

Mina
5
budskap

PowerPoint
är inte ett
självändamål.

Varje föreläsare
har sin
personlighet.

Perceptionen
& motivationen
är begränsad.

Bilderna
ska göras
enkla.

En föreläsning
är en
föreställning.

1

PowerPoint
är inte ett
självändamål.



TRÖTTSAMT! Enligt forskarna är powerpoint en ineffektiv presentationsteknik, som tröttrar ut lyssnaren. Här ser även föredragaren själv, Stockholms oppositionsborgarråd Carin Jämtin, lite småsömnig ut. Foto: HANSSCH/ANESMARK

Forskare: Powerpoint är värdelöst

Människor får svårt när informationen kommer både muntligt och skriftligt

Kommer du inte ihåg något från chefens powerpoint-presentation? – Ingen fara, det gör ingen – powerpoint är nämligen värdelöst.

Att börja titta på klockan och gaspa så fort chefen sätter i gång powerpoint-presentationen är inget konstigt beteende – snarare högst mänskligt.

Det menar Australiensiska forskare som har kommit fram till att powerpoint och människor inte går ihop, skriver sajten IDG.

Problemet är att vi människor har svårt att få till det när information kommer samtidigt i både muntligt och skriftligt form.

John Sweller från New South Wales universitet är mannen bakom studierna och det är hans forskning på processer i hjärnan som lett fram till resultatet.

Han tycker såklart att powerpoint-presentationer är en katastrof, men säger att det går bra att visa upp diagram medan man pratar, eftersom informationen då uttrycks i en annan form.

Aftonbladet
15 april 2007



Wired 15 april 2007

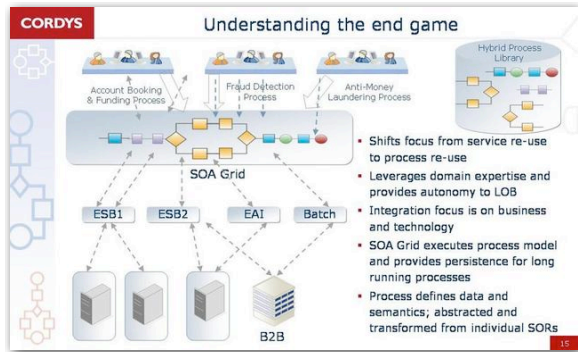


Wikipedia september 2009

Utvecklingsbehov

IT
BYGG
OCH
FASTIGHET
2002

- Integrering/samordning med sbXML och FI2002
- Utvecklad koppling mot produktmodeller/IFC
- Strukturerat dokumentinnehåll, samordning med BEAST
- För att koma vidare måste man gå i clinch med implementering. Ett samlat implementerings-projekt kan vara värdefullt för att testa, men mindre målinriktade fall på flera täter kan vara mer utvecklande.
- Konkret överföring från A till B är villkor för att utvärdera och utveckla standarden
- Projektavslut, insamling av info för drift och underhåll
- Arkiveringsfrågor: enkla metoder för att klara historisk dokumentation, begrepp, format
- Redskap för registrering, kommunikation, verifiering



Forskning om socialt arbete...

- Gorey, K. M. (1996). Effectiveness of social work intervention research: Internal versus external evaluations. *Social Work Research*, 20, 119–128.
- de Smidt, G. A., & Gorey, K. M. (1997). Unpublished social work research: Systematic replication of a recent meta-analysis of published intervention effectiveness research. *Social Work Research*, 21, 58–62.
- Reid, W. J. (1997). Evaluating the dodo's verdict: Do all interventions have equivalent outcomes? *Social Work Research*, 21, 5–16.
- Gorey, K. M., Leslie, D. R., Morris, T., Carruthers, W. V., John, L., & Chacko, J. (1998). Effectiveness of case management with severely and persistently mentally ill people. *Community Mental Health Journal*, 34, 241–250.
- Gorey, K. M., Thyer, B. A., & Pawluck, D. E. (1998). Differential effectiveness of prevalent social work practice models: A meta-analysis. *Social Work*, 43, 269–278.
- Gremier, A. M., & Gorey, K. M. (1998). The effectiveness of social work with older people and their families: A meta-analysis of conference proceedings. *Social Work Research*, 22, 60–64.
- Reid, W. J., Kenaley, B. D., & Colvin, J. (2004). Do some interventions work better than others? – A review of comparative social work experiments. *Social Work Research*, 28, 71–81
- Rizzo, V. M., & Rowe, J. M. (2006). Studies of the cost-effectiveness of social work services in aging: A review of the literature. *Research on Social Work Practice*, 16, 67–73.



