «подготовке презентации», а неформально – являлись переговорами по достижению договоренностей, т. е. подготовка презентаций была формой стратегического взаимопланирования.

4. Презентация как способ донести до начальника необходимую информацию для принятия решений. Эта «необходимая информация» понимается как схема (карта), в терминах которой можно формулировать много-много разных решений. Идеальная презентация такого сорта – один слайд с этой схемой, и далее рассказ-объяснение плавно перетекает в обсуждение и принятие решения. Если это не один слайд, то вежливо возвращается с просьбой доработать.

5. Презентация как способ эксперта X обеспечить понимание начальника Y, который затем будет обеспечивать понимание Большого босса Z.

X часто не имеет возможности устно выступить перед Y, поэтому по почте гоняется нечто, что все больше и больше становится «слайдоментом», а не иллюстрациями к выступлению.

6. Диафильм (чаще всего – учебный). Не требует никакого устного рассказа, многочисленные графические материалы (схемы, картинки, фотографии), текст ограничивается «субтитрами». Иногда размещаются на корпоративных сайтах в разделе «статьи и презентации». Это случай

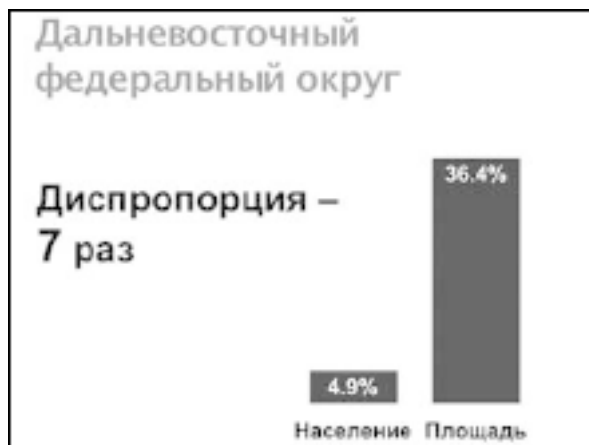
«академических комиксов», одна из форм материализации учебного курса – предназначены для вдумчивого листания вперед-назад.

Глава 3. ИЗБЕГАЯ СЛАЙДОМЕНТОВ

К сожалению, в российской корпоративной культуре распространился способ использования слайдов как слайдоментов. Что делать?

Решение: готовя презентацию, создавайте по отдельности слайды и печатный документ.

Слайд:



Раздаточные материалы:



В слайдах лучше использовать только ту часть данных, которая непосредственно подкрепляет нашу идею.

В примере на предыдущей странице идея состоит в том, чтобы показать дисбаланс населения и территории в Дальневосточном федеральном округе. Вместо громоздких графиков создадим более простую визуализацию для слайдов, а данные для других регионов, подробные диаграммы и таблицы поместим в «раздатку».

Эффективная презентация состоит из трех элементов.

1. **Проецируемые слайды** – визуальные, в них, насколько это возможно, – минимум текста, максимум изображений, несущих смысловую нагрузку. Это наглядно и просто.

