FKGPID

9 APRIL 2024

PRESENTATIONS

TEKNIK

Metod och exempel

MARIE CAROLINE PERIS

AGENDA – FÖRMIDDAG

09.00 Introduktion till dagen och hej från Marie-Caroline
09.05 Föreläsning: Presentationsteknik, metod och exampel.
09.45 Paus.
10.00 Individuell arbete: utforska presentation referenser och planera.
10.40 Kort bensträckare.
10.45 Gruppsamtall i breakroom.
12.00 Lunch.

PRESENTATIONS TEKNIK

METOD & EXEMPEL

INNEHÅL

SYFTET MED PRESENTATIONEN - 5 W'S

FRÅGESTÄLLINGAR OCH BRIEF

DESIGNFÖRSLAG

VERKTYG OCH TEKNIKER

STRUKTUR OCH STORYBOARD

LAYOUT - GRAFIK - TYPOGRAFI

TIDSPLANERING

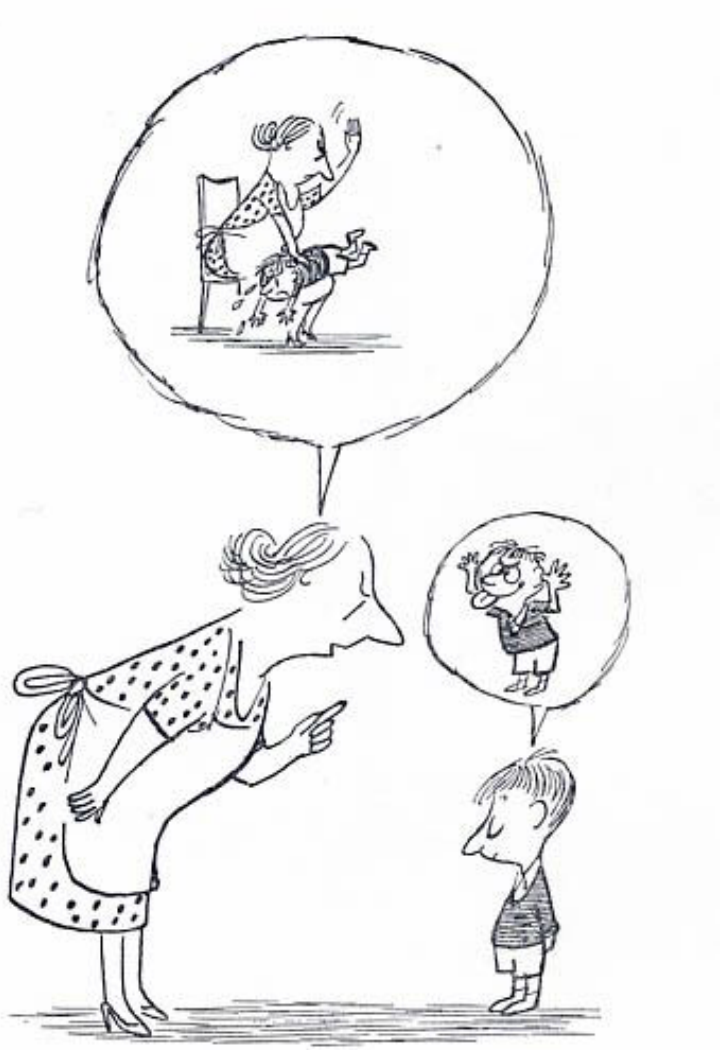
TIPS & INSPIRATION

INNEHÅLL

SYFTET MED PRESENTATIONEN

Vad vill du uppnå med din presentation?

- Förmedla ett budskap
- Besvara frågeställning/frågor
- Förmedla en känsla
- Förklara någonting
- Få någon att förstå
- Väcka begär



THE 5 Ws

WHO

Identify your interlocutor:
Client, Collaborator, User...
Understand their specificities, their knowledge and know-how.
Are they amateur, experts, novice?

WHAT

Define the information you want to communicate to your audience.
You can ask yourself:
How much is one able/willing to share?

WHEN

Understand the moment you are in your design process and the development of your design (research or outcome).
This will guide your selection process.

WHERE

Understand the context in which your communicate your information. This is of course in close relation to your audience.
I always think: “Feel the room”

WHY

Identify your overall goal.
Communicating can be done for many different reasons. Is it to explain, to convince, to guide, to influence, to manipulate?

