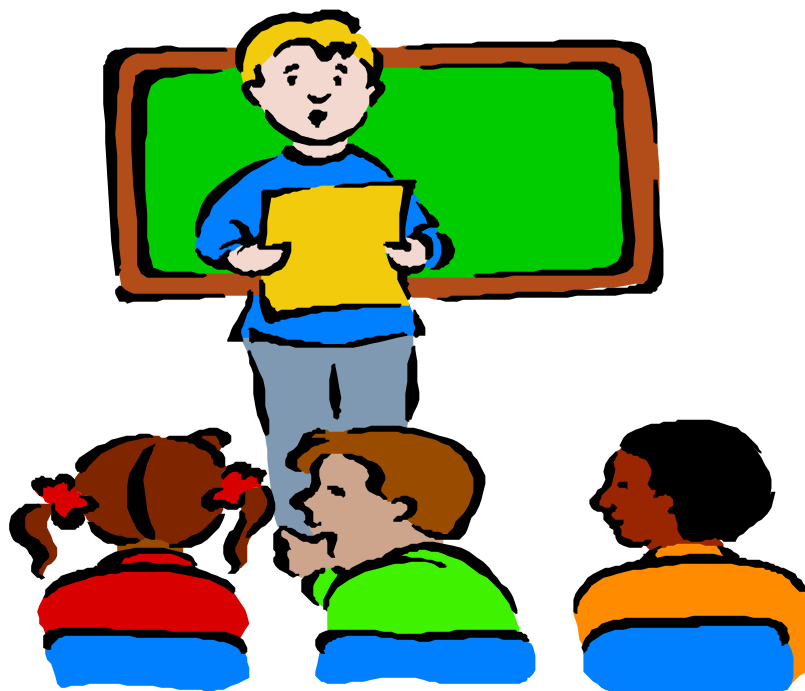


Version 2.6, maj -03

# Att göra en presentation



Sammanställd av

**Maria Björklund och Ulf Paulsson**

## BAKGRUND TILL DENNA SKRIFT

Denna skrift har tillkommit för att vara en inspirationskälla och ett stöd för studenter vid deras muntliga presentationer av skriftliga rapporter, PM, examensarbeten och liknande inom postgymnasiala utbildningar (här kallad "akademin"). Det allra mesta som sägs är lika relevant vid presentationer utanför akademien. Det som sägs nedan gäller oberoende av nivå och omfattning, men naturligtvis måste kravnivån anpassas efter omständigheterna, dvs på ett 20 poängs examensarbete ställs mycket högre krav än på en 2 poängs rapport på en grundkurs.

Ofta ses den muntliga presentationen som ett komplement till/en kortversion av rapporten, vilket får till följd att presentationen lätt blir en upprepning i ord av det som står i rapporten: "I kapitel 1 har vi, i kapitel 2 diskuterar vi och slutligen kommer vi fram till ..." Försök istället att se presentationen som ett sätt att väcka åhörarnas intresse och nyfikenhet för området och slutsatserna. Det är då viktigt att ta reda på vem åhöraren är och att sätta sig in i dennes situation.

## FÖRBEREDELSE OCH ÖVNING ÄR A OCH O

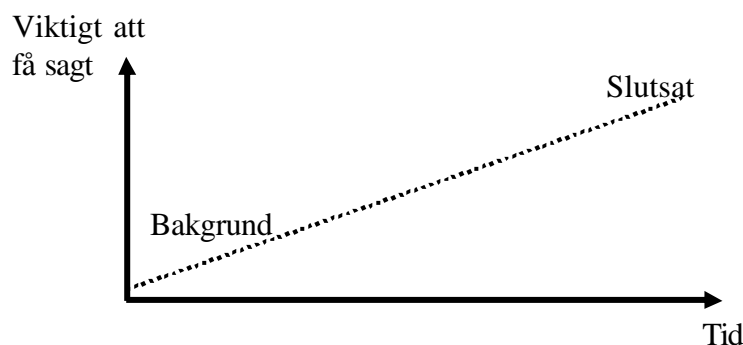
Det är lätt att tro att vissa personer är födda talare/presentatörer och andra inte. Så är dock inte fallet. Visst har en del personer mer fallenhet, andra mindre men något som framhålls av många av våra främsta talare är att högst 10% är talang, 90% är förberedelser och övning. Vid akademien är det dessutom inte frågan om att hålla engagerande tal utan om att göra bra presentationer, och det kan man definitivt uppnå genom att *förbereda sig* väl och genom att ta vara på varje tillfälle som bjuds att *öva* sig.

