

Создание презентации и доклада к защите социологического исследования

Заключительное занятие

Текст отчета и текст доклада не могут совпадать, так как имеют различные цели.

Таблица 1. Сравнительный анализ форматов «отчет» и «доклад».

	Отчет	Доклад
Цель	Представить полную информацию заказчику о результатах социологического исследования	Предоставить ключевые моменты результатов исследования заинтересованной аудитории
Формат	Письменный	Устный
Объем	12-50 страниц	15-20 минут
Графические данные	Представлены в файле или распечатке	Представлены на экране
Возможность задавать вопросы исследователю	Имеется не всегда	Имеется

- доклад не должен длиться более 15-20 минут, потому что такова продолжительность времени, в течение которого аудитория может без усилий концентрироваться на теме.
- за это время нужно сказать самое важное, но не все, чтобы у аудитории была возможность задать вопросы.

Помните, «тайна скучного состоит в том, чтобы рассказать все» (Гёте).

Метод Барбары Минто

- В самом начале выступления необходимо выразить его основную идею (например: «Мы провели исследование эффективности рекламы по противодействию табакокурению и выяснили, что ни одна реклама не может сама по себе убедить человека бросить курить, если он к этому не готов, но реклама является мощным дополнительным фактором для принятия решения бросить курить, если человек уже склоняется к нему. Какие же аспекты рекламы делают ее более действенной?»).
- Преимущество этого подхода состоит в том, что когда слушатель с самого начала знает, что он услышит, он более готов к восприятию речи докладчика. Поэтому в начале выступления также уместно перечислить те его аспекты (не более трех), которые будут раскрыты.

Метод Барбары Минто

Весь остальной текст выступления, согласно Минто, должен представлять либо детализацию основной идеи, либо ее аргументацию.

- Аргументация – это описание того, как были полученные данные, позволяющие утверждать основную идею. Например, рассмотрение ответов на вопросы и выводы по ним.
- Детализация – это выводы из основной идеи (например: «Следовательно, целесообразно размещать рекламу по противодействию табакокурению в местах, где ее может увидеть человек, уже задумывающийся о том, чтобы бросить курить – например, в поликлиниках»).

3 золотые правила:

- Идеи любого уровня пирамиды должны обобщать идеи, сгруппированные ниже.
- Идеи каждой отдельной группы должны быть однотипными, то есть содержать в себе нечто общее.
- Идеи каждой группы должны быть расположены в логической последовательности.

Что касается п.3: всего существует 4 вида логических цепочек, в которые можно выстроить идеи одной группы:

- **Дедуктивный** – главная идея, второстепенная идея, и заключение.
- **Хронологический** – первый, второй, третий.
- **Структурный** – Москва, Петербург, Челябинск.
- **Сравнительный** – первый по значимости, второй по значимости, и т.д.

Это соответствует четырем видам аналитических действий:

- Дедуктивное мышление – последовательность аргументов.
- Построение причинно-следственных связей – хронология.
- Деление общей структуры на составляющие – структурное последовательное описание.
- Разбиение на категории.

Перед тем, как письменно изложить свои мысли, постройте их в форме пирамиды и проверьте на соответствие указанным правилам. Если хотя бы одно из этих правил не выполняется, значит, ваши рассуждения:

- Либо ошибочны,
- Либо недостаточно развиты,
- Либо идут не в той последовательности, которая позволяет читателю сразу уловить основную мысль.