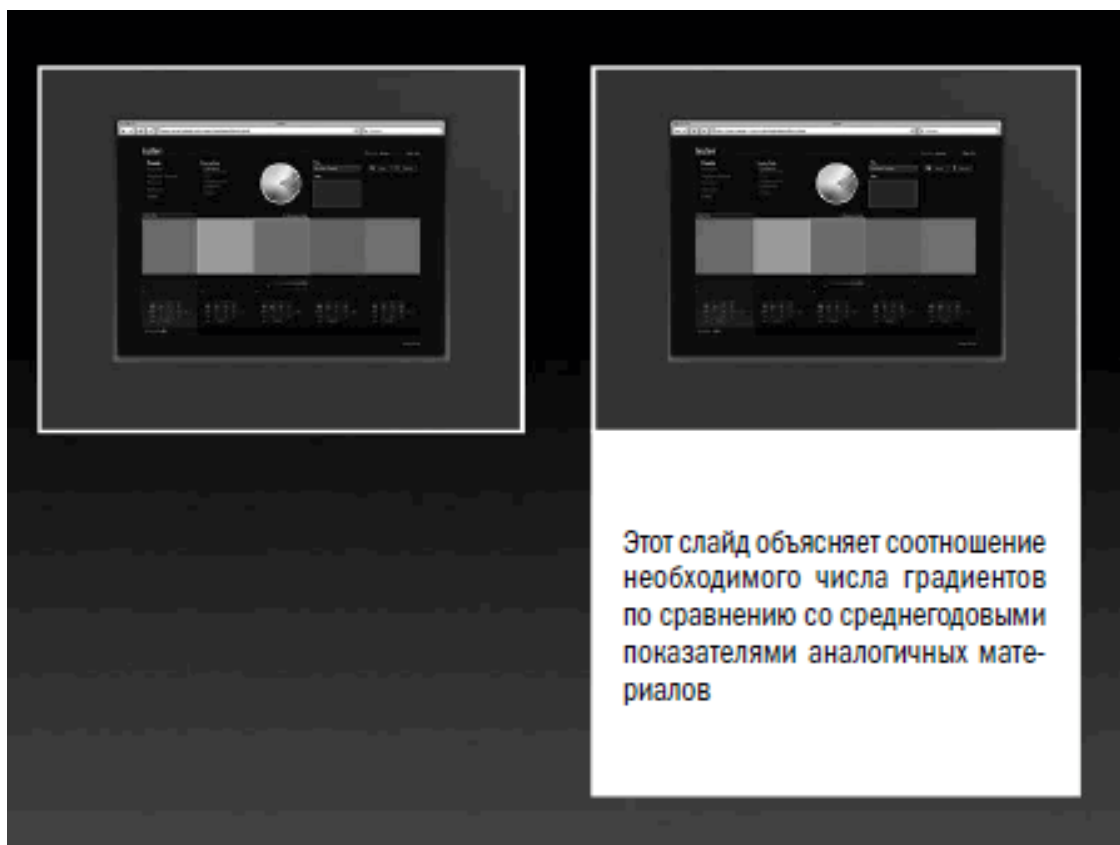
2. **Текстовое содержание** презентации. Аргументы, факты, доказательства, эмоции, примеры должны быть в нашей устной речи. Но не на слайдах!

3. **Раздаточные материалы** должны обеспечивать ту же глубину и охват, что и живое выступление. Люди больше доверяют тому, что они могут потрогать и унести с собой, чем исчезающим изображениям проектора. Письменный документ внушает уважение. К тому же раздаточные материалы документируют ваше общение с аудиторией.

Да, подобное разделение потребует дополнительных усилий с нашей стороны. Но именно благодаря разделению качество наших слайдов и раздаточных материалов значительно возрастет.

Крайний вариант

Если у вас нет возможности подготовить отдельно раздаточные материалы – сделайте два набора слайдов, для живой презентации и для печатного варианта. Последний может включать более детальные письменные объяснения. Или допишите детали в «заметках» к каждому слайду. А затем распечатайте слайды в режиме «с заметками». Это не идеальный вариант, но он решает задачу по разделению проецируемого и печатного изображения.



Что делать, если вас просят выслать файл со слайдами до начала презентации? Лучше отправить письменный документ, в котором в сжатом и читабельном виде содержится основная идея выступления с необходимой детализацией и глубиной (с ссылками для тех, кому интересно).

Часть II

ПОДГОТОВКА ПРЕЗЕНТАЦИИ

Однажды в поселок приехал лектор. Послушать его пришел единственный человек. Лектор растерялся: «Читать лекцию или отменить ее?» Поразмыслив, он решил узнать мнение пришедшего слушателя.

– Я простой конюх. Я в этом ничего не понимаю... Могу сказать только одно: если ко мне вечером из всего табуна вернется только одна лошадь, я все равно ее накормлю.

– Гениально! – подумал лектор и два с половиной часа читал, возможно, лучшую лекцию за всю свою жизнь. После лекции он спросил у конюха, понравилось ли ему.

– Я простой конюх, – ответил тот, – но если ко мне вечером из всего табуна вернется только одна лошадь, я все равно ее накормлю. Но я не дам ей все сено, которое у меня есть.