## OLIKA PRESENTATIONSMODELLER

Det finns bland annat följande tre modeller för att lägga upp en presentation – den historiska modellen, löpsedelmodellen samt konsultmodellen.

### Den historiska modellen

I den historiska modellen börjar presentatören med bakgrunden, hur arbetet genomförts etc, för att slutligen komma fram till slutsatserna (figur 1).

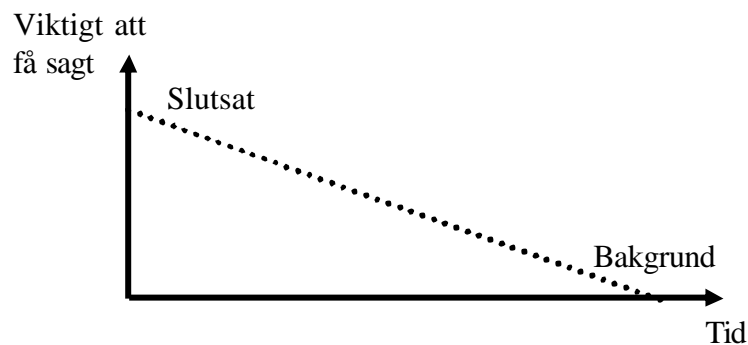


Figur 1. Historiska modellen.

### Löpsedelmodellen

I löpsedelmodellen börjar presentatören med det viktigaste budskapet för att fånga åhörarnas intresse. Därefter tas det som är näst viktigast upp osv. (figur 2). Används löpsedelstekniken skall presentationen kunna avbrytas var som helst och ändå skall huvudbudskapet vara framfört (Vad som är huvudbudskap kan skifta beroende på auditorium och typ av rapport). Andra fördelar med löpsedelstekniken är att:

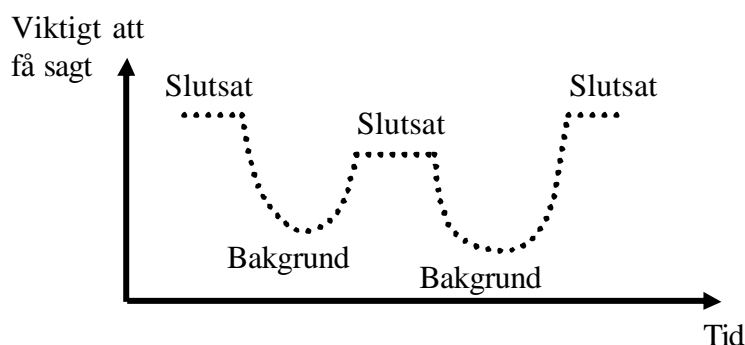
- åhörarens uppmärksamhet är som störst i början.
- om lyssnarna tappar tråden, är det lättare för dem att hitta tillbaka eftersom de redan fått helheten.
- det blir lättare att minnas budskapet. Alla minns detaljer lättare om de fått helheten först.
- det blir lättare att se vilken information som är central respektive perifer.



Figur 2. Löpsedelmodellen.

### Konsultmodellen

Det går sällan att fullt ut följa löpsedelstekniken. Att strikt följa denna modell gör att budskapet lätt blir alltför sönderhackat. Vi har därför tagit fram en alternativ modell som i mycket ligger i linje med löpsedelstekniken, men där hoppigheten och onödiga avbrott minskas, budskapet blir lättillgängligt och mer intressant och säljande. Vi har valt att kalla modellen konsultmodellen (figur 3), eftersom konsulter ofta arbetar efter detta upplägg. Utmärkande för modellen är att huvudpoängen lyfts fram flera gånger; i början, i slutet och ev. även i mitten, vilket gör budskapet klarare och minskar de negativa effekterna vid ev. tidsbrist.



Figur 3. Konsultmodellen.

Vi förordar användande av konsultmodellen och i vissa fall löpsedelsmetoden.

## ATT FÖRBEREDA EN BRA PRESENTATION

Det finns ett antal frågor att fundera över när man förbereder sin presentation.