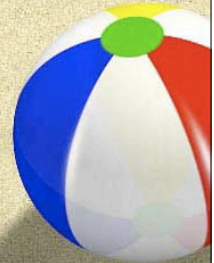
**Sir Winston
Churchill**
1874–1965

We shall fight ...

- in France
- on the seas and oceans
- with growing confidence and growing strength in the air
- on the beaches
- on the landing grounds
- in fields and in the streets
- in the hills.



Bottom line: We shall never surrender!!!



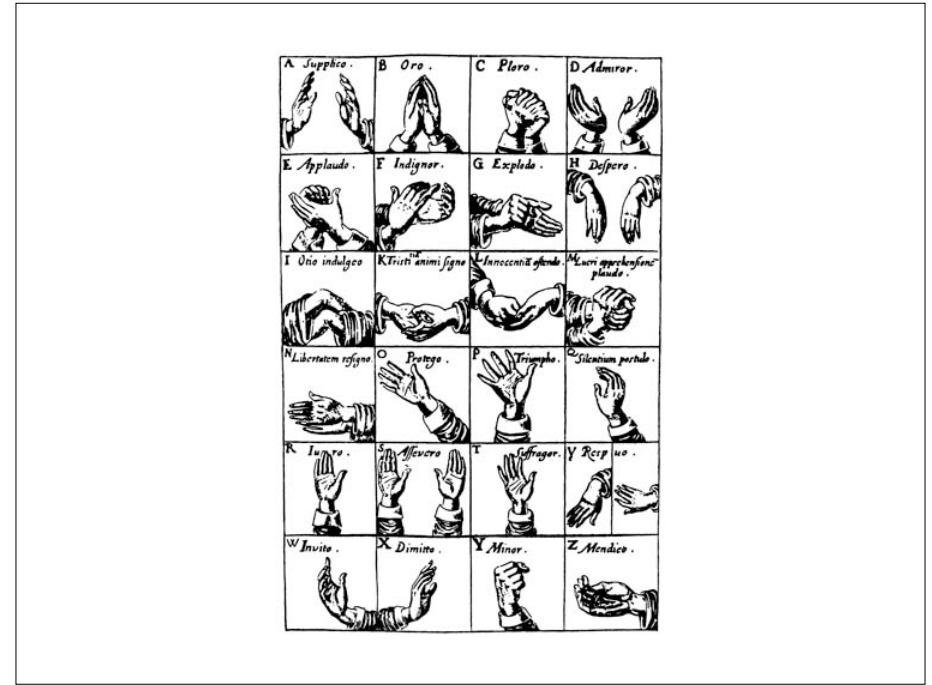
Kom ihåg:
människor är
intressantare
än ljusbilder.

2

Varje föreläsare
har sin
personlighet.







Perceptionen & motivationen är begränsad.

”Men om du inte kan uttrycka allt som du föreställt dig i dina tankar, om du inte kan visa och bära fram det till åhörarna, ja då är all tidigare möda överflödig, det är som att låta ett svärd förbli nedstucket i sin skida.”

Quintilianus

Kosslyn's 3 goals

- ▶ Connect with your audience.
- ▶ Direct and hold attention.
- ▶ Promote understanding and memory.

