SF EDUCATION

Презентации для профессионалов

32. Построение слайдов

Содержание

1. Логика построения
2. Система иерархии шрифтов

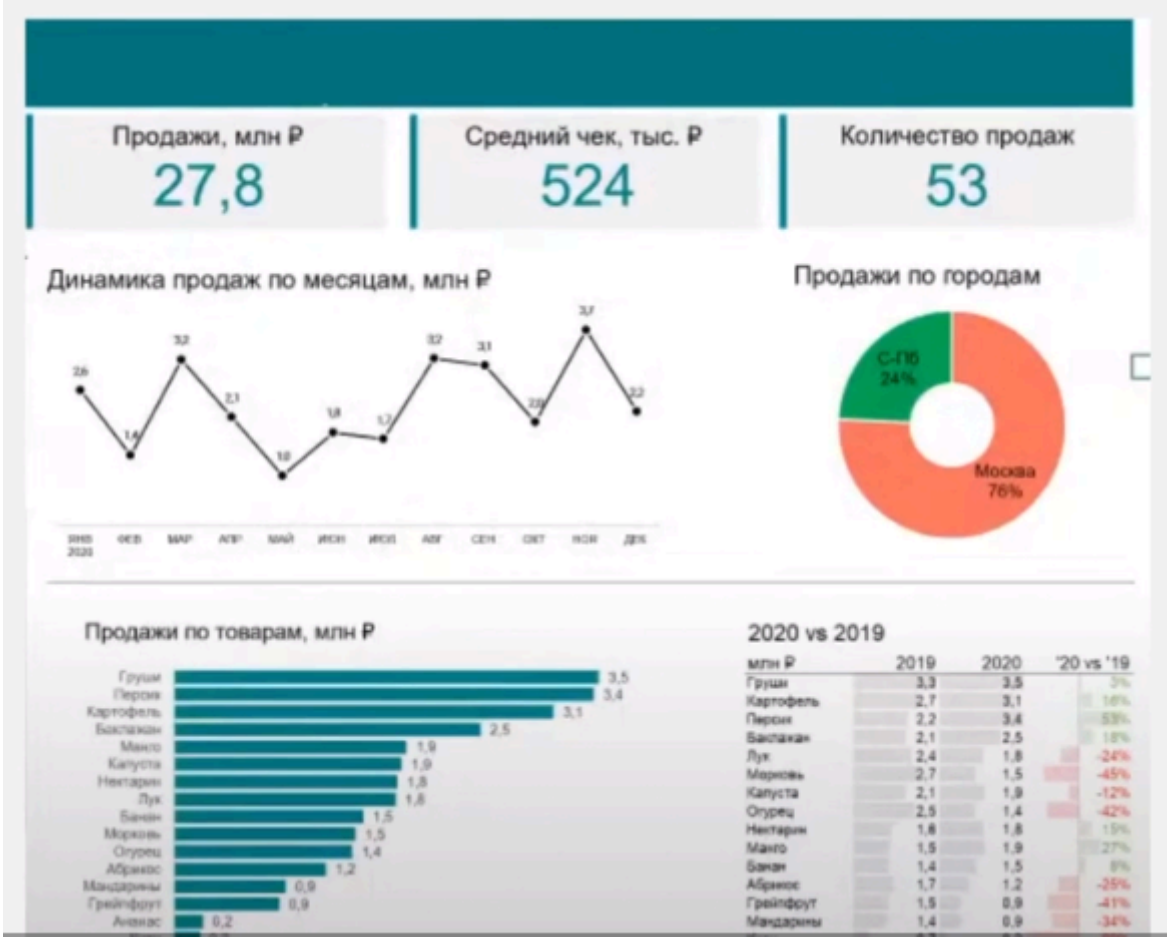
На прошлом уроке мы освоили приемы структурирования текстовой информации и применили их к формированию отдельных текстовых блоков на слайде.
Сегодня же мы применим те же принципы для формирования уже целого слайда.