THE 5 Ws PÅ SVENSKA

VEM	Identifiera din interlokutör: Kund, medarbetare, användare...
VAD	Definiera den information du vill förmedla till din publik.
NÄR	Var befinner du dig i din designprocess: forskning, implementerings-fas...
VAR	Vad är sammanhanget för din presentation? “Feel the room”
VARFÖR	Identifiera ditt övergripande mål: Vill du förklara, övertyga, guida, påverka eller manipulera?

FRÅGESTÄLLINGAR

Formulera 1 eller 2 frågeställningar som du vill undersöka, besvara eller förhålla dig till.

Fråga/or som:

- Hjälper dig att tänka och inte gå vilse
- Definerar din huvudfokus
- Riktar dig till ditt slutresultat

- Knutnas till projektet inte till dig
- Styr dig mot din materialisering (vad...)
- Förklarar metoden/er du använder (hur...)

Exempel: ”Hur skulle inredningen på ett tåg kunna förbättra upplevelsen av en tidskrävande tågresa?”



BRIEF

Gör en kort sammanfattning av den brief du arbetar utifrån. Detta är de 4 viktigaste kategorierna som bör nämnas:

- Bakgrund

Börja med din utgångspunkt

- Syfte

Förklara värför du vill arbeta med det

- Resultat

Visa hur du kommer att svara på
eller lösa situationen/problemet

- Målgrupp

Vem är ditt projekt till för
Vem påverkas av det



DESIGNFÖRSLAG - EXEMPEL 1



Ett jobb som grafisk designer för Lekkontoret.
Diskutera och förklara rumsliga principer
för små barn.

- Bakgrund: *Designworkshop med barn i historisk miljö.*
- Syfte: *Skapa nåntig som förklarar arkitektursverktyg -plan och sektion för barn som inte kan läsa.*
- Resultat: *2D visualiseringsdokument på papper som representerar platsen.*
- Målgrupp: *Barn mellan 3-6 och deras föräldrar.*





DESIGNFÖRSLAG - EXEMPEL 2

En möbel för företaget Holebrook för att visa upp sina kläder i butiker.

- Bakgrund: *Holebrook, ett företag som gör stickade kläder, klassikt uttryck.*
- Syfte: *Utforma en praktisk och modulär möbel för att visa kläder i återförsäljarbutiker. Måste ha varumärkesnamnet på möbeln och vara lokalt producerade.*
- Resultat: *"Box like" möbler med fack i ask. Skisser och tekniskaritningar samt en monteringsguide för återförsäljarna. Information om modulsystemet och förslag på hur man kan organisera hyllorna och visa upp kläderna.*
- Målgrupp: *återförsäljare, butiksanställda och kunder.*



VERKTYG & TEKNIKER

STRUKTUR

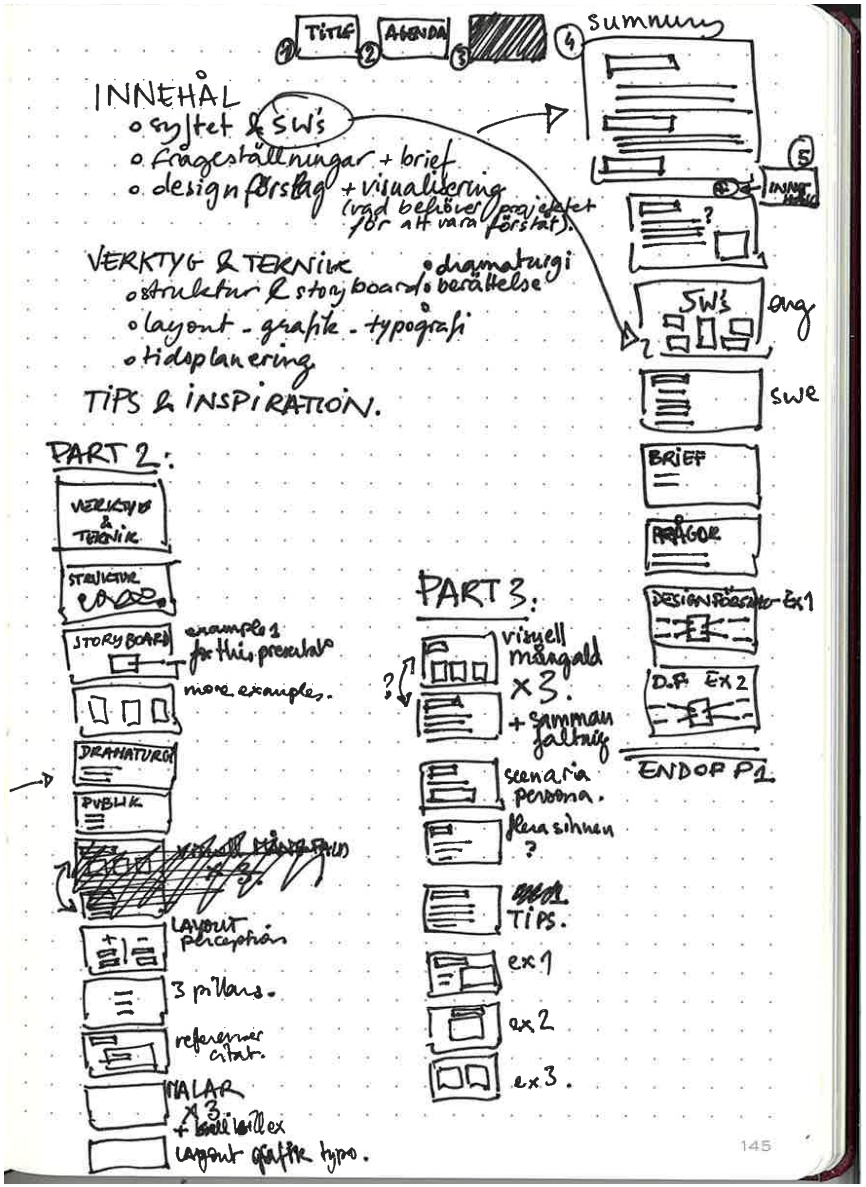
Visualisera en struktur för din presentation.