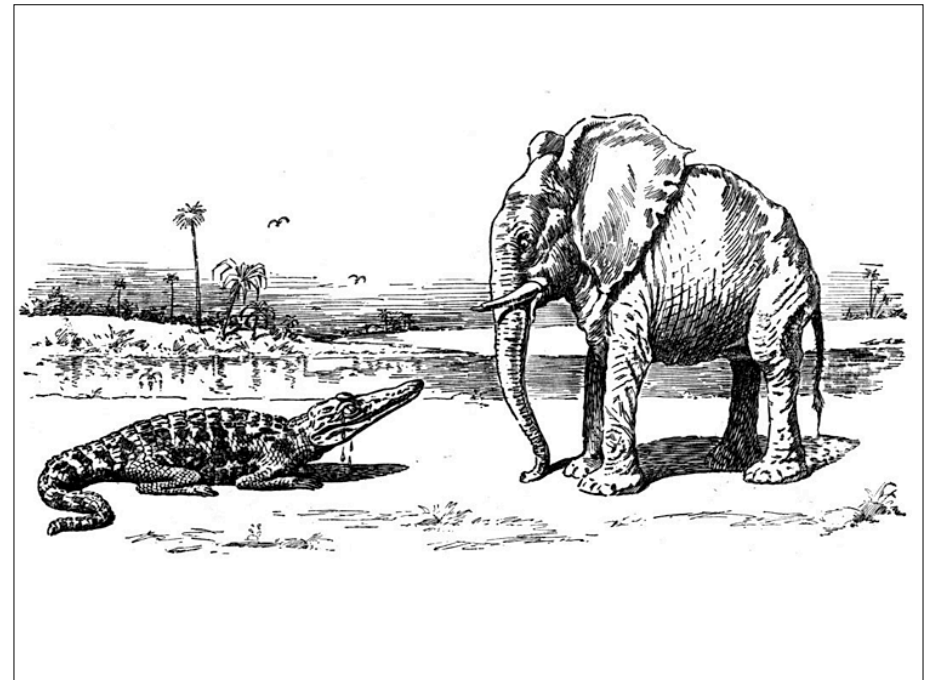
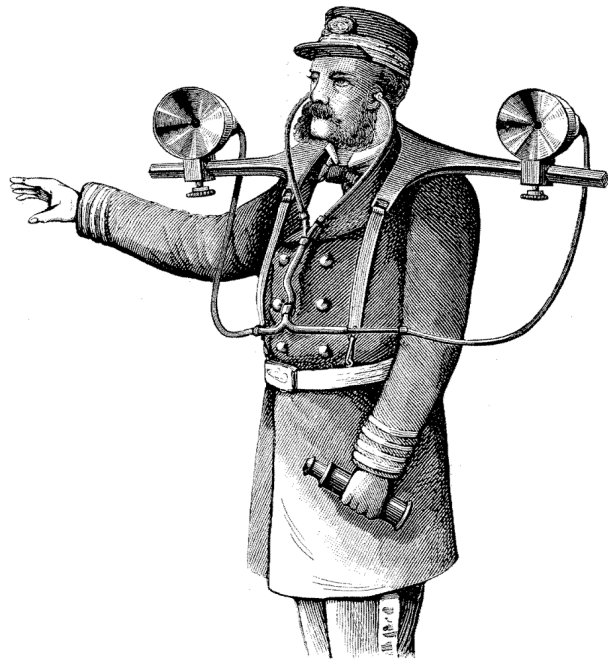
Kosslyn's 8 principles

- ▶ Relevance
- ▶ Appropriate knowledge
- ▶ Salience
- ▶ Discriminability
- ▶ Perceptual Organization
- ▶ Compatibility
- ▶ Informative Changes
- ▶ Capacity Limitations

- Servera en lagom portion.
- Anpassa efter målgruppens förkunskaper.
- Peka ut sånt som står ut.
- Se till att skillnaderna syns.
- Organisera informationen.
- Se till att budskap och framställning säger samma sak.
- Markera förändringar.
- Bombardera inte mottagaren med info.

- ▶ Förväntningar?
- ▶ Förkunskaper?
- ▶ Föreställningar?
- ▶ Förutfattade meningar?
- ▶ Förutsättningar?

”Om du inte är intresserad av dem, kommer de inte att vara intresserade av dig.”