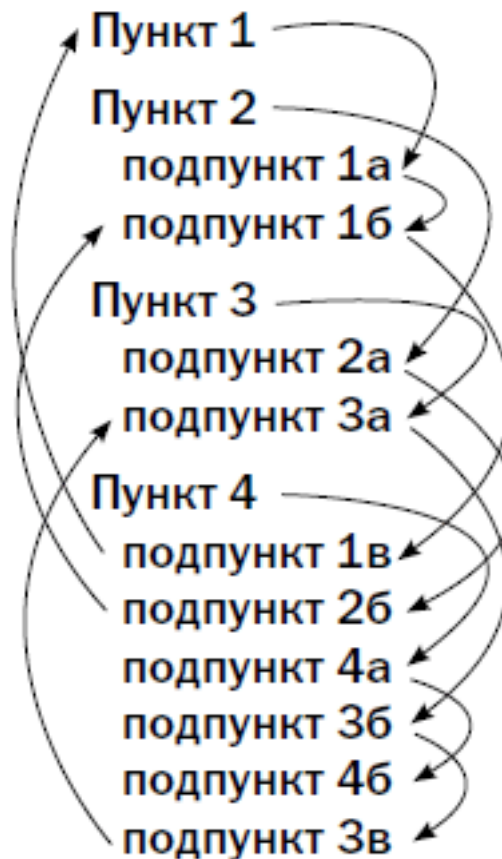
Глава 4. С ЧЕГО НАЧАТЬ

Наши привычные методы планирования и подготовки не всегда хороши для презентации. Кому не знакомы муки написания первой фразы? С чего начать? Как сделать презентацию легко и с удовольствием?

Знакомы ли вам следующие ощущения?

- Трудно начать, так что вы оттягивали написание до последней минуты.
- Сложно записать идеи в правильном порядке.
- Процесс проходил медленно и мучительно скучно.
- Во время презентации написанный текст не помог вспомнить материал.
- Трудно вписать новые идеи в уже составленный план презентации.

Причина затруднений с «первой фразой» состоит в том, что мы пытаемся в линейном порядке описать нелинейные связи. Что имеется в виду?

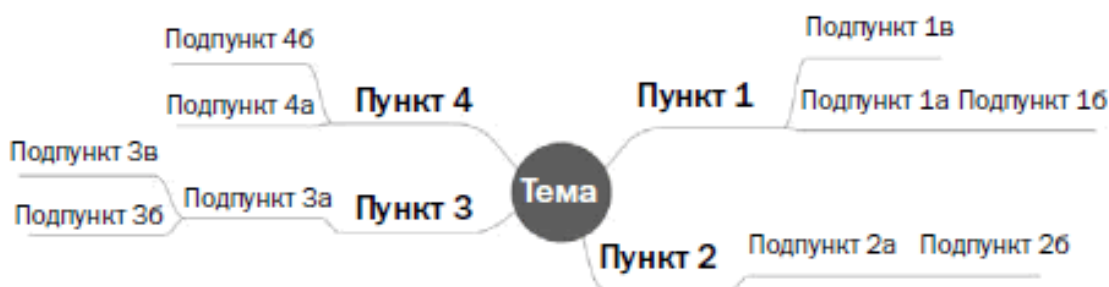


Чаще всего мы пытаемся записать свои мысли в обычной, логической последовательности. Именно так, как нас учили в школе готовить письменные документы. И через некоторое время наш план становится неудобен для отображения всех взаимосвязей между пунктами.

Ниже вы узнаете о быстром, удобном и хорошо запоминающемся подходе к подготовке презентации.

Мыслительная карта презентации

Мыслительные карты – легкий способ сохранить план на одной странице. Мыслительные карты сильнее задействуют правое («творческое») полушарие мозга. Я рекомендую относиться к подготовке мыслительных карт как к способу размышления над презентацией. Ценность мыслительной карты – в тех озарениях, которые вас посетят в процессе ее подготовки. Например:



В зависимости от продолжительности презентации мы всегда можем, взглянув на свою карту, решить, что нужно сократить или расширить. Например, представленная далее мыслительная карта посвящена тому, как рисовать мыслительные карты.

Такой способ визуальной организации информации позволяет проявлять гибкость и перемещать свой фокус внимания по всей презентации, не упуская из виду главное сообщение и взаимосвязи отдельных частей.

Сами по себе мыслительные карты могут использоваться в качестве наглядных материалов: в виде плакатов на стене, в виде слайдов, в качестве раздаточных материалов.

