

Tytuł oryginału: slide:ology. The Art and Science of Creating Great Presentations

Tłumaczenie: Maksymilian Gutowski

ISBN: 978-83-283-7916-9

Authorized Polish translation of the English edition of slide:ology, ISBN 9780596522346 © 2008 Nancy Duarte.

This translation is published and sold by permission of O'Reilly Media, Inc., which owns or controls of all rights to publish and sell the same.

© 2011, 2021 Helion SA.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from the Publisher.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz Helion SA dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne.

Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Helion SA nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Helion SA

ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice

tel. 32 231 22 19, 32 230 98 63

e-mail: onepress@onepress.pl

WWW: <http://helion.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres

<http://onepress.pl/user/opinie/slajdv>

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

Printed in Poland.

- [Kup książkę](#)
- [Poleć książkę](#)
- [Oceń książkę](#)

- [Księgarnia internetowa](#)
- [Lubię to! » Nasza społeczność](#)

Spis treści

PRZEDMOWA	12		
ROZDZIAŁ 1. Nowa wizja prezentacji slajdowych	21	ROZDZIAŁ 7. Zastosowanie elementów wizualnych: tło, kolor i tekst	133
ROZDZIAŁ 2. Twórz koncepty, nie slajdy	45	ROZDZIAŁ 8. Zastosowanie elementów wizualnych: obraz	177
ROZDZIAŁ 3. Diagramy	63	ROZDZIAŁ 9. Ruch	199
ROZDZIAŁ 4. Prezentacja danych	83	ROZDZIAŁ 10. Szablony a utrzymywanie porządku	223
ROZDZIAŁ 5. Designerskie myślenie	101	ROZDZIAŁ 11. Wystąpienie	237
ROZDZIAŁ 6. Rozmieszczenie elementów	111	ROZDZIAŁ 12. Manifest: pięć twierdzeń o udanych prezentacjach	271
		ŹRÓDŁA	282
		SKOROWIDZ	284



Twórz koncepty, nie slajdy

Znajdź inspirację

Współczesna komunikacja charakteryzuje się ulotnością. Usługi, oprogramowanie, inicjatywy, kreatywne przywództwo, zarządzanie zmianą, wizje działania przedsiębiorstwa — są to pojęcia bardziej abstrakcyjne niż konkretne i bardziej efemeryczne niż stałe. Samo w sobie nie jest to może złe, lecz przekazywanie tego rodzaju nieuchwytnych koncepcji wiąże się z trudnościami. Trudno podzielić się niewidzialną wizją.

Wyrażanie ulotnych koncepcji językiem obrazów, tak by można było je sobie wyobrazić i podjąć działania na ich podstawie, jest swoistą sztuką. Najlepiej jednak nie robić tego na komputerze, lecz na kartce papieru.

Po co właściwie przyjmować takie konserwatywne podejście? Dlatego, że oprogramowania do tworzenia prezentacji nie opracowano z myślą o pracy twórczej i graficznej.

Oprogramowanie ma być nośnikiem idei i zasobów, nie narzędziem do ich tworzenia.

Przygotowywanie treści wystąpienia w aplikacjach do tworzenia prezentacji jest pułapką, w którą ludzie często wpadają. Udany proces twórczy wymaga w rzeczywistości oddalenia się od technologii i wykorzystania środków ekspresji, z którymi każdy z nas się wychowywał, czyli długopisu, ołówka i kredek. Na tym etapie chodzi nie tyle o tworzenie obrazów, lecz pomysłów — *wielu* pomysłów. Mogą to być słowa, diagramy lub scenki. Mogą być dosłowne lub metaforyczne, ale przede wszystkim muszą wyrażać myśl, która za nimi stoi. Najlepsze jest to, że nie musisz sprawdzać, jak działają narzędzia graficzne i gdzie najlepiej zapisać plik. Masz już wszystko, czego potrzebujesz, więc nie utrzymuj, że nie umiesz rysować — po prostu wyszedłeś z wprawy. To oznacza, że możesz zgromadzić dużo pomysłów w stosunkowo krótkim czasie. I to jest właśnie główny cel pracy twórczej: opracowanie jak największej liczby konceptów.

© Bettmann/Corbis



Zmień otoczenie, gdy zabierasz się za pracę twórczą. Znajdź sobie jakieś inne miejsce niż biurko. Sposób, w jaki Salvador Dali dobierał sobie stanowiska pracy, może wydawać się dość nietypowy, ale następnym razem, gdy będziesz musiał napisać przemowę, połóż się w wannie z papierem i ołówkiem w dłoni. Kto wie — a nuż będzie lepiej.

*Może właśnie tutaj Dali
wymyślił swoje słynne
przeciekające zegary?*



Wykorzystywanie banalnych metafor prowadzi prostą drogą do porażki. Zamiast przystawać na zdjęcie uścisku rąk na tle globu, zmusz się do przedstawienia niestandardowych pomysłów, rozrysowując mapę myśli. Oto prosty przykład mapy traktującej o partnerstwie.

Pomysły często przychodzą same z siebie. To bardzo dobrze, ale nie spoczywaj na laurach i nie koncentruj się od razu na pierwszej lepszej koncepcji.

Rysuj dalej i zmusz się do przemyślenia kolejnych konceptów. Wymaga to dyscypliny i wytrwałości, zwłaszcza gdy ma się wrażenie, że problem został rozwiązany już po wynalezieniu pierwszego pomysłu. Zgłębiaj wyrazy i skojarzenia, aby znaleźć więcej pomysłów. Stosuj technikę tworzenia map myśli — zapisuj wyrazy i skojarzenia tak jak w przykładzie powyżej. Przedstawiciel pokolenia wychowanego w środowisku technologii komunikacyjnych może na tym etapie skorzystać z oprogramowania do tworzenia map myśli. Na najlepsze rozwiązania masz szansę wtedy, kiedy spośród wszystkich opracowanych pomysłów wyłoniśz cztery, pięć najciekawszych. Twórz nowe pomysły, nawet jeśli wydają się zupełnie abstrahować od tematu. Nigdy nie wiadomo, na co ciekawego trafisz.