- ▶ Vem?
- ▶ När?
- ▶ Vad?
- ▶ Hur?
- ▶ Var?
- ▶ Varför?

- ▶ Säg vad du ska säga.
- ▶ Säg det.
- ▶ Berätta vad du har sagt.

INFO

TIDSENHET



Svenska ugglor

Högt uppe

Fjälluggla
Berguv
Tornuggla
Hornuggla (rimmar!)

Andra djur

Kattuggla
Hökuggla
Sparvuggla

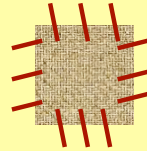


Långt ner

Jorduggla

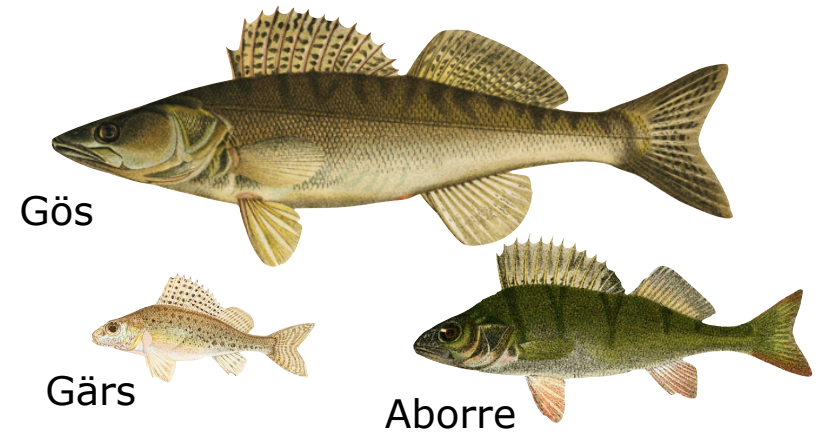
Kläder

Lappuggla
Slaguggla
Pärluggla



Convincing PP Presentations, August 26 2003 / Olle Bergman (info@bergman.com)

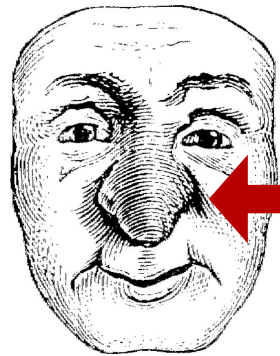
Abborrfiskar (Percidae)



Gös

Gärs

Aborre



TÄNK "NÄSA"!

