



TVORBA PREZENTÁCIÍ – AKO, KDE A ČÍM ZAČAŤ?

Určite je potrebné pri tvorbe prezentácie mať najprv pripravenú reč, až potom začať tvoriť samotnú prezentáciu. Najideálnejšie je podať prezentáciu formou príbehu a osobnej skúsenosti. Pred tvorbou prezentácie by sme si mali položiť tri základné otázky:



Aký máme čas na prezentáciu? Je dôležité vedieť, aký čas nám organizátor akcie vymedzil, aby sme jednak príliš dlhou prezentáciou neobmedzovali ďalších rečníkov a tiež, aby sme počas nami vymedzeného času nemuseli improvizovať a vymýšľať, ako ešte vyplniť ostávajúcich 15 minút. Mali by sme však byť pripravení aj na to, že sa náš čas môže z rôznych príčin skrátiť a my musíme vedieť vypichnúť z prezentácie to najdôležitejšie.



V akých priestoroch budeme prezentovať? Ak budeme prezentovať v tmavej miestnosti, môžeme si dovoliť použiť menej kontrastné farby, ak v prípade, že budeme prezentovať na jasnom slnku. Pri prezentovaní vo veľkých halách a priestoroch, kde sú diváci od nás vzdialení desiatky metrov, musíme dbať na správnu veľkosť písma a to najmä v rôznych grafoch a na ilustráciách.



Kto bude naše publikum? Je rozdiel vytvárať prezentáciu pre odborníkov, či laikov, deti, tínedžerov, dospelých, či seniorov, vytvárať prezentáciu pre formálne a pre neformálne prostredie. Od toho budú závisieť použité výrazové prostriedky od samotných slov, cez farby, obrázky a ilustrácie až po typografiu. Tiež si musíme povedať, či k prezentácii ešte budeme potrebovať nejaké prídavné materiály (brožúry, grafy, prehľady,...), ktoré si budú môcť diváci odniesť so sebou.



O čo ide a prečo na tom záleží? Túto otázku by sme si mali klásť jednak pri prezentácii samotnej a rovnako pri každom slajde. V prvom rade by sme mali vedieť my, čo je cieľom našej prezentácie a aké posolstvo chceme, aby si diváci so sebou odniesli. Na slajdoch nechávame ozaj len to najdôležitejšie, všetok vizuálny balast odstránime. Ak na niečom nezáleží, nedávame to tam, toľž nie dlhé vety. Na rozpovedanie príbehu a ďalších myšlienok sme predsa na pódiu my, nie slajdy. Veľmi jednoducho sa dá otázka v titulku zodpovedať pomocou výtahového testu. Predstavte si, že ste mali dohodnuté stretnutie, na ktorom vám veľmi záleží. Napríklad ste si dohodli hodinovú schôdzku s vašim potenciálnym investorom. Vošli ste do jeho kancelárie na najvyššom poschodí budovy a on, namiesto toho, aby vás očakával sa akurát zberá preč so slovami, že musí súrne odísť. Na jeho presvedčenie o tom, aby investoval peniaze do vášho projektu máte čas dovtedy, pokiaľ s ním zídete výtahom dole do garáže k jeho

autu. Ak dokážete vysvetliť podstatu a zanechať v ľuďoch posolstvo, vaša prezentácia bude úspešná. Ak nie, musíte popracovať na tom, aby ste dokázali povedať gro aj za relatívne krátky čas, pretože podmienky na prezentovanie sa môžu rýchlo zmeniť a z 20 minút vám kvôli technickým problémom môže ostať päť minút a vy za ten čas musíte svoje publikum presvedčiť.