Po opracowaniu szerokiego zbioru koncepcji wskaż te z nich, które przystają do wizji lub idei, które chcesz przekazać. W tym momencie ich forma jest mniej istotna niż to, czy mogą przekazać komunikat.

Poświęć na to wszystko czas i swoją energię twórczą, gdyż dzięki temu uzyskasz prezentację, która nie tylko zapadnie odbiorcom w pamięć, ale i zainspiruje ich do działania.

Pomysłowe karteczki samoprzylepne

Wielkie wynalazki rodzą się z połączenia nowej technologii z szerokim polem zastosowania. Karteczki samoprzylepne powstały, gdy naukowiec z firmy 3M nałożył warstwę słabego kleju na kartki, którymi pozaznaczał strony swojego śpiewnika, wykorzystywanego w ramach prób chóru w kościele. I tak narodziła się jedna z najpopularniejszych pomocy do prowadzenia burzy mózgów.

Dzięki karteczkom samoprzylepnym pomysły mogą zostać przez nas uchwycone, porządkowane i przedstawiane w miarę potrzeby.

Należy umieszczać po jednym pomysłem na karteczce. Poza tym używaj markera. Jeśli na jeden koncept potrzeba powierzchni większej niż wielkość karteczki i jeśli jego zapisanie wymaga

większej precyzji, niż marker może zapewnić — jest on zbyt skomplikowany.

Prostota to podstawa przejrzystej komunikacji. Ponadto karteczki samoprzylepne ułatwiają organizowanie treści, opracowywanie odpowiedniej struktury i układanie narracji. Wielu natomiast woli tworzyć bardziej tradycyjne scenariusze, w ramach których autorzy prezentacji mogą wyrażać pomysły linearnie i szczegółowo. Nie ma w tym nic złego. Nie chodzi tu o ustalenie jedynie słusznego trybu pracy, lecz zachęcenie Cię do tworzenia wielu nowych pomysłów — szybko.

Więcej o metodologii tworzenia zasobów znajdziesz na stronie Decker Communication (www.decker.com) i www.beyondbullets.com Cliffa Atkinsona.



Wskazówka

Gdy odbywasz burzę mózgów, nie poprzestawaj na pierwszym rozwiązaniu. Rozważaj różne inne możliwości. Nie oszczędzaj na karteczkach.

Niezależnie od tego, w jaki sposób prowadzisz burzę mózgów, pamiętaj o następujących wskazówkach:

Zasada #1:
Wstrzymaj się
przed ocenianiem
pomysłów

Zasada #2:
Otwórz się
na szalone
pomysły

Zasada #3:
Teraz liczy
się ilość,
nie jakość

Zasada #4:
Rozwijaj pomysły
przedstawione
przez innych

Zasada #5:
Każdy człowiek
i każdy pomysł
jest równie
wartościowy

Utworzywszy rozległą bazę pomysłów, sklasyfikuj je, podważaj ich zasadność i ostatecznie wydziel z nich podstawowy zestaw wartościowych konceptów, które trafią na podatny grunt.

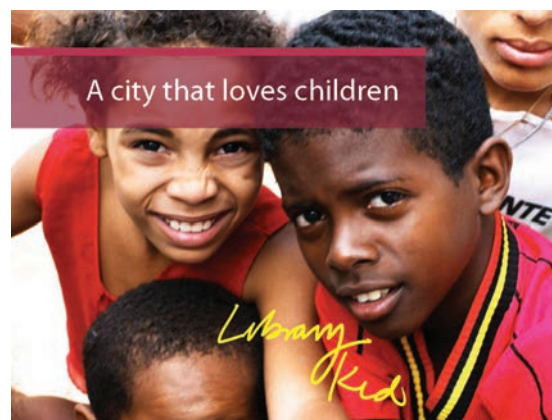
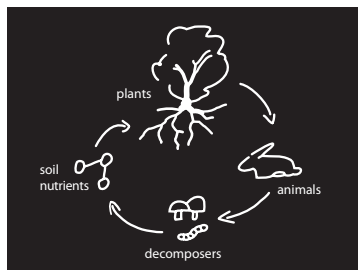
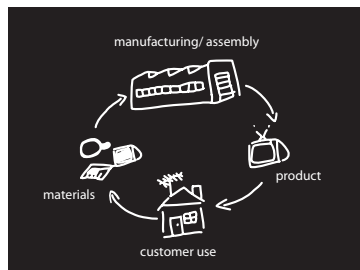
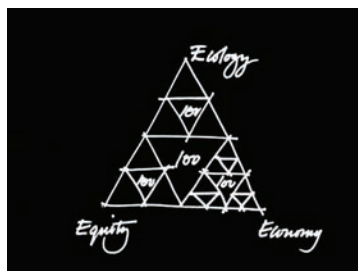
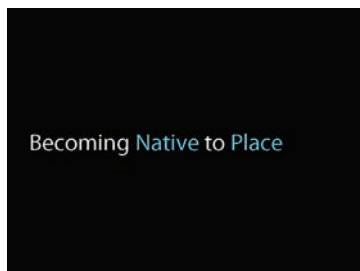
Na podstawie materiałów Infinite Innovations Ltd., www.brainstorm.co.uk. Wszystkie prawa zastrzeżone.

Studium przypadku: Bill McDonough

Szkicowanie na żywo

Bill McDonough lubi rysować na ekranie podczas wystąpienia na żywo, gdyż pozwala mu to na prowadzenie bezpośredniej interakcji z prezentowaną treścią.