Abborre – *Näsborre*

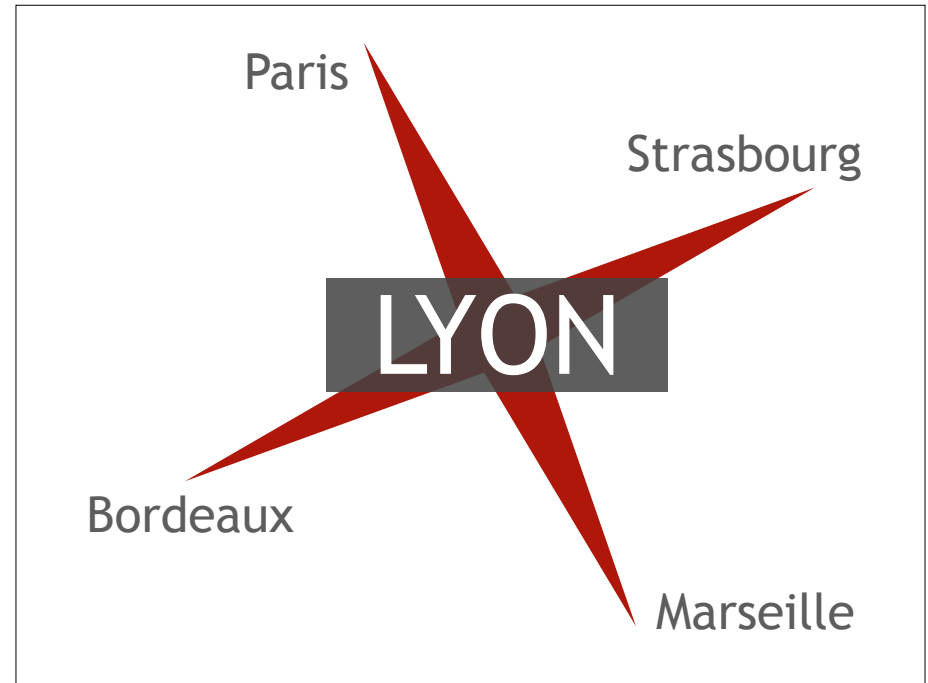
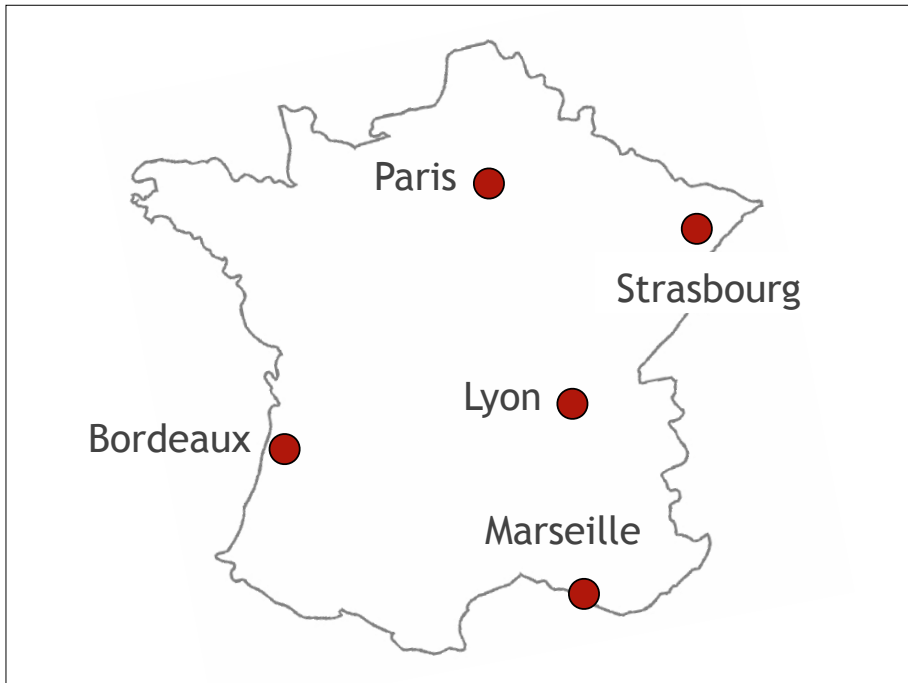
Gärs – *Snorgärs*

Gös – *Jag nös!*

Kontor i Frankrike



- Lyon (huvudkontor)
- Paris
- Marseille
- Bordeaux
- Strasbourg



En text om vad som helst

Här har jag ett tips till dig som skriver:

Tänk visuellt!

Då ökar du chansen att nå fram till dagens jäktade läsare – som låter ögat kretsa över ytan och hugga åt sig enstaka läckerbitar.

Avslutande stycke

För att visa hur fint det kan se ut med en punktlista kommer ett exempel här:

- Punktlistans första rad.
- Punktlistans andra rad.
- Punktlistans tredje rad.

Funktion och estetik går helt enkelt hand i hand!





**Bilderna
ska göras
enkla.**

4

Det här är en PowerPoint-bild som ska påminna er om att det är väldigt tråkigt när föreläsaren slutar titta på åhörarna utan istället vrider huvudet lätt åt vänster och står och läser innantill från sina PowerPoint-bilder.

Pizza Margherita

- vetedeg
- tomat
- basilika
- mozzarella



Pizza Powerpointo

- två typsnitt
- tre färger
- enkel bakgrund
- snygga foton



antikva

sans-serif

var glad och vänlig

VAR GLAD OCH VÄNLIG

Hinder är till för att röjas bort.