Составляющие пирамиды

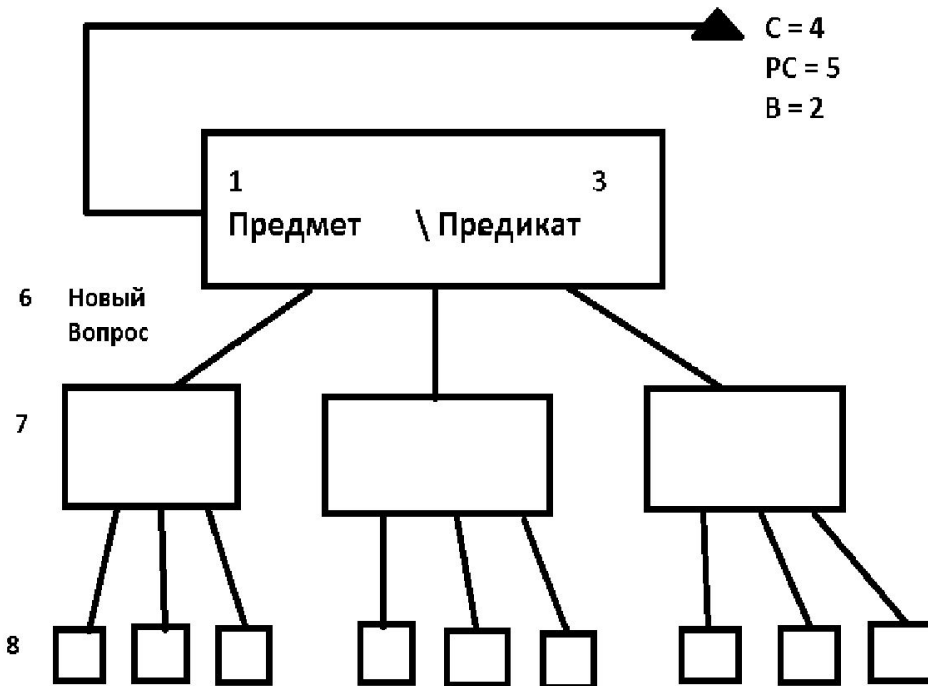
- Вертикальная связь между пунктами и подпунктами;
- Горизонтальная связь внутри группы подпунктов;
- Вводная часть в повествовательной форме.

Схема повествования:

- Сначала читатель должен узнать о времени и месте, в котором существует или существовала определенная Ситуация.
- Затем что-то должно произойти (это Развитие Ситуации), что вызовет
- Вопрос, на который
- дается Ответ в документе.

Построение пирамиды

Табл. 2. Элементы структуры взаимосвязаны:



Заполните верхний прямоугольник:

1. Какой предмет вы обсуждаете?
2. Какой у читателя имеется Вопрос относительно этого предмета?
3. Каков Ответ на этот Вопрос?

Проверьте согласованность вашего Ответа со структурой Вводной Части.

1. Какова исходная Ситуация?
2. Каково Развитие Ситуации?
3. (2). Следуют ли отсюда Вопрос и Ответ?

Определите Главный Уровень

1. Какой Вопрос возникнет у читателя дальше?
2. Ваш Ответ основан на методе дедукции или индукции?

Сформулируйте вспомогательные идеи.

На данном уровне повторите диалог Вопрос – Ответ.

Ход работ:

- Нарисуйте прямоугольник. Он будет вершиной вашей пирамиды. Если вам уже известен обсуждаемый предмет, впишите его в прямоугольник. Если нет, переходите к шагу № 2.
- Определите вопрос (В). Попробуйте представить своего читателя. Кому адресован ваш документ и о чем читатель может спросить? Если вы это знаете, то сформулируйте вопрос и переходите к шагу №3. Если нет, то переходите к шагу № 4.
- Напишите ответ (О), если вы его знаете, или отметьте, что вы дадите его ниже.
- Определите ситуацию (С). Вы должны быть уверены, что четко представляете себе вопрос и ответ – только тогда вы сумеете их сформулировать. Для этого вы рассказываете о Предмете и сложившейся вокруг него Ситуации, а затем делаете первое неопровержимое Утверждение. Важно подобрать такое Утверждение, с которым читатель будет согласен – либо потому, что он о нем что-то знает, либо потому, что это широко известный факт.
- Опишите Развитие Ситуации. Вы рассказываете, что в описанной вами Ситуации что-то произошло: возникла проблема или выявилась некая логическая несовместимость. И здесь вы начинаете диалог с читателем. Представьте, что в ответ на ваш вопрос читатель утвердительно кивает и говорит: «Да, я знаю. И что дальше?». Помните, это Развитие Ситуации должно инициировать Вопрос.
- Перепроверьте Вопрос и Ответ. Если утверждение о Развии Ситуации не вызвало у читателя Вопроса, замените данное утверждение другим. Не исключено, что вы неправильно определили Развитие Ситуации либо Вопрос.
- Цель п. 1-6: убедиться, что вы знаете, на какой Вопрос пытаетесь Ответить.
- После этого все встает на свои места.