McDonough podczas prezentacji często naciska klawisz B, aby zamiast slajdu otworzyć na ekranie czyste pole do rysowania, które może zapisać szkicami ze swojego tabletu. Wynika to z jego przekonania, że publiczność powinna przyswajać diagramy element po elemencie, a nie całe naraz. Swoje grafy często rysuje odręcznie. Skomplikowane diagramy bywają niejasne, wskutek czego sam przekaz przestaje być oczywisty. Dlatego McDonough rozrysowuje kolejne części diagramów podczas wystąpienia, aby zwrócić uwagę na mniej oczywiste punkty.



McDonough przeżył jeden z najwspanialszych momentów objawienia, gdy podczas obiadu Klubu Rotariańskiego towarzyszył kanclerzowi Uniwersytetu Vanderbilta. Kanclerz powstał i zapytał: „O co właściwie chodzi z amerykańskim systemem oświaty? Gdyby wejść do sali pełnej sześciolatków i spytać: »Kto z was potrafi rysować?«, wszyscy podnieśliby ręce i odpowiedzieli: »Ja umiem, mogę narysować wszystko«. Gdyby jednak wejść do sali pełnej magistrantów i spytać: »Kto z was potrafi rysować?«, mało kto powiedziałby, że umie. Co to za system?».

„Uważam, że rysowanie pozwala mi docenić swoje dzieciństwo i przeżywać je na nowo. Rysując na oczach publiczności, niewinnie i pełen nadziei otwieram się na innych ludzi. Rysowanie podczas prezentacji zwiększa zainteresowanie publiczności, a jeśli zdarzy ci się pomylić, to zostanie ci to przebaczone, ponieważ błędzić jest rzeczą ludzką”.

Bill McDonough
Autor i założyciel
William McDonough + Partners



Szkic na sukces

Szkicowanie leży u podstaw całego procesu twórczego. Wykorzystuj wstępne pomysły, udoskonalaj je, reorganizuj i rozrysowuj od nowa, aż uzyskasz opowieść.

Tworzenie scenorysów może się wydawać trudne. Oto co Dave Gray, założyciel XPLANE, ma do powiedzenia o sztuce rysowania ludzików.

- 1 Rysowanie ludzika często zaczyna się od głowy. Jest to błąd. Jako że taki ludzik przedstawia prawdziwego człowieka, należy go narysować według tego, jak postać ludzka jest postrzegana. Co najpierw widzisz, gdy patrzysz na kogoś z oddali? Niemal na pewno jest to ciało — jego ruch i środek ciężkości. Rozpoczęcie rysowania od ciała pozwala uchwycić esencję gestu, który ludzik ma wyrażać.
- 2 Po narysowaniu ciała znajdującego się w pożądanej pozie narysuj kółko, które posłuży za głowę. Położenie głowy względem ciała ma fundamentalne znaczenie. Radość, trwogę, szybkość i powolność można odzwierciedlić, odpowiednio dobierając położenie głowy w stosunku do ciała. Przyjrzyj się ludziom, gdy wykonują codzienne czynności, a sam się przekonasz co do słuszności tego stwierdzenia.
- 3 Narysuj twarz. Wystarczy uśmiech lub wyraz irytacji. Nakreślenie małego nosa pomaga z kolei wskazać, w którą stronę twarz jest zwrócona, co bywa szczególnie ważne, gdy pokazuje się interakcję dwóch ludzików.
- 4 Dorysuj nogi, które w określaniu pozy są ważniejsze niż ręce. Energia rzutu piłką do koszykówki tak naprawdę bierze się z nóg, a nie z rąk — obejrzyj mecz koszykówki, żeby się o tym przekonać. Patyczkowy ludzik tak samo czerpie swoją energię z nóg. Dorysuj owalne stopy, aby dodatkowo „uziemić” ludzika.
- 5 Na koniec dorysuj ramiona i dokończ pozę, którą zacząłeś rozrysowywać od nóg.



Wskazówka

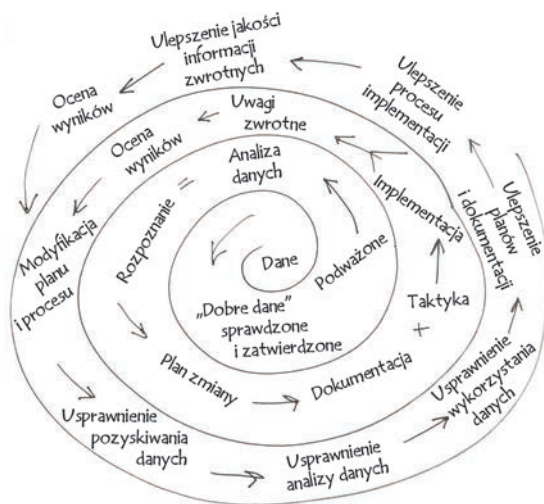
Usiądź w jakimś miejscu publicznym i spróbuj uchwycić pozy ludzi w postaci rysunków patyczkowych ludzików. To świetny sposób na udoskonalenie swoich umiejętności obserwacji.



Nie przejmuj się jakością swoich szkiców. Powyżej widać trzy rysunki mojego autorstwa, w których ukazałam różne aspekty jedzenia drugiego śniadania. Wszystkie dotyczą jednej rzeczy, ale wyraźnie się od siebie różnią. Pierwszy szkic sam mi się nasunął, ale po chwili zastanowienia wpadłam na dodatkowe, potencjalnie lepsze pomysły.