Redigeringsarbete

- ▶ Gå igenom texten och läs den noga så att du bekantar dig med den.
- ▶ Stryk de delar av texten som känns överflödiga eller som inte passar in i helheten.
- ▶ Flytta om stycken och lyft ut delar av innehållet – skapa sidoartiklar, faktarutor och bildtexter.
- ▶ Förbättra språket, red ut oklarheter och sök upp alla de små och stora fel som alla oredigerade texter är fulla av.



1. Läs igenom
2. Stryk
3. Stuva om
4. Rätta

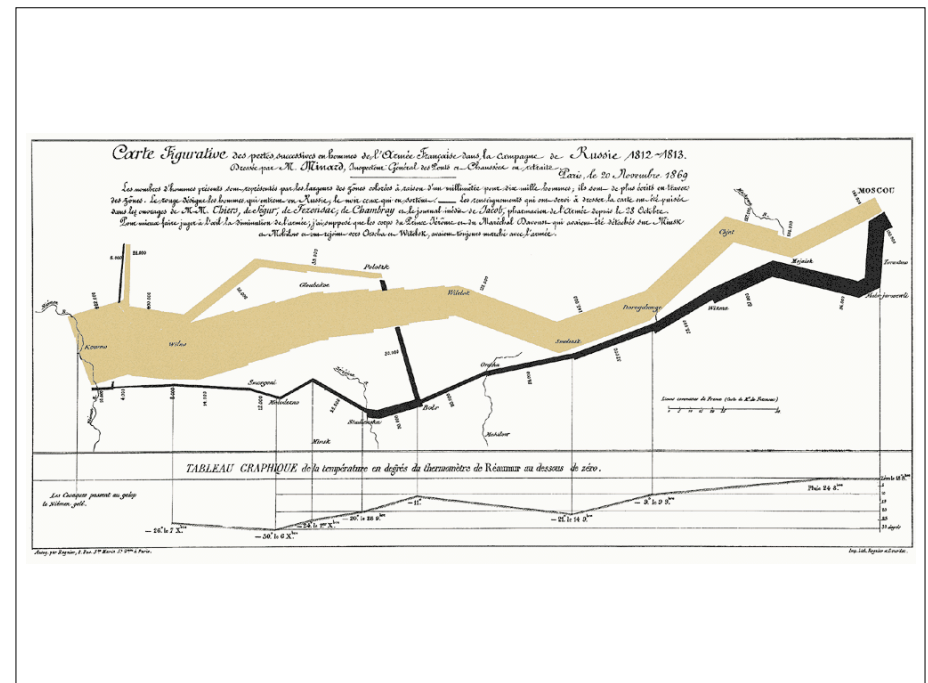
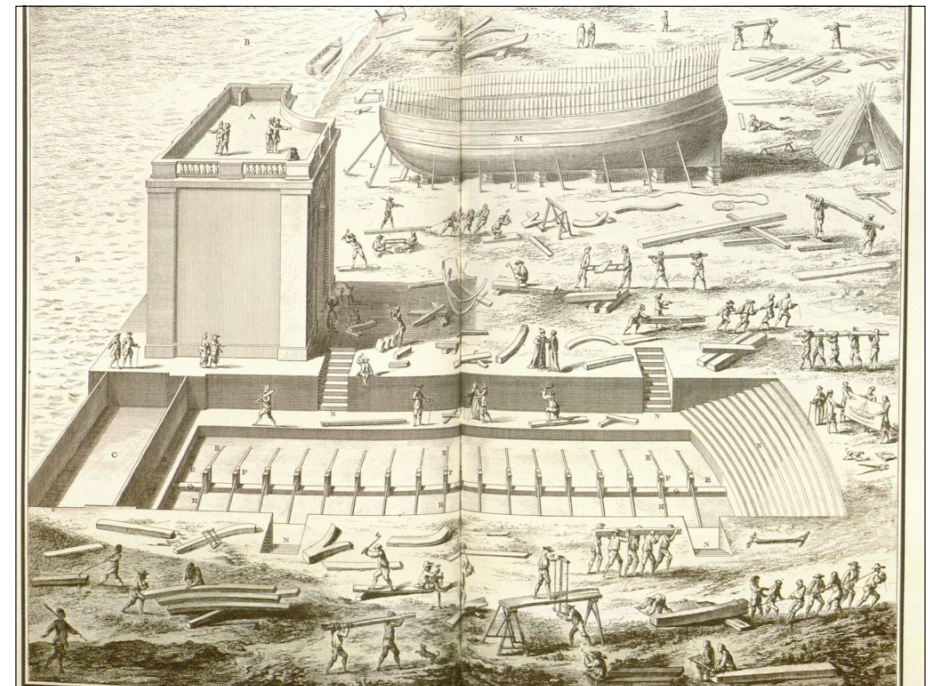
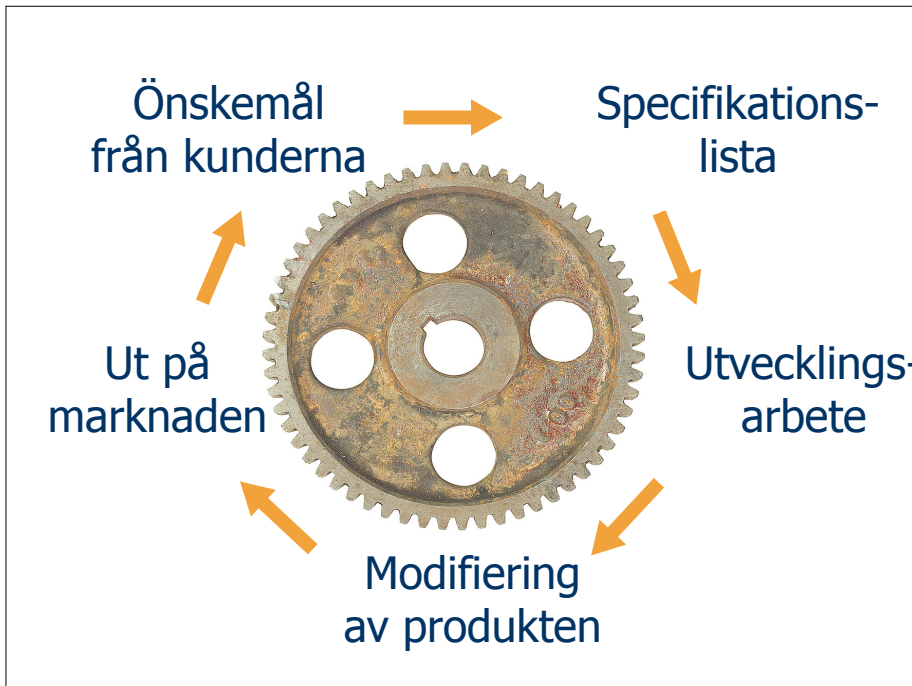