### Målgrupp?

Det är viktigt att ha klart för sig *hur målgruppen och presentationssituationen ser ut*. Föredraget bör inte ha samma utformning om det t.ex. hålls för en akademisk grupp som om det hålls i form av en dragning på ett styrelsemöte. Tänk igenom vad åhörarna redan vet och vad de kan tänkas vilja veta. Att reda ut vad åhörarna är intresserade av görs lättast genom att skriva ned ett antal frågor som du tror åhörarna kan tänkas ställa. Frågorna skall återspegla budskapet som du vill föra fram. Rangordna frågorna i auditoriets intresseordning, dvs i den ordning de kan tänkas ställa frågorna. Nyckelord för ett intressant innehåll är:

- Närhet
- Igenkänning
- Personifiering
- Konsekvenser

Med andra ord:

- Vilken är målgruppen du skall prata inför?
- Vad kännetecknar målgruppen?
- Vad kan målgruppen vilja få reda på beträffande budskapet? Skriv upp tänkbara frågor.
- Vilket tempo och vilken nivå är lämpliga för just den gruppen?

Svaren på dessa frågor utgör grunden för innehållet i presentationen. Tänk igenom vilket ditt viktigaste budskap är, vad du vill få sagt. Rangordna frågorna i en intresseordning. Tänk även på slutklämmen; slutsatser, rekommendationer. Hur innehållet disponeras beror även på vilken presentationsform (konsultmodellen, löpsedelstekniken eller historiska modellen) man väljer. Vad du än väljer så behövs en tydlig *disposition* som ger presentationen en röd tråd.

### Hur skapa uppmärksamhet/intresse?

Det är inte alltid lätt att *skapa* önskvärd *uppmärksamhet* vid en presentation. Som presentatör skall du underlätta lyssnandet för åhörarna. Vid en presentation är åhörarna viktigare än både du själv och ditt ämne. Det är hos åhörarna det skall hända något medan du presenterar. Det är allmänt känt att åhörarnas uppmärksamhet ofta avtar efter några få minuter, de försvinner in i sina egna tankar. Detta är ofta oundvikligt, men det är presentatörens uppgift att få åhörarna att hitta tillbaka till presentationen och börja lyssna aktivt igen.

### Tidsåtgång?

Oavsett vilken presentationsmetod som används skall målsättningen vara att hinna med hela föredraget inom avsatt tid. Att dra över tiden uppskattas inte och andra presentatörer kan bli lidande. Dra därför hela presentationen i förväg och *ta tiden*. Ha en reservtid för om något skulle gå gale eller ta längre tid än beräknat. Ungefär 20% reservtid kan vara lagom för en presentation under 30 minuter. Det innebär att t.ex. en 20 minuters presentation inte bör ta mer än 16 minuter när man övar på den i förväg där hemma.

### Reservstrategier

Se till att även ha andra *reservstrategier* än bara lite extra tid. Fundera på vad du gör om utrustningen fallerar (detta är nämligen inte helt ovanligt). Fundera även på alternativa upplägg beroende på hur presentationen utvecklar sig. Vad gör du t.ex om du blir avbruten av en massa frågor?

### Vad skall jag ta med?

Glöm inte att *ta med* whiteboard-pennor, halstabletter, vatten/dryck, visningsexemplar av arbetet som presenteras, reservdelar till utrustningen (OH-lampor och dylikt), verktyg till dito, m.m.

### Hur ser lokal och utrustning ut?

Kontrollera alltid lokalen och utrustningen i förväg om du inte redan tidigare har gjort presentationer i samma lokal. Tänk igenom hur lokalens storlek, form, akustik och utrustning kan påverka presentationen. Fundera även över vilken plats/vilka platser som är lämpliga att stå på för att åhörarna tydligt skall kunna se både presentatören och de visade bilderna. Går det att mörklägga lokalen helt eller delvis? Kontrollera att all utrustning fungerar och justera in utrustningen *innan* presentationen påbörjas.

## DE TEKNISKA HJÄLPMEDLEN

### Använd visuella hjälpmedel.

Många tester visar att behållningen ökar om ett budskap både hörs och syns. Ju fler sinnen du kan engagera hos åhörarna desto bättre. Men gör det inte för rörigt! Du kan exempelvis använda tavla, blädderblock, OH, PowerPoint-presentationer<sup>1</sup>, diabilder, film, musik, produktexempel etc - det är bara fantasin som sätter gränser!