Nad przejrzystością pracuj z innymi

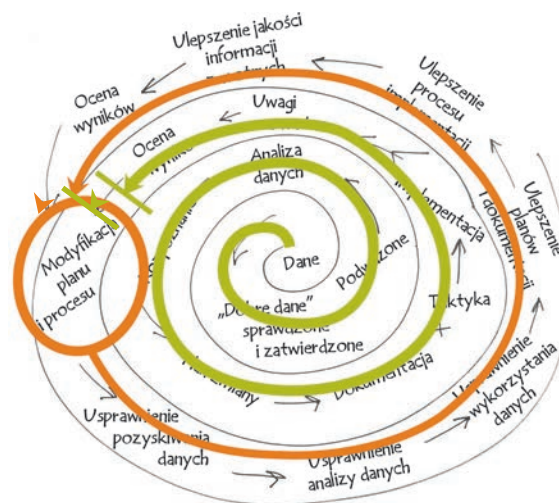
Idee często wydają się jasne i proste w głowach swoich twórców, ale bywają też zupełnie niezrozumiałe dla innych ludzi. Dlatego właśnie należy rozważać wiele sposobów wizualizacji pomysłu. Nie opieraj się zresztą w komunikacji wyłącznie na słowach, lecz rysuj to, co widzisz, gdy mówisz.



CO POWIEDZIAŁ

Członek kadry kierowniczej wizualizował swój tok myślenia przy użyciu takiego diagramu. Można go potraktować jako spiralę lub odczytywać linearnie.

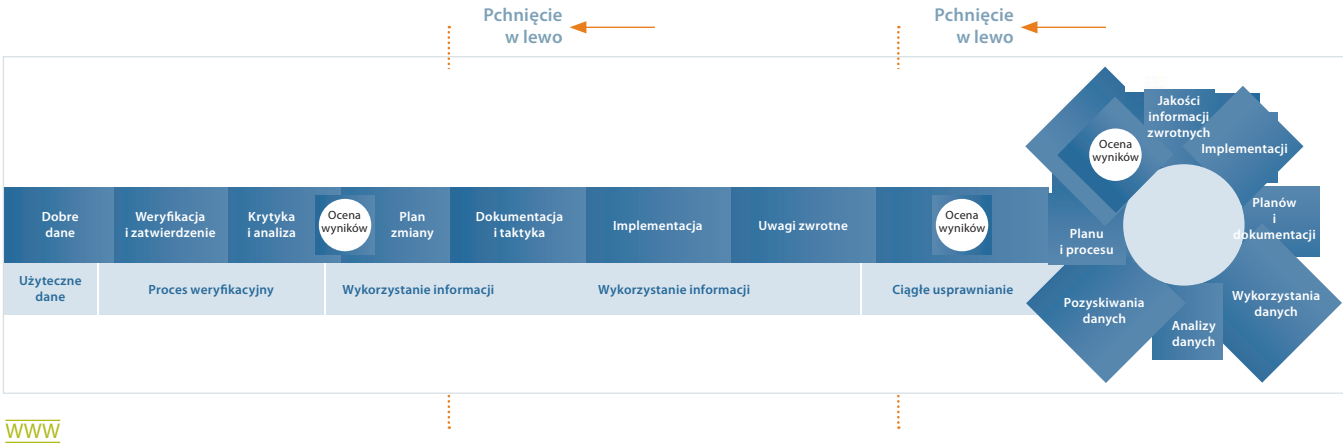
Przeprowadź następnie jednego, dwóch współpracowników przez swoje szkice. Poleć im nie tylko słuchać Cię, ale także oceniać, czy szkicom udaje się przekazać sens Twojej wypowiedzi. Jeżeli zgubią się w toku prezentacji treści, każ im zadawać pytania dotyczące kwestii wymagających wyjaśnienia lub poleć, żeby samodzielnie rozrysowali wizualizację Twojego konceptu.



CO MIAŁ NA MYŚLI

Po rozważeniu zamysłu pracownika wydzielono dwie sekwencje myślowe. Proces zaczyna się od linearnego ciągu, który odchodzi od środka spirali, ale po dotarciu do etapu „Modyfikacja planu i procesu” proces ulega zapętleniu.

- Jednorazowy element procesu
- Powtarzający się cykl



WWW

CO STWORZYŁ DESIGNER

Sekwencję rozciągnięto na trzy slajdy. Wykorzystanie przejścia w postaci wypychania slajdu w lewo pozwoliło ukazać ten wieloaspektowy proces. Treść znajdującą się pod zieloną kreską na poprzedniej ilustracji, czyli linearny ciąg myślowy, umieszczono na pierwszych dwóch slajdach powyżej. Trzeci slajd odnosi się do pomarańczowej linii, którą oznaczono zapętlony obieg. Rozłożenie treści na trzy slajdy zwiększyło czytelność i pozwoliło odpowiednio skoncentrować się na wszystkich fazach procesu.

Wskazówka

Prezentację należy przetestować na współpracownikach przed wykorzystaniem jej w prawdziwych wystąpieniach.



Mitchell Baker
Prezes Mozilli

Studium przypadku: Mitchell Baker

Jak wykorzystać obraz wart tysiąca słów

Stare powiedzenie o wartości jednego obrazu wymyślono jeszcze przed czasami globalizacji. We współczesnym, wielojęzycznym świecie nie należy przyjmować założenia, że komunikat wystarczy przekazać po angielsku. Jak nigdy przedtem idee należy przekazywać za pośrednictwem bardziej uniwersalnego medium.

Trudno o lepszy przykład tego zjawiska niż prezentacja Mitchell Baker na ekspozycji CeBIT Australia. Jako CEO Mozilli, pioniera w dziedzinie open source, Baker musiała nawiązać kontakt z ponad 3000 uczestnikami z kilkunastu różnych krajów, dbając przy tym, by sens jej przekazu nie uległ zatraceniu w przekładzie z języka na język.

Podczas tejże konferencji grafika posłużyła za nośnik przekazu, pozwalając Mitchell przeprowadzić swoją narrację tak, jak chciała, i tak, by przekaz zachował swój sens w innych językach i kontekstach kulturowych.