Vad kan hjälpa dig att utforma din presentation och vad kan göra det lättare för betraktaren att förstå ditt projekt?
Gör en snabb skiss? En punktlista? En storyboard?



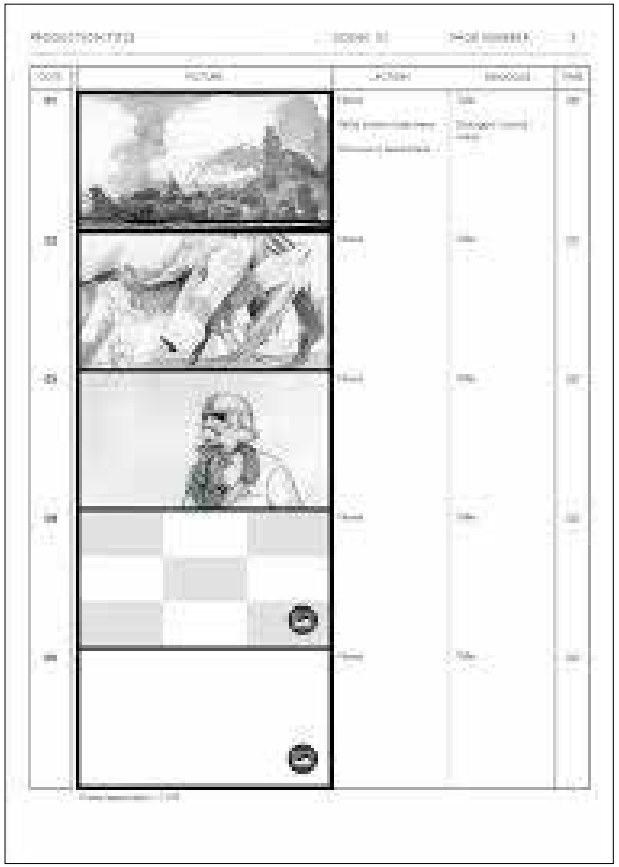
STORYBOARD

Rita och beskriva innehållet i din presentation slide för slide.

