

プレゼンテーション Zen

[デザイン]

セクション

準備

デザイン

実施

準備

創造性と制約

クリエイティブである

- ・脳全体（ホールマインド）を使って解決策を見いだす

本当の自分を見つける文章術

危険をおかし限界に挑戦

子供のように自由でいる

たまには一人きりでのんびりする

- ・孤独は過小評価されている
- ・他者への愛着は過大評価されている
- ・創造力を引き出すためには一人きりで過ごす時間が重要

情熱は創造力の源

制約

良質で創造的な仕事には欠かせない要素

俳句

時間の制約

- ・刺激、切迫感
- ・創造的な思考や解決策の発見を促す

アナログ式に計画を練ろう

今回のプレゼンテーションの究極的なメッセージは何か？

たった一つのことしか聴衆の記憶に残らないとしたら、それは何であってほしいか

2つの問い

何が言いたいのか？

なぜそれが重要なのか？

3要素

スライド

- ・そのまま印刷したものを配布しない
- ・スピーカー支援機器である

メモ

配布資料

周到的準備

プロセス自体が自分の論点を完全に把握するのを助ける

ストーリー

心に残るアイデア (SUCCEsS)

- ・単純明快 (simplicity)
 - ・メッセージを究極まで単純化
 - ・レベルは下げない
 - ・キーポイント
 - ・核となるテーマ
 - ・なぜ重要か
- ・意外性 (unexpectedness)
 - ・相手の予想を裏切る
 - ・質問を投げかける
- ・知識の穴を指摘
- ・埋める
 - ・具体性 (concreteness)
 - ・はっきりした実例
 - ・具体的なイメージ
 - ・信頼性 (credibility)
 - ・統計データ
- ・そのままでは役立たない
- ・データの背景や意味
 - ・イメージがはっきり浮かぶようにデータを表現
 - ・感情に訴えること (emotions)

- ・聴衆に感じてもらう

- ・画像

- ・物語性 (stories)
 - ・物語を語る

- ・昔からそうやってコミュニケーションをとってきた
- ・芸術や音楽を通して
- ・教え、学び、成長

物語とストーリーテリング

物語の力

- ・聞き手を引き込む
- ・論理と感情に訴える
- ・物を覚えるにはストーリーに仕立てるのが効率がよい
- ・物語の大切な要素
 - ・対立や衝突

- ・最も大切
- ・対立
- ・・期待
- ・・非常な現実
- ・解決すべき問題
- ・どうやって解決したか

コントラスト(差異)

- ・人間は差異に目が行く
- ・使用前 / 後
- ・過去 / 未来
- ・問題点 / 解決法

ストーリーテリングの原則を応用

- ・問題を特定
- ・問題の原因を特定
- ・なぜ、どのようにして問題を解決したか

準備のプロセス

ブレインストーミングを行う

- ・一歩離れ対象を眺める
- ・アナログ式

- ・量が命

グループ化を行い、核となるメッセージを特定

- ・聴衆の視点
- ・テーマは一つ

コンピューターを使わずにストーリーボードを作成する
ビジュアルのラフスケッチを描く

- ・アイデアをどう視覚化

コンピューターを使ってストーリーボードを作成する

編集

準備後

- ・内容を見直す
- ・徹底的な編集作業

論点や目的に欠かせない要素ではない

- ・容赦なくコンテンツから外す
- ・迷ったら思いきってカット

自分の題材に対して無慈悲な編集者になる

実施

完全にその場に集中する

集中(マインドフルネス)

- ・「今」「この場所」「一瞬、一瞬を意識する」

貢献、およびその場に集中すること

大切

- ・貢献すること
 - ・どうすれば貢献出来るか？
 - ・今、この瞬間、自分という存在は一つの贈り物(ギフト)であり、自分のメッセージはなんらかの貢献を果たしていることに気付くべき
- ・その場に完全に集中すること

パンチの効いたオープニングで人々の心をつかむ

心理学の「初頭効果」

- ・冒頭に起こったことを一番よく覚えている

秘訣

- ・個人的 (Personal)
 - ・テーマに即した個人的なエピソード
- ・予想外 (Unexpected)
 - ・聴衆の予想を裏切る
- ・斬新 (Novel)
 - ・斬新な発言、珍しいもの
- ・挑発的 (Challenging)
 - ・社会通念に意義
- ・ユーモラス (Humorous)