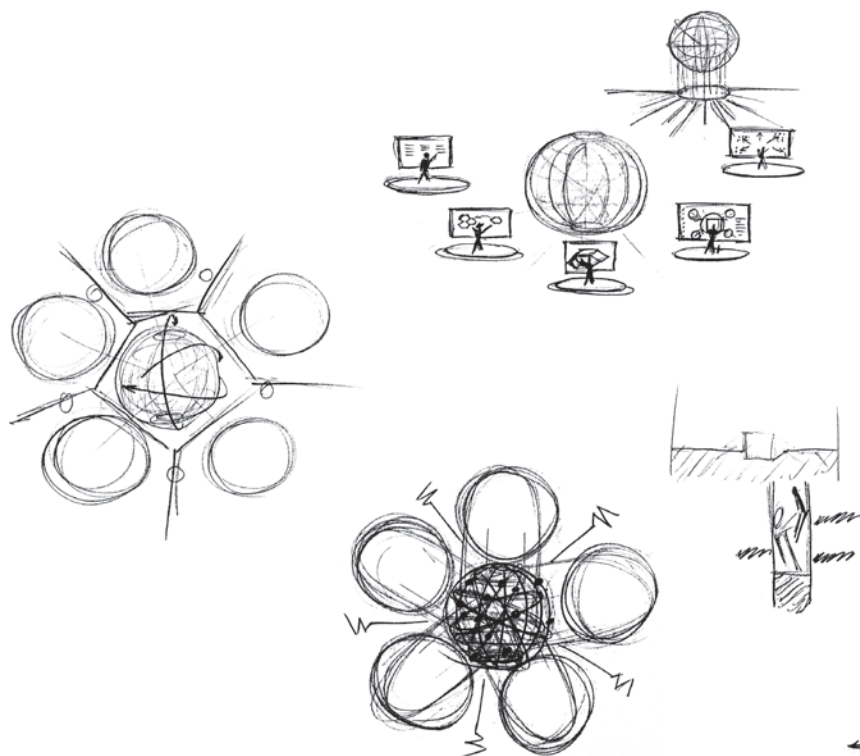
Metodologia komunikacji międzykulturowej

- 1 Używaj obrazów neutralnych kulturowo. Obrazy są uniwersalnie zrozumiałe — słowa nie są. Zamiast wypełniać slajdy wypunktowanymi listami, poeksperymentuj z podejściem wizualnym.
 - 2 Używaj skrajnie uproszczonej grafiki. Nie wszyscy czytają od lewej do prawej. Uproszczenie jest nieodzowne. Treść możesz animować, by pojawiała się stopniowo, a publiczność wiedziała, w którą stronę należy ją odczytywać.
 - 3 Nawiąż kontakt ze swoją publicznością. Szczegółowe scenariusze doskonale utrudniają prezynterom osiągnięcie tego rodzaju łączności. Slajdy powinny zapewniać prezynterowi strukturę wystąpienia bez narzucania ograniczeń co do stylu i kwestii, o których trzeba wspomnieć.
-

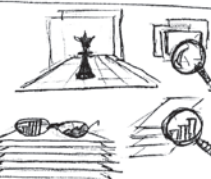
Udana prezentacja powinna przekraczać barierę językową, geograficzną i kulturową. Prawda to prawda, niezależnie od języka.

Rozrysowywanie pomysłów przy użyciu diagramów

Gdy próbujesz uchwycić swoje słowa w obrazach, twórz kilka ogólnych szkiców dla każdego konceptu. W tym przykładzie kształty i relacje są istotne, podobnie jak włączenie postaci ludzkiej do kompozycji. Dlaczego? Prezenter musiał pokazać, że przy zarządzaniu procesem produkcji oprogramowania jest również konieczne zarządzanie procesami, w jakich uczestniczą sami ludzie.



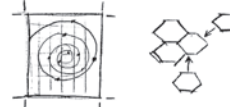
Analýza



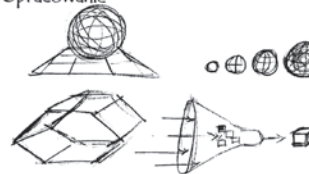
Konzept



Projekt



Opracowanie



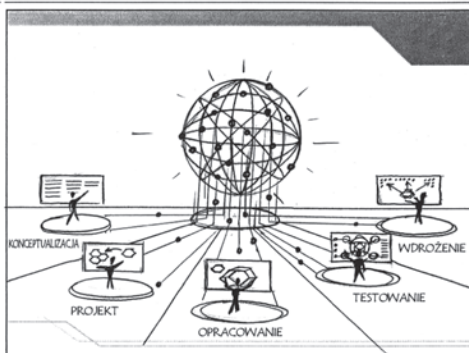
Testowanie



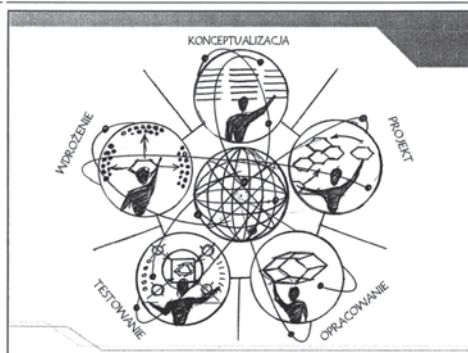
Wdrożenie



A



B



Obydwa szkice ilustrują tę samą koncepcję. Pierwszy odrzucono, ponieważ nadmiernie gloryfikował system zarządzania — zamiast skoncentrować się na tym, jak deweloperzy pracują.

Realizacja



Nie jesteś sam



Zdjęcia różnych pracowników nadają prezentacji ludzkiego wymiaru. W pierwszej sekwencji wszyscy kolejno patrzą na siebie nawzajem, wskazując, że porozumiewają się za pośrednictwem zarządzanego systemu. W drugiej sekwencji ci sami pracownicy wykonują swoje zadania, pozostając jednocześnie ze sobą w kontakcie dzięki funkcjom zarządzania środowiska deweloperskiego.

www

Szkicowanie opracowanych pomysłów

Skoro przygotowałeś już kilka pomysłów, rozrysuj związane z nimi obrazki i scenki. Te szkice będą stanowić punkt wyjścia do tworzenia nowych koncepcji.