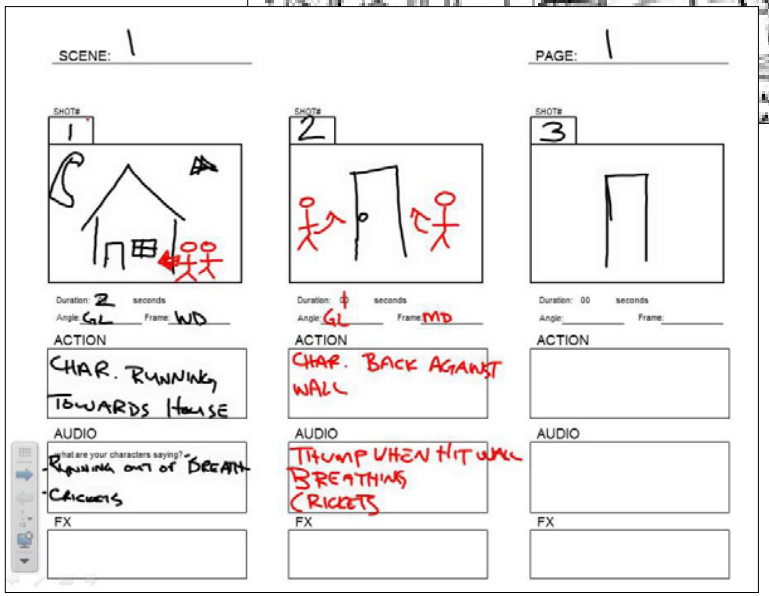


STORYBOARD

Du kan t.ex. låna verktyg från film eller animation och använda dem i din egen presentations- eller designprocess.



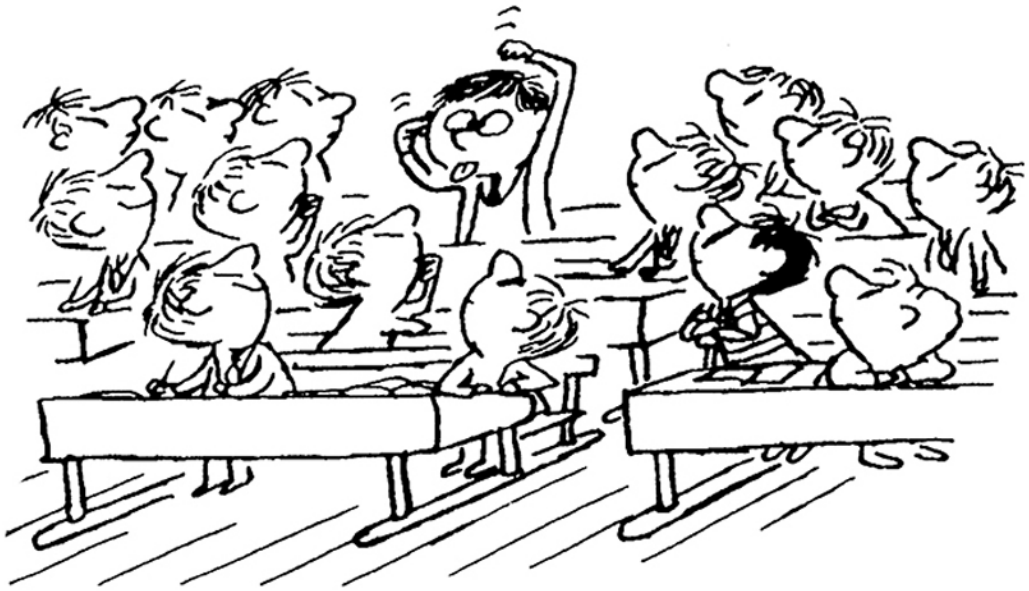




Bilder från Christian Strömqvist och Eva-Johanna Isestig presentationer

PUBLIK

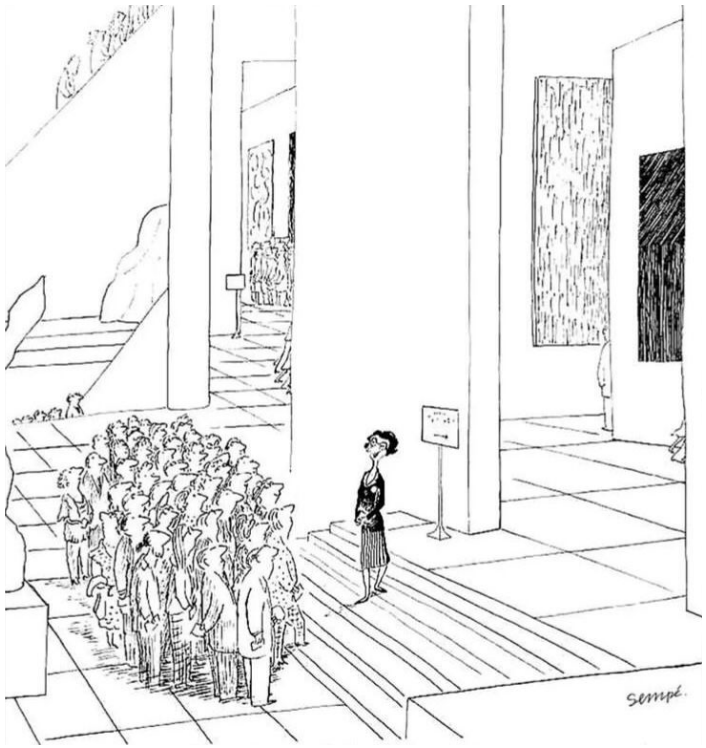
Fundera på vem är din publik för presentationen. Vad vet de? Hur mycket kan de förstå? Expert, icke-expert? Vill de lyssna på dig? Eller måste de göra det?