聴衆に与える印象を大切に

服装に配慮

意図を持って歩く

聴衆と向き合う

アイコンタクトで心を通わせる

声に力をこめる

原稿を読み上げてはならない

聴衆を引き込む

感情と記憶

- ・感情に訴える
 - ・コンテンツが記憶に残る
 - ・体験

ミラー・ニューロン

- ・他人がある感情を体験する様子を見るだけで、自分が体験したときと同じ脳の部位が活性化

笑顔の力

- ・伝染力
 - ・本物の笑顔
 - ・作り笑い

- ・見抜かれる
- ・ ・偽善的
- ・ ・信用できない

はじめに

プレゼンテーション Zen

最も留意

- ・抑制
 - ・準備
- ・シンプル
 - ・デザイン
- ・自然さ
 - ・実施

メソッドではなくアプローチ

- ・心構え
- ・实际的
- ・今、ここ

ケースバイケース

- ・大切なのは小手先の技術ではない
- ・相手にメッセージを伝え納得させる

コンセプトの時代

ハイコンセプト

- ・デザイン
 - ・後から付け足すものではない
 - ・表面を飾るだけのものは、デコレーション
- ・物語
 - ・ストーリーテリング
- ・語りによるイメージづくり
 - ・調和
 - ・全体像を明らかに
- ・一見関係のない要素を結びつける
 - ・気づかなかった関係性
 - ・共感

- ・他人の身になって考える
- ・遊び心
 - ・控えめなユーモア
- ・生きがい

プレゼンテーション世代

効果的なプレゼンテーション

- ・メッセージを増幅
- ・視覚的インパクト
- ・実演

プレゼンテーションの現状

認知的負荷理論

- ・情報の与えられ方
 - ・口頭と書面から同時
- ・処理困難
- ・読むことと聞くことを同時にうまくこなせない
 - ・視覚的情報と口頭説明
- ・難なくこなせる

テクノロジーやツール

- ・分別をもって控えめに利用
- ・コミュニケーションを深められるか

デザイン

シンプルであることの大切さ

禅の美学

- ・簡素
- ・自然
 - ・見え隠れ
- ・渋み
- ・禅の美的価値
 - ・シンプル
 - ・繊細
 - ・優雅
 - ・暗示的
 - ・自然
 - ・余白

- ・ 静寂、平穩
- ・ 不必要なものの排除

簡素化による増幅作用

- ・ 物事を突き詰める
 - ・ 最後に行き着く
- ・ 何かをやりたいという欲求
- ・ 学ぶ意思
- ・ ものを見抜く力

原則とテクニック

プレゼンテーション・デザイン

- ・ デザイン
 - ・ 最後に付け足すものではない
- ・ はじめから存在
 - ・ 生活を支えたり、改善するソリューションを生む
 - ・ アートの要素もあるがそのものではない
- ・ ビジネス
 - ・ ・ エンドユーザー
 - ・ ・ 問題を解決

デザインの一般原則

- ・ シグナル/ノイズ比
 - ・ 取り除いてもメッセージに支障をきたさない要素
 - ・ できるだけ削る
 - ・ すべてカット
 - ・ メッセージの劣化を抑える
 - ・ 極めて明確に表現
 - ・ ビジュアル
 - ・ 定量的情報
 - ・ ・ 図表やグラフ
 - ・ ・ 装飾を排除
 - ・ 図表以外
 - ・ ・ 感情的なレベルでメッセージを支える要素を残しておきたい
- バランス

時と場合

- ・会社ロゴ
- ・・最初と最後以外からはずしてみよう
- ・グラフ
- ・・3D グラフ

目の錯覚を誘う

場合により、理解しづらい

- ・箇条書き
- ・・生のスピーチで利用するのは効果的ではない
- ・・めったに使わないほうがよい

例外

仕様のまとめ

プロセスの各ステップを検討

- ・画像優位性効果
 - ・ビジュアル志向

- ・強力かつ自然なコミュニケーション手段
- ・・キーワードは、「自然さ」
- ・コミュニケーションやビジネスを改善

- ・余白
 - ・示唆

- ・品のよさ
- ・明快さ
- ・高品質、洗練、格調高さ

- ・ビッグ・フォー
 - ・コントラスト

- ・もっとも強力な効果を持つデザイン概念のひとつ
- ・デザイン上のどんな要素であっても対比可能
- ・空間
 - ・・近い/遠い、スペースが空いている / 満たされている
- ・色
 - ・・明るい/暗い、暖色/寒色
- ・テキスト
 - ・・セリフ/サンセリフ、太字/細字
- ・配置
 - ・・上部/下部、単独/集団
- ・優れたデザイン
 - ・・はっきりとした力強い焦点がある
 - ・・明確なコントラスト

- ・反復

- ・特定のデザイン要素を繰り返し使う
- ・一貫性
- ・統一感
- ・デザインがより大きなものの一部であるように見せる
- ・入れすぎるとは避ける

- ・ 整列

- ・どの要素も無造作に置かれたように見えてはならない
- ・すべての要素は見えない糸でつながっている

- ・ 近接

- ・ものを近づけたり離したりして画面構成を整える
- ・関連性のある要素はまとめて一つのグループに見えるように
- ・聴衆はすぐ隣にある要素をグループと見なそうとする

- ・グリッドと3分割法
- ・黄金比

- ・1:1.618
- ・実際のデザインに取り入れるのは難しい

- ・ 3分割法

- ・黄金比から派生
- ・カメラのファインダーを縦横3分割
- ・主要な被写体は線が交差する点上に置くとよい
- ・非対称でバランスが取れたデザインを目指す場合よいガイドライン