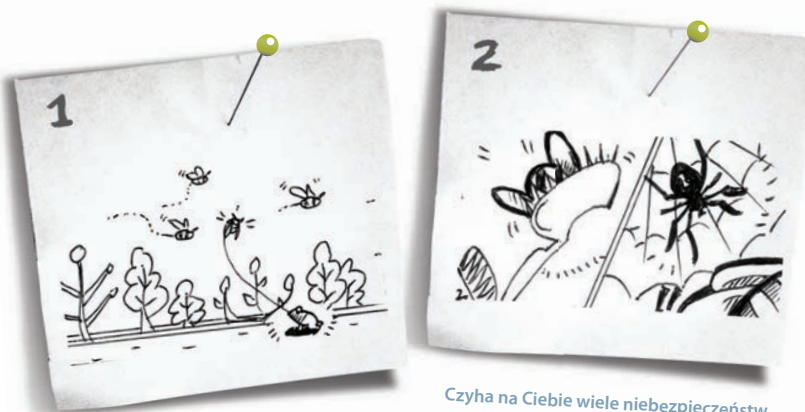
Same szkice należy tworzyć szybko i śmiało. Właściwie powinny to być raczej luźne bazgroły. Przeszukaj archiwa stockowe (tj. serwisy prowadzące sprzedaż zdjęć do wykorzystania w celach komercyjnych), czasopisma, a nawet serwis YouTube w poszukiwaniu obrazów i scenek, do których można się odnieść przy rysowaniu. Utwórz możliwie najwięcej obrazków, mając stale wzgląd na układ slajdów — elementy muszą ze sobą współgrać w uprzednio określonej strukturze. Szkicowanie służy w tym wypadku do weryfikacji jakości koncepcji, gdyż od razu widać, które pomysły są zbyt rozbudowane, wymagają nadmiernego nakładu czasu lub są zbyt kosztowne.

Nie powstrzymuj się przed odrzucaniem niektórych koncepcji — w końcu po to właśnie przygotowałeś ich tak wiele, a ostatecznie i tak będziesz musiał zdecydować się tylko na jedną z nich. Nie ma w tym nic złego. Designerzy traktują taką eliminację jako niezbędny i ważny etap procesu twórczego.

Niektóre z opracowanych pomysłów mogą wymagać rozłożenia wielu scen na kilka slajdów zamiast podania wszystkich informacji na jednej zbiorczej grafice. Czasami jednak wystarczy stworzyć jeden idealny obraz lub diagram. Nadanie swojemu pomysłowi formy, w której można go sprawnie przekazać, wymaga manipulacji obrazem, utworzenia stosownej ilustracji lub nagrania krótkiego filmu. Skoncentruj się na koncepcie, który najlepiej oddaje Twój przekaz, a nie na tym, który najłatwiej zrealizować.

Na podstawie Twojego szkicu innym osobom może być trudno wyobrazić sobie całokształt wizji. Podanie obrazów reprezentujących ogólny nastrój, jaki ma charakteryzować ukończoną grafikę, często pomaga w objaśnieniu sensu.

© iStockphoto.com/Holly Jones

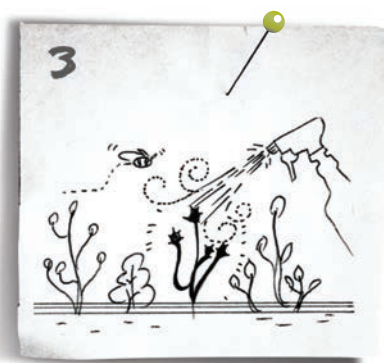


Scenariusz: Ogród, jakim jest internet, bywa niebezpieczny i nigdy nie wiesz, kiedy — MLASK! — coś złego może się zdarzyć.

Czyha na Ciebie wiele niebezpieczeństw, więc musisz dołożyć wszelkich starań, żeby przetrwać.

Przejrzyj teraz swoje szkice z jednym, dwoma współpracownikami. Niech powiedzą, jakie rozwiązania sprawdzą się, mając na względzie skład publiczności i Twój styl prezentowania. Ich uwagi prawdopodobnie przysłużą się ulepszeniu Twojej koncepcji.

Następny etap jest nieco trudniejszy. W zależności od tego, jaki koncept uznałeś za najlepiej dostosowany do przekazania swojej wizji, Twoje umiejętności mogą okazać się niewystarczające, żeby zrealizować go w formie prezentacji cyfrowej. Przygotuj się na zaangażowanie designera do pomocy — możemy chyba założyć, że masz kogoś takiego do dyspozycji? W skorzystaniu z pomocy profesjonalisty nie ma nic złego. Celem jest zakomunikowanie wizji skutecznie i bez względu na to, czy Twoje umiejętności wystarczą do realizacji całości projektu.



Gdyby jednak ktoś się Tobą opiekował? Pozbywał się utrapień i eliminował potencjalne zagrożenia, nim te stałyby się poważnym problemem?



Z tą myślą stworzyliśmy nasze oprogramowanie antywirusowe, które eliminuje zagrożenia i chroni Twoje dane, abyś mógł spokojnie zająć się swoją pracą.

Wskazówka

Uzupełniaj swoje zasoby wizualne i konceptualne, oglądając filmy, odwiedzając muzea i czytając publikacje o designie.