DRAMATURGI - BERÄTTARSTRUKTUR

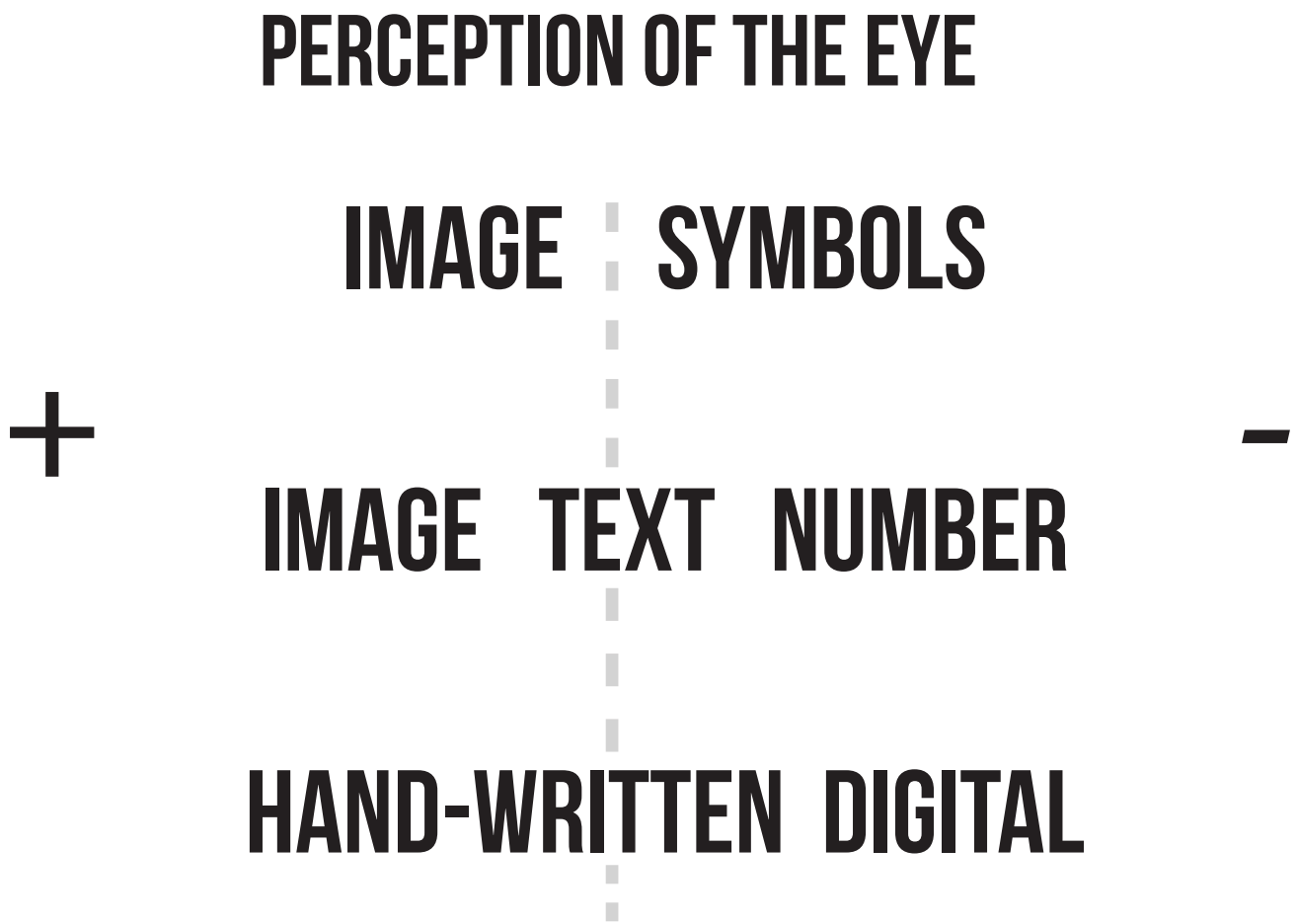
Vad behöver man att tänka på för att förmedla en berättelse/ett budskap

-Tänk på tidsaspekt - tempo - förväntan (visa hur lång presentation)
-När får man presentera resultatet? Tidigt? Sist?
-Ta ansvar/regissera situationen (ibland måste man anpassa sig)
-Det är du som styrar samtalet. Vilka frågor vill du ha?
+ ”Hur mycket ska jag visa av processen?”