Правила доклада

- Его нужно рассказывать, глядя на аудиторию, иначе внимание аудитории вы не удержите.
- Вы используете простые, короткие предложения и всем известные слова. Если вы вынуждены применять специальные термины или упоминать редкие названия, термины нужно пояснять, а названия старательно проговаривать. Все, что аудитория не поняла или поняла с усилием, ослабляет ее внимание, вплоть до полной потери.
- Уместно сообщить, что вы скрываете некоторые результаты, чтобы вам могли задать вопросы, например: «кроме перечисленных ответов, в графе «другое» часто попадался ответ, который мы никак не могли предвидеть». Но не раскрываете его, пока не спросят. Такое «заигрывание» создает интригу, вы как бы флиртуете с аудиторией, и это всем нравится.

Правила доклада

- Всегда хвалите вопрос, если только это не откровенное хамство. Если спрашивающий продолжает задавать вопросы, *не допускайте публичной дискуссии с ним*, так как все остальные будут скучать. Выслушав второй вопрос от одного и того же человека, скажите что-то вроде: «Мне приятно, что мое выступление вызвало у вас такой интерес, и я готов ответить на вопросы в личной беседе или же вот мой e-mail».
- Уместны эмоции: шутки по теме и, например, ваши переживания в ходе исследования: «Мы очень удивились, когда обнаружили...», «Мы долго думали над тем, как сформулировать вопрос...», «Мы даже не ожидали, что наша анкета вызовет такой интерес у респондентов, оказалось, что это действительно большая тема...».
- В качестве образцового выступления можно посмотреть любое выступление канала TED, например, выступление бывшего спичрайтера Белого Дома Дэниела Пинка:

https://vk.com/si4fem?z=video-45673790_163601684%2F539fe1a35af26d6736%2Fpl_post_-142967276_34

Презентация – это сопровождение доклада, а это значит, что:

- Ее содержание должно быть связано с содержанием доклада, но ни в коем случае не копировать его;
- Ее содержание должно состоять из такой информации, которая визуальнo воспринимается значительно лучше, чем на слух.
- Из этого мы и будем исходить, формулируя все остальные правила создания презентаций.

Используйте формулу «1 слайд на 1,5 минуты доклада». Чем меньше слайдов, тем лучше они запоминаются.

Первый слайд всегда должен представлять тему доклада и фамилии докладчиков.

Последний слайд тоже всегда предсказуем и необходим: в нем содержится благодарность аудитории и контактные данные докладчика.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

**ВОПРОСЫ ВЫ МОЖЕТЕ ЗАДАВАТЬ ЗДЕСЬ И СЕЙЧАС,
А ТАКЖЕ ПОТОМ**

Почта: livach@list.ru

Страница Вконтакте: vk.com/liellis

Группа ВК о курсе «Учитель высший класс»:
vk.com/alpha_teacher

*Елена Антоновна Ливач, к.соц.н., доцент
СПб Технологический институт, кафедра социологии*

ИТОГИ:

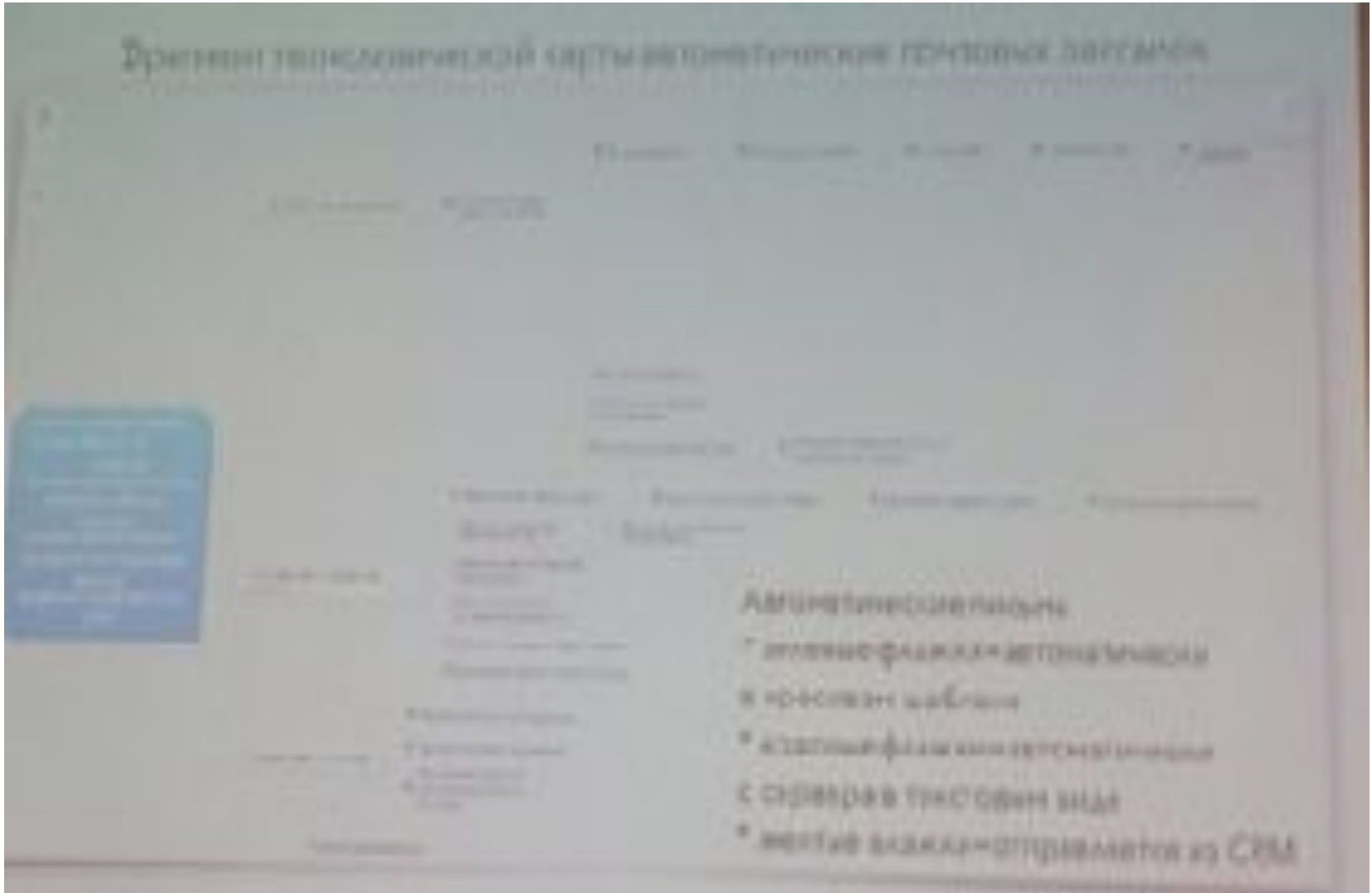
Студентам необходимо:

- ✓ **практики**, в рекламной сфере, в университете и вне его;
- ✓ **свежие** дополнительные **знания** по данному направлению;
- ✓ **стажировки** в российских и зарубежных компаниях
- ✓ **открытые лекции** приглашенных профессионалов в рекламной отрасли

Шрифт должен быть как можно более крупным по трем причинам:

- Вообще его должно быть мало, потому что почти весь текст докладчик имеет возможность сказать, а повторяться не нужно, это утомляет аудиторию;
- Он должен быть крупным, потому что в зале могут сидеть близорукие люди, или зал может оказаться очень большим;
- Он должен быть крупным и жирным, потому что освещение зала делает слайд значительно бледнее, чем вы видите его на экране.