Skorowidz

A

Adobe 9, 122
animacja 30, 57, 59, 60, 99, 165, 174, 175, 187, 190, 200-209, 214, 220
Apple 9, 18, 102, 148, 160, 172
Atkinson Cliff 9, 48

B

Baker Mitchell 56, 57
Bates Barbara 9
biały ekran 250, 251
Bolte-Taylor Jill 19, 266, 267
Brodnitz Dan 9
Buckingham Marcus 23
burza mózgów 48, 49, 196
BzzAgent 158

C

Caballero Suzanne 9
Chick-Fil-A 9
Cisco 9, 38, 39, 189
Citrix 9, 29, 216
Cummings Elaine 9
cykliczność 65, 66
czarny ekran 50, 250
czcionka *Patrz*: krój pisma

D

De Luca Guerrino 214
Decker Bert 9
Decker Communication 48
design 22, 102, 103, 108, 128, 130, 139, 163, 224, 248
designer 8, 12, 55, 60, 61, 99, 103, 104, 112, 115, 120, 122, 130, 131, 155, 159, 160, 181, 182, 228, 232, 246

diagram 31, 64, 117, 159, 192, 232
abstrakcyjny 66, 68
cykliczny 66
drzewo 65, 68
dywergencja 67
komplementarny 70
konkretny 66
konwergencja 67
linearny 66
obrazowy 66
prezentacja danych 76
promienie 72
tablica 65, 68, 89, 94, 117
warstwa 65, 69
wielokierunkowy 65, 67
współdziałanie 78
wykres 14, 31, 76, 77, 87, 89, 90, 91, 92, 94, 96, 97, 232, 233
zagnieżdżanie 65, 71, 78
zbiór 65, 70, 78
drzewo, 68
Duarte Design 8, 19, 160, 196, 220, 252, 253
Duarte Mark 9, 12
Duarte Nancy 9, 12
Dyson 102
dystrybucja 65, 77
dywergencja 65, 67

E

Electronic Arts 9
emfaza 92, 93
Endicott Jim 9, 30

F

Few Stephen 9, 87
Fitzgerald Dennis 9

flipchart 15, 250, 260, 262
font *Patrz*: krój pisma
Food Network 9
fotografia 178, 180, 181, 183, 184, 185, 187, 232

G

Godin Seth 26
Google Docs 234
Gore Al 9, 15, 18, 106
grafika 12, 30, 31, 57, 60, 80, 108, 120, 130, 140, 142, 156, 192, 226, 233, 258, 266
Graham Martha 268
Gray Dave 52

H

harmonogram 33
Harrison Scott 19
Healthy Waters 98, 265
Hewlett Packard 9, 228
HGTV 9
hierarchia 24, 31, 68, 69, 108, 112, 113, 118, 130, 156, 205
Horn Robert 125
Horne Bob 9

I

ilustracja 178, 186, 188, 190, 192
infografika *Patrz*: informacja wizualna
informacja werbalna 26
informacja wizualna 26, 30, 31, 40, 57, 77, 87, 156, 190, 195, 279
Intel 9
International Communications Industries Association 23
internet 30, 33, 60, 185, 249, 258, 261
Intuit 9

J

Jobs Steve 18, 166
Justice Rick 38, 39

K

karteczki samoprzylepne 33, 48, 64
Kastlova Michaela 8
Kawasaki Guy 172, 254
kerning 167
Keynote 148
Kleiner Perkins 9
kolor 31, 92, 95, 96, 97, 108, 114, 115, 122, 130, 134, 139, 146, 148, 150-159, 163, 165, 180, 182, 195, 204, 226, 229, 233
koło barw Isaaka Newtona 149
komplementarność 65, 70
kompozycja 142, 181
konferencja Technology, Entertainment, Design *Patrz*: TED
kontrast 92, 93, 108, 112, 114, 115, 150-156, 159, 195, 205
konwergencja 65, 67
krój pisma 162-169, 171, 172, 174, 175, 181, 226

L

Lessig Lawrence 256
ligatura 167
Lincoln Abraham 17
lista wypunktowana 57, 99, 160, 164, 165, 168, 170, 171, 214, 227, 262
Logitech 9, 214
logo 24, 137, 156, 226

M

Macias Diandra 8
Magee Mike 194
mapy myśli 47, 241

marka 24, 31, 104, 105, 120, 122, 135, 136, 139, 146, 158, 161, 171, 220, 224, 226, 228, 229, 230, 232
McCloud Sky 19, 256
McCloud Scott 256
McDonough Bill 50, 51, 244
McDonough William 9, 51
Medtronic 9
Microsoft 9, 148
Moon Michael 8
Mozilla 9, 56, 184

N

narracja *Patrz*: informacja
NetIQ 9
Newton Isaak 149
NOAA 9
Nortel 9
Nunes Catherine 9

O

obraz 178, 180, 181, 229
odbiorca 12, 15, 19, 24, 25, 26, 27, 30, 33, 34, 35, 36, 39, 47, 80, 86, 88, 103, 106, 108, 112, 114, 117, 119, 145, 146, 154, 244, 256, 261, 268, 269, 273, 277, 279, 281
Ortberg John 19, 262

P

paleta barw *Patrz*: kolor
Patagonia 9
Pecha Kucha 246, 248
perspektywa 30, 97, 116, 141, 143, 245
Peyton Sara 9
Pfizer 9
Pink Dan 258

pomoce wizualne 14
Post Dan 8, 196
Post It *Patrz*: karteczki samoprzylepne
postać 36, 52, 58, 80, 125, 180, 207
PowerPoint 15, 148, 152, 164, 210, 215, 238, 250, 254
proces 32, 36, 47, 52, 54, 58, 60, 65, 66, 74, 78, 190, 205, 218, 219,
Procter & Gamble 102
Proehl Andy 19, 248
projektor *Patrz*: rzutnik
prompter 27, 238, 243
przekaz 29, 30, 31, 40
publiczność *Patrz*: odbiorca

R

Rand Paul 115
Rare 218
realizacja wystąpienia 30, 31, 39, 61, 106
Reynolds Garr 9, 19, 26, 109, 128, 239, 258
Ricci Ron 9
rysowanie 50, 52, 58, 79
rzutnik 15, 152, 153, 155, 156, 250, 254, 260, 261