FUN FACT!

Vad lockas av det vanliga mänskliga ögat. (Vad ögat gillar att se först).



DE TRE GRUNDPELARNA I LAYOUT

När du organiserar en slide/komposition (layout) kan du börja med att arbeta med de 3 pelarna:

HIERARCHY

Determine the importance level for each componant of your visualisation. Use size, format, fonts, opacity etc. to communicate this importance.

BALANCE

Use guiding lines or a grid to structure the layout of a visualisation. (Just like construction line and vanishing point in a perspective).

WHITE SPACE

Have control over the amount of information you want to communicate. Feel when the eye needs a break or more or less information.


margin
TITLE
hierarchy
>BALANCE<
white space
to let the eye "breath"


compact
lake of balance
no
constant
margin
TITLE
main
info
very different
from "empty" white
space

LAYOUT, GRAFIK OCH TYPOGRAFI

En liten sammanfattning och vad man ska komma ihåg:

- Tänk: Hur kan grafiken förhöja ditt arbete?
- Jobba med hiearkier - tänk tidning (Rubrik, ingress, brödtext etc)
- Jobba med olika uttryck - men sammanhållna (färg, font, etc)
- Utforska olika kombinationer och kompositioner
- Att blanda lite är ok - för mycket blir rörigt
- Använd text och ordbilder som visuellt stöd - undvik mycket text
- Skapa en mall för det visuella uttrycket

Gör det så enkelt som möjligt för dig och din publik!
















SVÄRD

Ett designprojekt om svärd inspirerat av filmen KILL BILL.



Hattori Hanzō, Känd även med förnamnet Masanari eller Masashige, Född 1541 eller 1542 och dog den23 december 1596, var en berömd japansk ninja och samurai . Hans hårdhet i strid gav honom smeknamnet Oni Hanzō, Demon Hanzō).

- Wikipedia

Bilder från Christian Strömqvists presentation

TIPS

VISUELL MÅNGFALD

Variera ditt material för att fånga publiken och öka förståelsen

- Undvik upprepningar
- Variera storlek (layout)
- Ha inte med saker du inte pratar om
- Tänk 2D och 3D visualisering
  (bilder av modeller, skisser, teckningar, fotografi, filmers etc.)



VISUELL MÅNGFALD

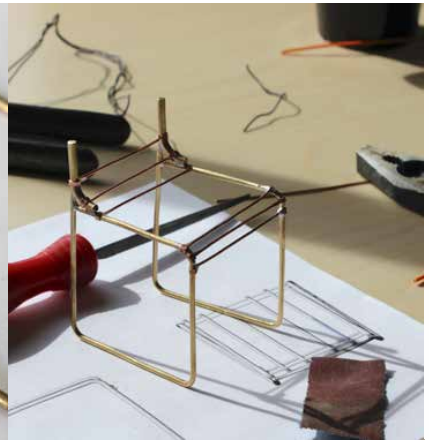
Variera ditt material för att fånga publiken och öka förståelsen