Пример неудачного слайда



Проблема выбора цвета

Здесь действует простое правило: цвета должны быть яркими, насыщенными, контрастными. Поэтому фон должен быть нейтральным: белым, бледно-голубым, бледно-серым. В некоторых случаях – черным, если вы располагаете на нем белый текст.

Картинки и диаграммы

- Крайне желательно, чтобы на один слайд была одна картинка, иначе зритель запутается.

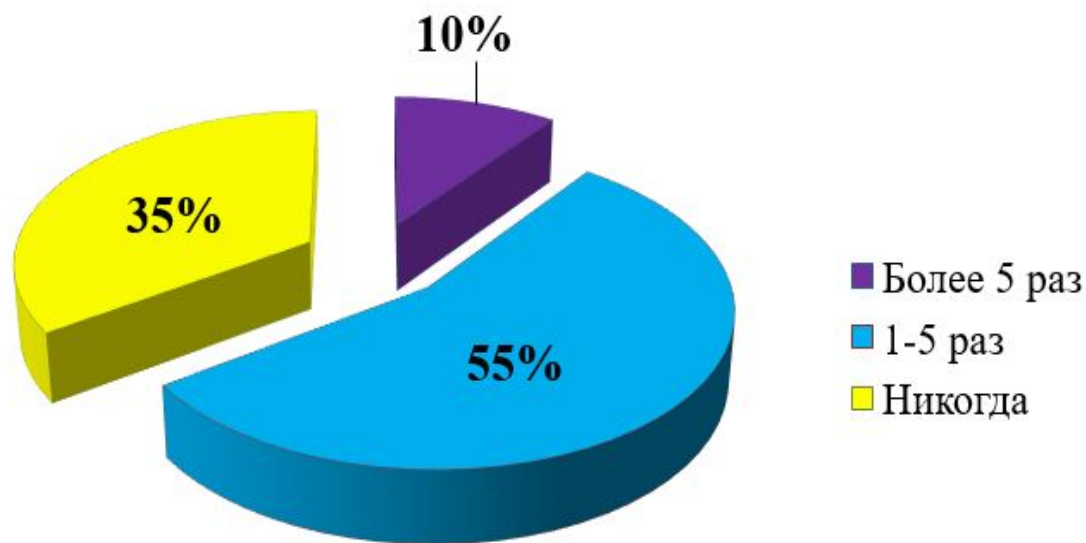
Пример:



- Много мелкого текста, цифры, судорожная бессознательная попытка понять, есть ли связь между двумя картинками, заголовков, размещенный внизу – все это несколько путает и пугает зрителя

Здесь мы видим любовь и уважение к зрителю,
воплощенные в

Как часто вы встречались с рекламой по
борьбе с домашним насилием?



- 1) крупном заголовке;
- 2) единственной простой картинке;
- 3) яркими цветами;
- 4) только необходимым текстом – легендой диаграммы;
- 5) большими цифрами процентов на долях диаграммы. Картинка предельно ясна.

- **Упрощайте:** чаще всего нужна не таблица, а лишь несколько значимых цифр из неё, не диаграмма, а вывод, который можно из неё сделать. Поэтому, когда вы готовите презентацию, задавайте себе по поводу каждой схемы вопрос: «Зачем это здесь? Что я хочу этим сказать?»;
- **Сокращайте** – удаляйте всё лишнее, выливайте всю воду, оставляйте суть;
- **Нет фоновым фотографиям**, да - предельно простым шаблонам, один шрифт;
- Используйте оригинальные слайды;
- Не смотрите на слайды во время презентации. Нужно держать зрительный контакт. И если постоянно оглядываться, это может насторожить публику – а что, вы не знаете своих слайдов?
- Внимание аудитории – сначала вам, и лишь потом – презентации.
- Старайтесь не возвращаться к уже просмотренному слайду;
- Перелистывайте сами, вы должны выглядеть всемогущими.

Всем удачи на защите!

И помните, что вы выходите рассказать о ВАШЕМ авторском социологическом исследовании, которое вы провели совершенно самостоятельно! Это исследование уникально! Это только ваши результаты, и они нам очень интересны.

Постарайтесь донести до нас все самое важное, что вы открыли для себя в ходе этой работы.