Демонстрируя мыслительную карту, вы можете дать возможность участникам расширить ее, попросив добавить в нее их идеи.

Наконец, можно использовать мыслительную карту для подведения итогов в конце презентации. Составление мыслительных карт упрощает процесс организации собственных мыслей и знакомства с ними вашей аудитории.

Как рисовать мыслительную карту

Центральный образ

Нарисуйте образ (изображение или символ), который передает суть презентации. Разместите его в центре листа. Сделайте его небольшим по размеру, чтобы у вас оставалось достаточно места для записи идей.

Чтобы потом не гадать, что означает центральный образ, можете написать одно-два ключевых слова рядом с рисунком.

Если вы не можете придумать изображение для своей темы, нарисуйте любую фигуру (круг, квадрат).

Вместо рисунка можете использовать фотографию. Из центрального образа проведите радиальные линии. Линии могут быть похожи на ветви или корни деревьев. Можно выделить цветом разные ветви или показать связи между соответствующими идеями, сделав эти ветви одного цвета.

Ключевые слова

Ключевые слова – это слова, которые вызывают наибольшее число ассоциаций и содержат максимум информации. Выберите по одному слову для каждой ветви.

Например, тема **МАРКЕТИНГ** может привести вас к следующим словам: **ПРЯМОЙ, НЕПРЯМОЙ, ТЕЛЕФОННЫЙ, КЛИЕНТЫ** и т. д. Но если вы напишете **ПРЯМОЙ ТЕЛЕФОННЫЙ МАРКЕТИНГ**, вам, возможно, не придет в голову мысль о «прямом почтовом маркетинге среди существующих клиентов». Этот процесс свободной ассоциации с разбивкой по одному слову особенно полезен в ситуациях, когда взгляд «замыливается».

Как я уже говорил, основная ценность работы над мыслительной картой в обнаружении новых взаимосвязей и идей внутри презентации. Другими словами, мы стремимся избежать того, что обычно называется «замыливанием взгляда». Применяя правило «одно слово на линии», мы заставляем мозг сделать что-то непривычное: мы фильтруем заезженные устойчивые фразы, перед тем как написать их на бумаге. Обычно мы записываем мысли, с тем чтобы вернуться к ним позже и постараться найти в них новый смысл. Здесь все наоборот – сначала находим новый смысл и только потом записываем. Преимущество тактики «одно слово – одна линия» состоит в том, что можно легко добавлять новые слова-ассоциации.




Кроме того, одно слово выступает в качестве своеобразной «иконки», как в компьютерных программах. Мозг мгновенно интерпретирует картинку или символ в образ или мысль.

- Пишите печатными буквами. Они легче читаются и лучше запоминаются.
- Пишите ключевые слова над линиями. Линии должны быть широкими у основания и сужаться к концу (как корни деревьев). По ходу дела вы увидите связи между ветвями. В случае необходимости вы можете сделать дополнительные, пересекающиеся линии.
- По-разному **выделяйте** наиболее важные слова. Мы легче запоминаем необычные или странные элементы.
- Придерживайтесь тактики «одно слово – одна линия». В большинстве случаев суть любой идеи можно передать одним словом.

В исключительных случаях, когда необходимо использовать фразу из нескольких слов (например, цитата или название книги):

- используйте символ сноски (*) и напишите цитату на полях области;
- используйте «пузырь мыслей» (как в комиксах), оставляя пространство для других ключевых слов. Вместо названия книги можно разместить фотографию обложки.

Символы

Зачастую бывает проще подобрать рисунок, чем написать слово. Например, значок  нарисовать быстрее, чем слово «письмо» или «переписка». Изображения запоминаются лучше, чем слова, и вызывают больше ассоциаций.

Вспомните последнюю прочитанную книгу или журнальную статью. Что легче вспомнить: слова или картинку на обложке?

А что вы быстрее вспомните через месяц или год – слова или иллюстрации?

Свободные ассоциации

Записывайте все тематические ассоциации, которые придут вам в голову. Используйте разные цвета, символы, ключевые слова, сделайте мыслительную карту объемной.