Hannes Blixt

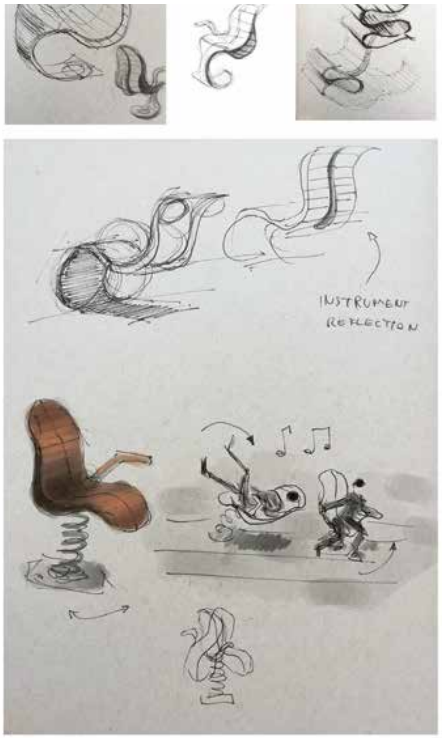


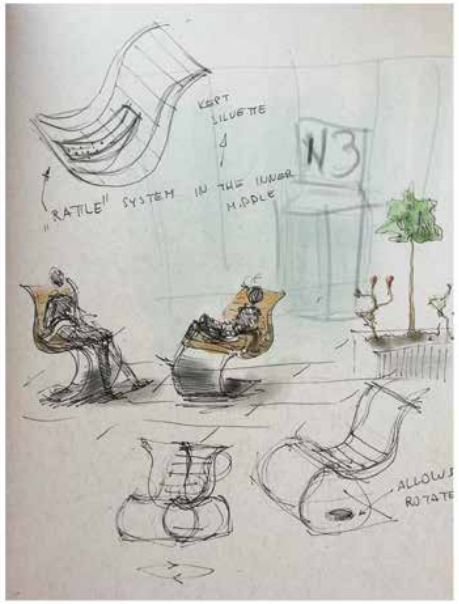
Olivér Pap

Bilder från Christian Strömqvist och Eva-Johanna Isestig presentationer

VISUELL MÅNGFALD

Variera ditt material för att fånga publiken och öka förståelsen





Jakob Niemann



Bilder från Christian Strömqvist och Eva-Johanna Isestig presentationer

SCENARIO/PERSONA

Visualisera ett brukar-/användarscenario för att fånga publiken och öka förståelsen.
Man kan (om man vill), hitta på en karaktär som publiken kan identifiera sig med och hitta på en berättelse (berättande är ett kraftfullt verktyg)