PRVKY DOBREJ PREZENTÁCIE

- 1. Jednoduchosť** – naša prezentácia musí byť dostatočne jednoduchá (ale nie stupídna), aby jej porozumeli všetci prítomní. Všetky posolstvá a nápady preto musíte zjednodušiť na ich základný význam. Rovnako musí byť vizuálna časť prezentácie jednoduchá, aby sa mozog nerozptyľoval rôznymi podnetmi ako sú veľké množstvo textu, vizuálny chaos (zarovnanie, disharmonické farby), gramatické chyby, obrázky v nezrozumiteľnom jazyku a podobne.
- 2. Neočakávanosť** – rozbite stereotypy a očakávania ľudí a prekvapte ich pozornosť napríklad neočakávaným obrázkom (do pokojnej prezentácie napr. vložte obrázok zúrivého tigra; samozrejme ak ten tiger bude dávať význam vo vašom príbehu). Vytvárajte otázkami medzery v ľudských vedomostiach a postupne ich vo svojej prezentácii vyplňajte. Ak prezentujete úplne nový novátorský produkt (napr. nový typ batérie), vytvárajte v ľuďoch predstavy o tom, aké by bolo úžasné, ak by napr. mohli nabiť batériu za minútu namiesto dvoch hodín. Následne im to predved'te na svojom produkte. Budú príjemne prekvapení a určite odídu z prezentácie nadšení.
- 3. Konkrétnosť** – buďte konkrétni! Nerozprávajte o abstraktných veciach a nevypĺňajte svoju reč rôznymi klišé (napr. Naša spoločnosť prináša zákazníkom kvalitu spojenú s nadštandardnou starostlivosťou o nich). Radšej používajte reálne príklady (Iba 1% našich zákazníkov doteraz reklamovalo tento produkt), ľahko zapamätateľné vety a príslovia (zabili sme dve muchy jednou ranou, vytrhli sme nášmu zákazníkovi trň z päty a pod.)
- 4. Dôveryhodnosť** – Aby vám ľudia dôverovali, musíte im priblížiť váš svet. Ľudia vám musia rozumieť a nesmú sa cítiť byť podvedení, pretože ich zavalíte množstvom údajov, ktorým nerozumejú. Používajte prirovnania, nie odborné termíny. Napr. vetu „Táto batéria má kapacitu 1800mAh.“ nahraďte „Táto batéria vám pri bežnom využívaní vydrží 10 hodín.“ alebo namiesto údaje „100 gramov tuku“ ukážte ľuďom obrázok 2 hamburgerov, hranoliek a milkshaku.
- 5. Emócie** – Namiesto suchých faktov a grafov ukážte ľuďom fotografie, ktoré nielen pomáhajú ľuďom obsah pochopiť ale ho aj pomôžu prežiť. Napríklad namiesto

grafu so štatistikou vývoja pracovných úrazov ukážte ľuďom obrázok krvácajúceho prsta, do ktorého vložíte údaj o počte pracovných úrazov za minulý rok. Ostatné informácie vyplývajúce z grafu (napr. to, že je to zatiaľ najvyšší počet úrazov za sledované obdobie) môžete povedať ústne. Pozn: Ak by ste chceli dotiahnuť podprahové vnímanie do dokonalosti, porezaný prst by mohol smerovať mierne hore (naznačujúc rast počtu úrazov) a nepríjemné emócie podtrhnete číslom vyjadrujúcim počet pracovných úrazov v červenej farbe .



- 6. Príbeh** – Ľudia zbožňujú príbehy. Namiesto suchého prezentovania prúdu informácií spravte z prezentácie príbeh, v ktorom budete hlavnou postavou vy alebo ešte lepšie, diváci. Nechajte ich prežiť a precítiť to, čo im chcete povedať. Vytvorte zápletky, napínavé momenty a rozuzlenia. Takto si z vašej prezentácie zapamätajú oveľa viac. Napr. miesto prezentovania toho, že aj manažéri musia nosiť v montážnych halách a na stavbách prilbu im radšej povedzte príbeh o tom, ako jeden manažér šiel s kávičkou skontrolovať výrobu v hale a z 20m konštrukcie, kde sa robili nejaké opravy na zariadeniach na neho spadlo kladivo a rozbilo mu okrem šálky s kávou aj nohu (alebo ak z toho chcete spraviť veľký krvák tak môžete vymeniť nohu za hlavu).



Úlohy

1. Napíšte aký font (písmo a veľkosť), farebnú schému a štýl obrázkov by ste použili v prezentácii:
 - a. pre deti o dopravnej výchove
 - b. pre ženy o materstve
 - c. pre mužov o technike
2. Popíšte, aký obrázok a aký údaj by ste vložili do prezentácie k nasledovným štatistickým tvrdeniam:
 - a. Viac ako 50% manželstiev na Slovensku sa rozvádza z dôvodu rozdielnosti pováh manželov.

- b. Počet úmrtí spôsobených dopravnými nehodami v EÚ v roku 2010 predstavoval 6,5 na 100 000 obyvateľov.
- c. Zatiaľ čo v roku 1977 fajčilo 30 percent z celkového počtu mladých ľudí vo svete, v súčasnosti je ich už 60 percent.
- d. Operačný systém iOS 8 je takmer 2x nestabilnejší než iOS 7.
- e. Viac ako 50% všetkých Američanov skonzumuje 225g cukru za deň.

Ikony boli vytvorené autormi [Coucou](#), [Freepik](#), [Icons8](#) na stránke www.flaticon.com a boli licencované licenciou [Creative Commons BY 3.0](#).