### Overhead och PowerPoint-presentationer

Att använda overhead eller PowerPoint vid en presentation underlättar oftast både för åhörarna och för presentatören. Tänk dock på att ge auditoriet en rimlig chans att för det första se vad som står på bilden och för det andra förstå innebörden i budskapet. Det är inte heller någon vits med att ha väldigt många bilder som rasslar förbi projektorn i ett högt tempo. Använd framför allt liggande A4 på bilderna, sk "landscape". Liggande overhead ökar möjligheten att göra bilden tydlig och läsbar samtidigt som de som sitter längst bak i salen får lättare att se hela bilden.

### Läsbarhet

Ta hänsyn till informationsmängden på varje bild. Försök att tänka på 6x6x6, dvs minst 6 mm stora bokstäver, max 6 ord per mening och max 6 meningar eller punkter per bild. Bilderna skall vara ett stöd för åhöraren; han skall inte behöva rikta sin uppmärksamhet från presentatören för att läsa " uppsatser" på overheaden. Overhead skrivna på dator blir oftast mer lättlästa än handskrivna. Enbart VERSALER (stora bokstäver) ökar inte läsbarheten enligt gjorda undersökningar. Använd stora och små bokstäver. Likaså blir det lättsammare om bilderna är lite färglagda. Ett vanligt fel är att presentatören kopierar en sida direkt från rapporten, vilket oftast får till följd att det blir alldeles för mycket text på overheaden samt att texten blir för liten för att kunna läsas. Vid PowerPoint-presentationer gäller det också att

---

<sup>1</sup> Med PowerPoint-presentationer menas här presentationer med hjälp av dator och kanon.

välja en färgskala som är lättläst i de flesta situationer. Vissa färgkombinationer kräver nämligen en ljusstark kanon plus möjligheter att mörklägga lokalen helt för att kunna läsas.

### **Handouts**

”Handouts” kan vara trevliga att dela ut i samband med presentationen. Detta är dock mycket beroende på sammanhanget och presentationens karaktär. Handouts kan också användas som en reservstrategi dvs tas fram om utrustningen skulle fallera eller om man inte hann med riktigt allt i själva presentationen. *Åhörarkopior*, som delas ut före presentationen, är en form av handouts på vilka det finns reserverat utrymme för åhörarnas egna noteringar under presentationen.

## **ATT TÄNKA PÅ VID SJÄLVA GENOMFÖRANDET**

### **Var dig själv**

Var dig själv, det brukar fungera bäst, speciellt om man är orutinerad. Fundera över improvisation eller att ha allt förberett. Vi är alla olika, en del är bra på att improvisera, men de flesta ”nya” presentatörer behöver noggrant planera allt inklusive ev. ”improvisationer”.

### **Var engagerande**

Våga visa engagemang! Det är engagerande med ett korrekt språk, en öppen och närvarande person, en varierad röst och ett naturligt kroppsspråk. Fundera över hur och i hur stor utsträckning interaktionen med åhörarna skall ske. Vill du ha frågor löpande eller skall dessa placeras i slutet av presentationen? Hur fås en positiv vinkling av åhörarnas frågor? Tänk även på vilket intryck du vill ge. Kroppsspråket förmedlar många gånger mer än vad du säger och sättet du säger det på.

### **Acceptera din nervositet**

Nästan alla bra presentatörer känner nervositet. Kroppen laddar sig inför en presentation. Hjärtrytmen ökar, andningen likaså och adrenalinet släpps på. Några enkla tips för att minska nervositeten kan vara:

- Öva innan, tala igenom hela presentationen innan.
- Förbered dig mentalt, på ditt sätt.
- Ta tid på dig innan du börjar din presentation, testa av ”scenen” under 10-20 sekunder. Publiken ges då möjlighet att ”lära känna dig”, åhörarnas uppmärksamhet är oftast inte riktad mot vad du säger under dina inledande sekunder på scenen, utan deras uppmärksamhet är ofta riktad mot att se hur du är klädd, vad för sorts utrustning du har med dig med mera.
- Titta i början på dem som ser snällast ut och le.
- Skriv ner inledningsmeningen. Lär dig den utantill.
- Skriv manus med stolpar som stöd för minnet men läs inte innantill Detta är dock tillåtet om du kommer av dig eller skall redogöra för sakuppgifter.