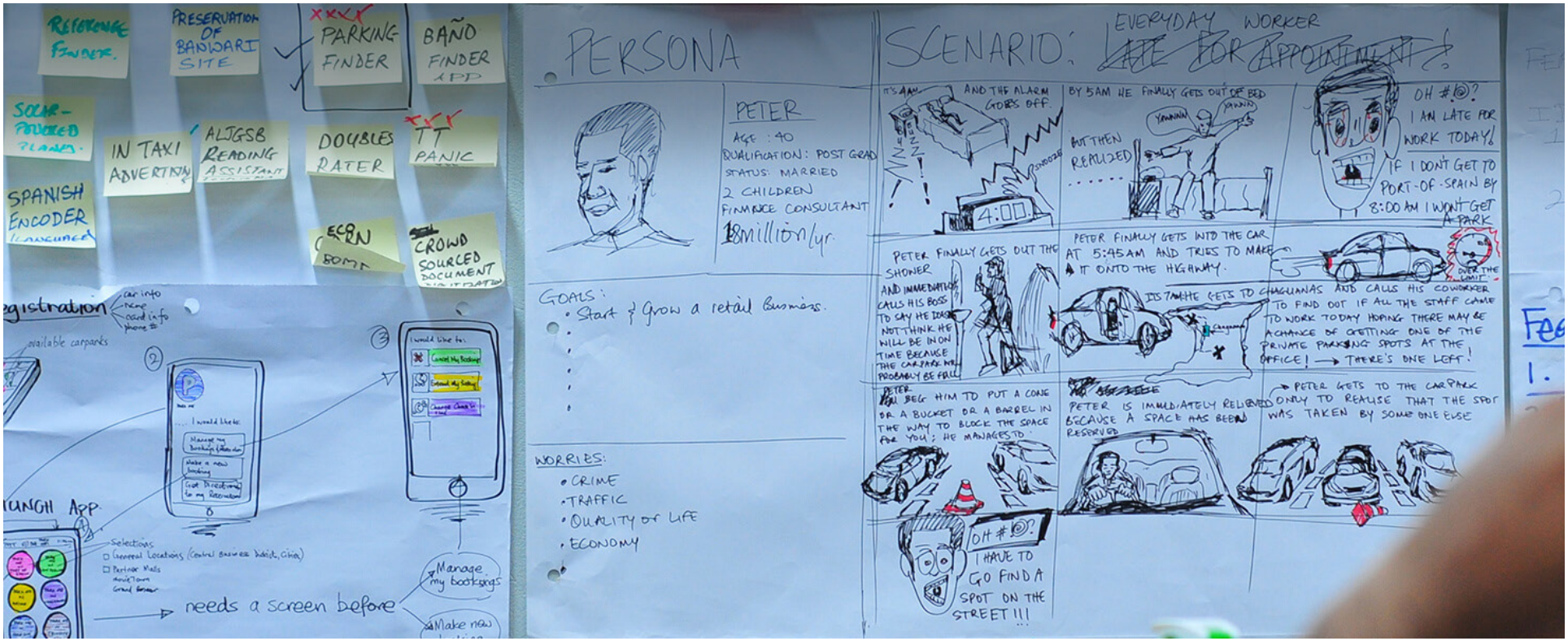


Bild: https://think.design/user-design-research/scenarios/, 20231023

INVOLVERA FLERA SINNEN

Man kan involvera publiken och använda taktilitet och materialprover för att fånga publiken och öka förståelsen. (Användbar irl)
Tänk också på ljud, musik, rörliga bilder och filmer.

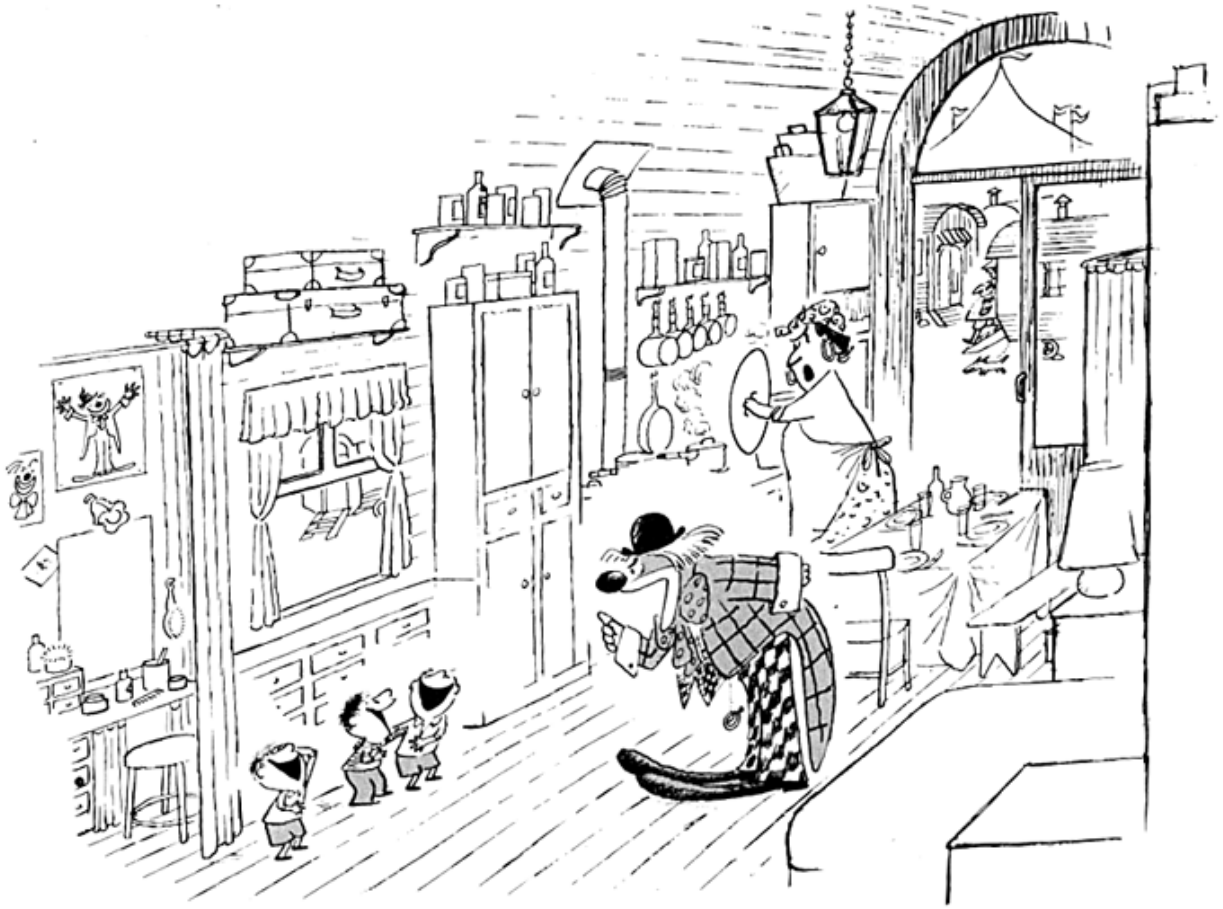






Bilder från Christian Strömqvist och Eva-Johanna Isestig presentationer

TACK!



I told you to get out of your costume before telling them off!