S

SAP 9
Sarpa Mark 9
scenariusz *Patrz*: scenorys
scenorys 31, 33, 40, 48, 52, 57, 202
sekwencja 65, 78
Sheri Benjamin 9
siatka 14, 92, 95, 120, 123, 139, 142, 143, 181, 226, 229, 233
slajdument 26, 27, 164
struktura 31, 33, 39, 65, 68, 119, 240
SunPower 9
Symantec 9
szablon 31, 136, 138, 164, 212, 224, 226-235, 238

T

tabela *Patrz*: diagram – tablica
tablica *Patrz*: diagram – tablica
Target 102
technologia 39, 46, 214, 260, 264
TED 8, 246, 264, 267
tekst 14, 26, 27, 31, 99, 108, 114, 115, 118, 120, 134, 156, 160, 161, 204, 205, 233, 238, 240, 241, 242, 254, 255, 264
tekstura 14, 136, 192, 195
TelePresence Cisco 39
Templeton Mark 28, 29
Tesch Paula 8
TiVo 9
tło 92, 108, 128, 134, 136, 138, 144, 145, 152, 250
tracking 167
trend 65, 76
Tufte Edward 15, 87, 94, 115
typografia 160, 161, 166, 169, 175

V

Van Sijll Jennifer 9, 206, 207
Vantage Point 9

W

Wall Street Journal 18
Walthers von Alten Judy 9

warstwa 65, 69
Webb Andrey 9
WebEx 9
Weiss Steve 9
Weissman Jerry 9, 116, 171
Wells Fargo 9
wideo 37, 196, 206, 260
Wilkinson Ashley 9
współdziałanie 78
www.beyondbullets.com 48
www.charitywater.org 264
www.decker.com 48
www.pechakucha.org 246
www.slideology.com 19
www.slideshare.net 258
www.ted.com 246, 267,
wykres *Patrz*: *diagram* - wykres
wypychanie 42, 55, 210-213

X

XPLANE 52
zdjęcie *Patrz*: fotografia

Z

zagnieżdżanie 65, 71, 78
zbiór 65, 70, 78
ZS Associates 40

PROGRAM PARTNERSKI

— GRUPY HELION —

- 
1. ZAREJESTRUJ SIĘ
 2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
 3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA
Helion 



Nancy Duarte jest dyrektorką Duarte Design, jednej z największych prowadzonych przez kobiety firm designerskich w Dolinie Krzemowej. Z jej usług korzystają giganci z listy Fortune 500, w tym m.in. Adobe, Cisco, Google i Hewlett-Packard. Duarte Design jest powszechnie znana jako lider w dziedzinie koncepcyjnego i wizualnego opracowywania prezentacji.

Naucz się przemawiać obrazami i nie popełniaj slajdobójstwa!

Ludzie w większości są wzrokowcami — najsilniej przemawiają do nas obrazy. Wiemy o tym, lecz przygotowując prezentację, zbyt często traktujemy obraz li tylko jako ozdobny dodatek do treści. Tymczasem umiejętność prowadzenia porywającej narracji wizualnej bywa nieodzowna w pracy, szczególnie na niektórych stanowiskach. Dyrektor, menedżer czy trener wiedzą, że od tego, co i jak przekażą słuchaczom, może zależeć stan ich konta, awans, a czasami nawet sytuacja rynkowa firmy, w imieniu której przemawiają!

Prezentacje to dziś jedno z podstawowych narzędzi komunikacji biznesowej. Dobrze opracowana i przeprowadzona prezentacja niesie ze sobą nieodparcie atrakcyjną moc przekazu. Z tej książki dowiesz się, jak opracowywać koncepty, przekładać je na język obrazów, przekazywać treści w naturalny, właściwy dla Ciebie sposób. Znajdziesz tu także inspirujące projekty graficzne oraz omówienia przykładów wykorzystania prezentacji przez międzynarodowe firmy.

- Jak nawiązać kontakt z różnymi grupami odbiorców?
- Jak zrozumiale zilustrować abstrakcyjne myśli?
- Jak szkicować, kreślić i wzmacniać przekaz diagramów?
- Jak tworzyć grafikę, która ułatwi publiczności przyswajanie informacji?
- Jak wybierać odpowiednie środki do prezentacji danych?
- Jak przygotowywać prezentacje, które naprawdę inspirują?
- Jak skutecznie wykorzystywać oprogramowanie do prezentacji?

***Slajd:ologia** jest książką równie piękną, jak mądrą — inspirującą i praktyczną zarazem. Jeśli ją przeczytasz i przyswoisz sobie jej cenne rady, nauczysz się projektować i wygłaszać prezentacje, które odbiorcy zauważą i zapamiętają na długo. Być może uda Ci się nawet stworzyć prezentację, która zmieni cały świat.*

Garr Reynolds

Od publikacji książki Nancy nie ma już wymówki dla długich, nudnych i bezużytecznych prezentacji.

Guy Kawasaki

Ta książka zapiera dech w piersiach! Nancy napisała od dawna upragniony fachowy przewodnik po sztuce i rzemiośle tworzenia prezentacji. Jeśli traktujesz tę tematykę poważnie, musisz zgłębić tę książkę, aby móc w ogóle marzyć o daniu z siebie wszystkiego. Przestudiuj ją, wykuź na pamięć i podziel się nią z innymi.

Seth Godin

O'REILLY®

onepress



Księgarnia internetowa:
<http://onepress.pl>



HELION SA
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice
tel.: 32 230 98 63
onepress@onepress.pl

książkiklasybusiness

Sprawdź nasze szkolenia!



AKADEMIA IT & BUSINESS

HELIONSZKOLENIA.PL

ebook dostępny na:

ebookpoint



ISBN 978-83-283-7916-9



9 788328 379169

Cena: 69,00 zł