Помните, что эта карта – ваш рабочий инструмент. Цель рисунков – помочь вам вспомнить ваши идеи. Рисунки не должны быть шедеврами, им достаточно быть узнаваемыми. К ключевым словам можно добавлять новые идеи, пририсовывая дополнительные ответвления. Обращайте внимание на то, что появляется в ходе свободных ассоциаций. Не существует единственно «правильного» способа записи идей. Используйте только то, что подходит именно вам. Вы можете сколько угодно изменять и редактировать свою мыслительную карту. Свободно экспериментируйте, создавайте собственные варианты.

Бумага и карандаш

Многие пытаются готовить презентации сразу на компьютере. Но у них очень много времени уходит не на творчество, а на технические моменты, как то: сохранение файлов, изменение размера шрифта и цвета линий. Большинство профессиональных дизайнеров делают большую часть подготовительной работы на обычной бумаге. Если мы хотим заняться творчеством, то лучше выключить компьютер и взять в руки ручку, карандаш или фломастеры.

Кто-то может возразить, что это бессмысленная трата времени, что удобнее сразу создавать слайды в компьютере. Однако практика показывает, что «рукотворная» раскадровка делается быстрее и эффективнее.

- С помощью карандаша и бумаги можно сгенерировать большее количество идей за относительно короткий период времени, не отвлекаясь на манипуляции с мышью, клавиатурой и так далее.

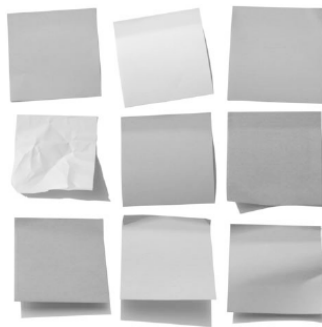
- Создавая раскадровку вручную, мы помогаем себе упростить и структурировать собственные идеи в голове. Например, размещая содержание на белой доске, легче увидеть общую картину и понять, какие вопросы можно вырезать, а какие необходимо оставить.

Реализация отшлифованных идей в слайдах – финальный этап подготовки.

«Ручная работа» активизирует правое полушарие мозга, отвечающее за творчество, и вызывает более креативные, спонтанные идеи.

Для начала достаточно карандаша или фломастеров, листа бумаги (белой доски) и клейких листочков – стикеров. Найдите удобное место и подумайте о теме презентации.

Стикеры



Один листок = одна идея. Если идея не умещается на стикер, значит, она слишком сложна. Основной критерий – простота. Кроме того, стикеры облегчают выстраивание структуры – отдельные фрагменты содержания можно переклеивать с места на место до тех пор, пока каждый из них не окажется на своем месте.



Мы легко можем добавлять содержание в виде клейких листочков в соответствующий раздел, не упуская из виду всю структуру целиком. Например, в PowerPoint для этого требуется переключаться в режим Slide Mode или добавлять изображения непосредственно на слайд, а затем возвращаться в режим Сортировщик слайдов, чтобы увидеть полную картину.

Глава 5. ПЯТЬ ЭТАПОВ СОЗДАНИЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ

Процесс подготовки презентации состоит из следующих этапов:

- 1) генерация идей;
- 2) группировка и определение центральной идеи;
- 3) перерыв;
- 4) предварительная раскадровка и визуальные эскизы;
- 5) раскадровка в сортировщике слайдов.

1. Генерация идей

Устройте мозговой штурм. На данном этапе вас интересует не качество идей, а их количество. Единственное требование – они должны выражать основную мысль вашей презентации. Это могут быть рисунки, слова, диаграммы, предметы или образы. Наброски могут быть неаккуратными. Это нормально. Сейчас нужно посмотреть на презентацию со всех сторон.



2. Группировка и определение центральной идеи

Центральная идея будет вашей путеводной нитью на протяжении всей презентации. Для этого используйте разбивку на группы аналогичных идей, а не ищите объединяющую тему.



У вас может возникнуть желание переписать свою мыслительную карту заново. Пометьте лучшие идеи на первоначальной карте. Зачеркните ветви, которые кажутся вам лишними. Добавьте стрелки, чтобы показать взаимосвязи. Не пугайтесь, если карта приобретет слишком пестрый и неряшливый вид. Аккуратность и упорядоченность здесь не требуются. Цель заключается в том, чтобы дать волю воображению. Когда вы будете создавать окончательный вариант карты, вы создадите ее более упорядоченной.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.