- Gå igenom texten och läs den noga så att du bekantar dig med den.
- Stryk de delar av texten som känns överflödiga eller som inte passar in i helheten.
- Flytta om stycken och lyft ut delar av innehållet – skapa sidoartiklar, faktarutor och bildtexter.
- Förbättra språket, red ut oklarheter och sök upp alla de små och stora fel som alla oredigerade texter är fulla av.

Återkopplingscykel



- Marknadsavdelningen hämtar in återkoppling & önskemål från kunderna.
- Produktägaren ställer upp en specifikationslista.
- Utvecklingsgruppen genomför förbättringar.
- Produktionsavdelningen modifierar produkten.
- Marknadsavdelningen lanserar ny version.
- Etc.





En föreläsning
är en
föreställning.

5

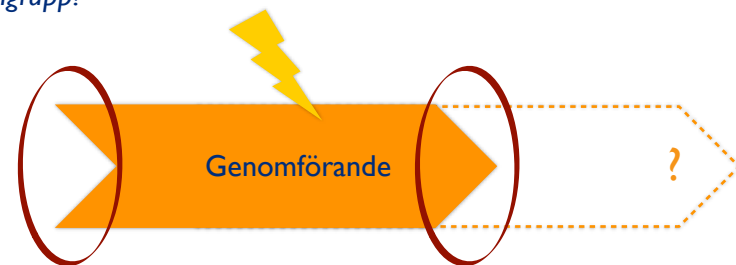
”Don’t give a speech.
Put on a show.”