Логика построения

Мы разбираем черновую обертку слайда или по-другому как строится слайд, по каким принципам он выстраивается.
Логика построения слайда вам известна – от общего к частному или по-другому от главного к деталям:

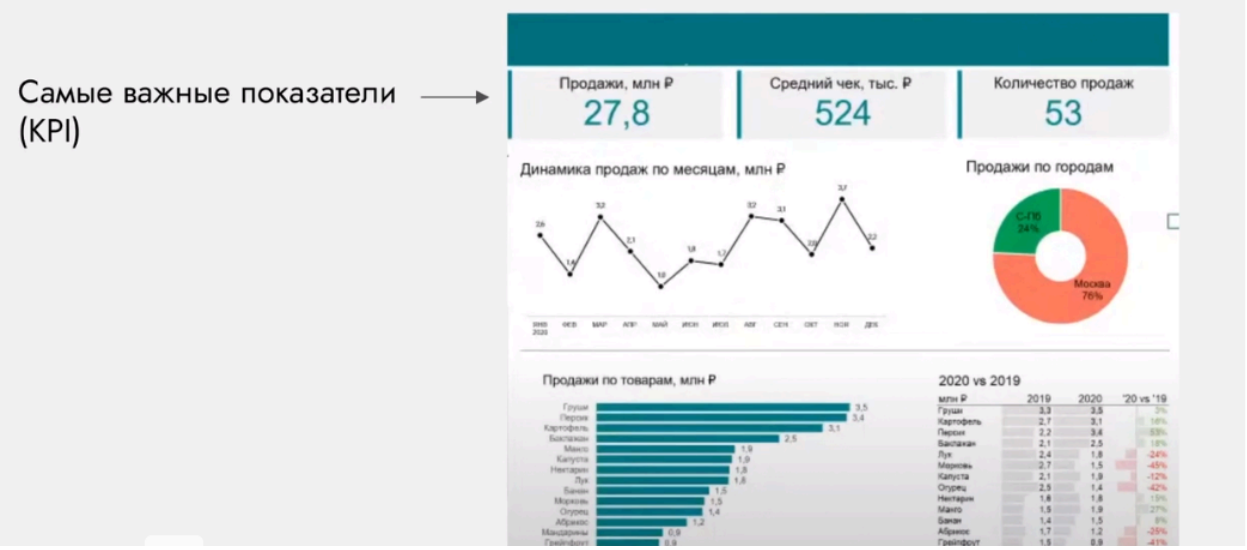


Разберем эти принципы на примере вот такого фрагмента информации:



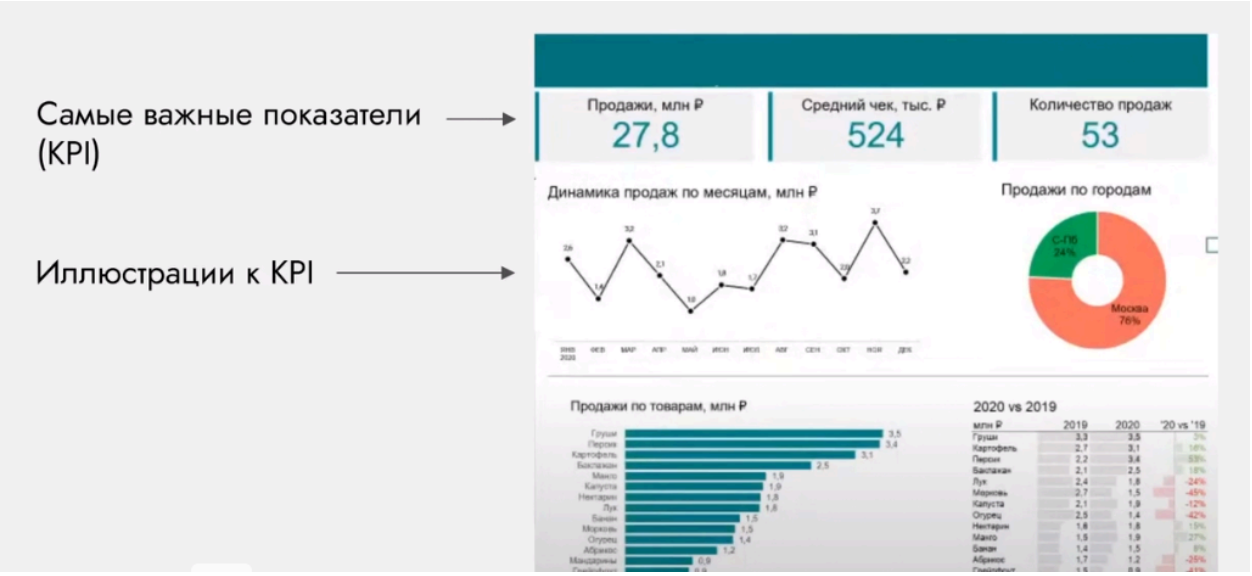
Информация цифровая. Здесь даны какие-то числовые данные и на основе них очень удобно разбираться.