### **När du kommer av dig**

Rubriken lyder ”När du kommer av dig” och inte ”Om du kommer av dig”, eftersom du förr eller senare hamnar i den situationen att du kommer av dig, kanske när du minst anar det. Det du då kan göra är:

- Ta dig tid och titta i ditt manus.
- Om du använder OH – läs innantill
- Vinn tid! Summera, ställ frågor!

- Drick lite vatten (under en drickspaus kan man på ett sofistikerat sätt få lite extra tid för reflektion i samband med ex en fråga),
- Gå över till nästa punkt!

### **Aktivera reservplan**

När något "oförutsett" händer före eller under presentationen så överväg snabbt vilka alternativ du har och aktivera ev en av dina reservplaner. Om t.ex. OH-lampan plötsligt slocknar så har du kanske alternativen att byta till ny OH-lampa (du har en med i reserv i väskan), att plocka fram de handouts som du också har i din väska eller att gå över till att utnyttja enbart whiteboard. Vad du väljer beror på exempelvis hur lång presentationen är, hur mycket av presentationen som är kvar m.m. Att kunna hantera oförutsedda händelser på ett konstruktivt sätt är ofta något som uppskattas mycket positivt av åhörarna. Den förtretliga händelsen kan alltså i slutändan medföra att presentationen av åhörarna uppfattas mer positivt än vad den annars skulle ha gjort.

### **Kontakt med åhörarna**

Kontakten med åhörarna är central. Vänd därför inte ryggen mot åhörarna i onödan, tala inte med filmduken.

### **Respekt för åhörarna**

Visa respekt för åhörarna även när de ställer frågor som visar att de är dåligt förberedda, inte alls förstått vad saken gäller eller att de har åsikter som inte alls överensstämmer med dina egna. Försök att fånga upp det positiva i deras frågor snarare än det elaka och ironiska som kanske också finns där. Visa även din respekt genom att hålla dig till det överenskomna ämnet och inom den givna tidsramen.

### **Slutkläm**

Det är viktigt att sätta punkt för presentationen även om den inte gått som man tänkt sig eller man inte alls hunnit med det som skulle hinnas med. Visa klart i ord och handling att nu är det slut, tacka för att du fått komma och tacka ev. även för ett uppmärksamt och trevligt auditorium samt om detta är lämpligt önska lycka till med det fortsatta arbetet. Dra ev. även till med att du gärna återkommer vid ett senare tillfälle.

## **TIPS FÖR DIG SOM VILL VETA MER**

### **En fördjupning samt exempel kan du hitta i:**

Björklund, M. & Paulsson, U. (2003) *Seminarieboken – att skriva, presentera och opponera*. Studentlitteratur. Lund. Kapitel 7.

### **Andra källor:**

*Att tala effektivt*. Sammanställd av: Carin Sandqvist, Institutionen för nordiska språk. Utgiven av: Ekonomihögskolan vid Lunds universitet. 16 sidor. Finns att köpa hos XBS (vaktmästeriet) på Ekonomicentrum för 10 kronor.

Backlund, B. (1991) *Inte bara ord - en bok om talad kommunikation*. Studentlitteratur. Lund. 200 sidor.

Fällman, Barbro (1996) *Tala och engagera*. Studentlitteratur. Lund. 70 sidor.

Gelb, Michael J. (1996) *Bildligt talat*. Docendo läromedel.

Hellspång, Lennart (1992) *Konsten att tala - handbok i praktisk retorik*. Studentlitteratur. Lund. 290 sidor.

Johannesson, Kurt (1990) *Retorik eller konsten att övertyga*. Norstedts. Stockholm. 235 sid.

Minto, Barbera (1995) *The Pyramid Principle: Logic in Writing and Thinking*. Pitman Publishing. London. ISBN 0-273-61710-9.

Palm, Lars (1994) *Övertalningsstrategier - att välja budskap efter utgångsläge*. Studentlitteratur. Lund. 210 sidor.

Zelazny, Gene (2001) *Say it with Charts*. McGraw. UK. ISBN 007136997X.

Zelazny, Gene (1999) *Say it with Presentations*. McGraw. UK. ISBN 0071354077.