(Paul Arden, brittisk marketingguru)



Mål?
Målgrupp?

Störning

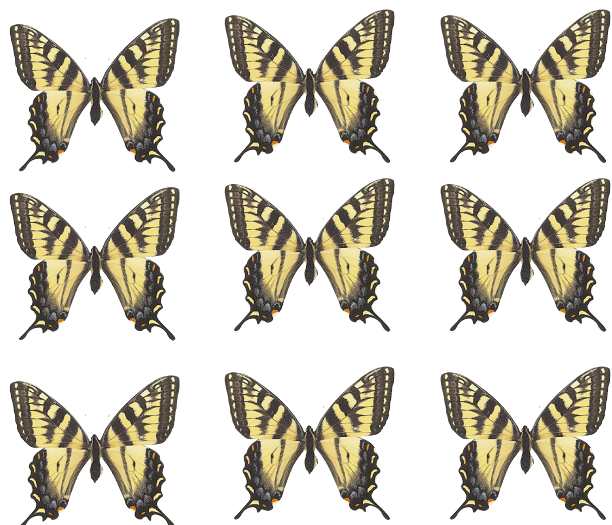


Inledning

Avslutning

Fortsättning

Förväntningar?
Förkunskaper?
Attityder?



ETOS

PATOS

LOGOS

Attention

Interest

Desire

Action



- ▶ Inledning
- ▶ Bakgrund
- ▶ Påstående
- ▶ Argumentering
- ▶ Bemötande av motargument
- ▶ Sammanfattning & uppmaning

- ▶ *Exordium*
- ▶ *Narratio*
- ▶ *Propositio*
- ▶ *Probatio*
- ▶ *Refutation*
- ▶ *Peroratio*

Sammanfattningsvis ...

- Inse att **Du** är huvudattraktionen.
- Interagera med dina bilder.
- Utnyttja att **B** betyder "black".
- Planera utan dator.
- Rensa!
- Håll med om att vitt är vackert!
- Leta ständigt efter användbara bilder.
- Lär dig lite om typsnitt.
- Intressera dig en smula för grafisk formgivning och annan design..

PS Köp en fjärrkontroll!

PowerPoint
är inte ett
självändamål.

Varje föreläsare
har sin
personlighet.

Perceptionen
& motivationen
är begränsad.

Bilderna
ska göras
enkla.

En föreläsning
är en
föreställning.



PRESENTATIONER
STEG FÖR STEG

Analysera
uppgiften

- Syfte?
- Målgrupp?

- Informera?
- Sälja?
- Övertyga?
- ...?

Bestäm
strategier

- Etos?
- Patos?
- Logos?

Välj ut
innehållet

- Budskap
- Tre argument
- Inledning

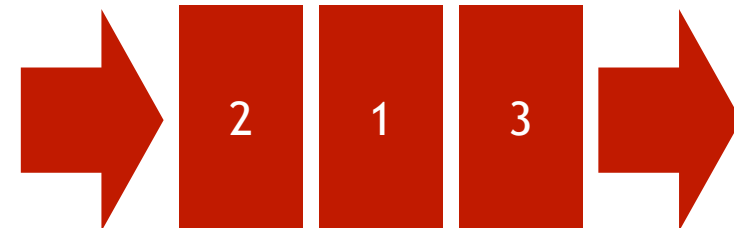
- Exempel
- Berättelser
- Citat

Strukturera
& förenkla

Skapa
välvilja,
motivation
& intresse.

Tala för din sak.

Sammanfatta
& aktivera.



”Berätta vad
du ska säga”

”Säg det.”

”Berätta
vad du sagt.”

foto			
fråga	lista	foto	diagram
fråga	karta	diagram	tabell
fråga	lista	citatt	lista
fråga	urklipp	foto	tabell
karta	diagram	diagram	
lista			
fråga			

max 25 % punktlister!

- Mindre text.
- Färre siffror.
- Enklare diagram.

Testa
& öva