Посмотрим, что находится сверху этого слайда**. Верхний этаж занимают самые важные показател**и, по-другому их называют **KPI**:



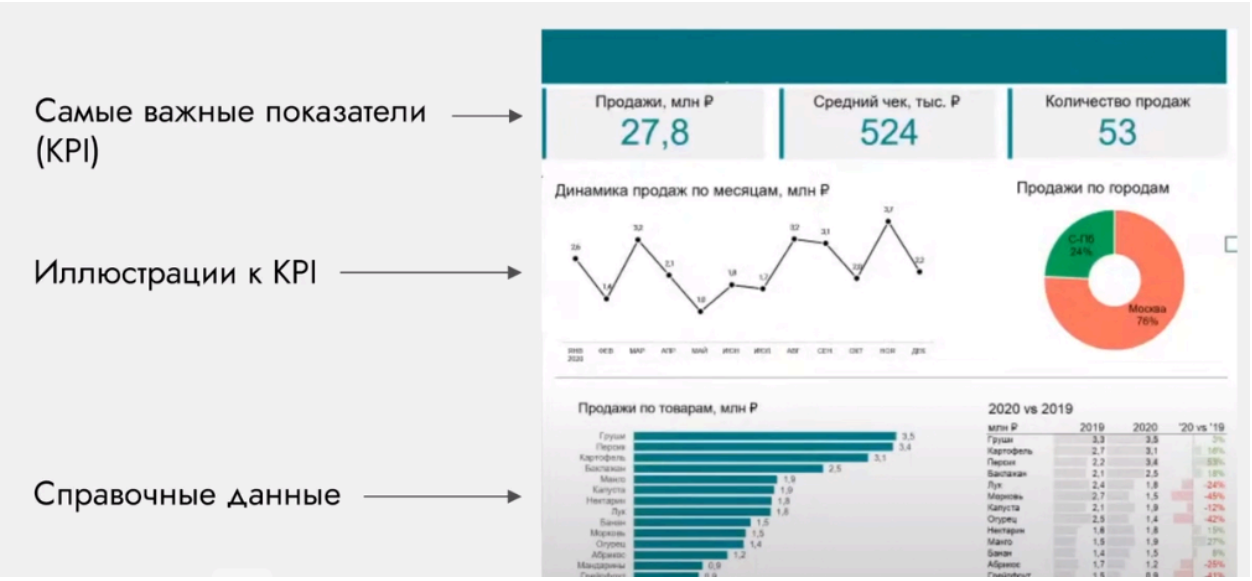
Сюда выносятся какие-то обобщенные цифры, тренды, общее значение, то, что должно остаться в памяти аудитории, то, что является выводами, обобщенными показателями на этом слайде.

Следующий этаж – **иллюстрации к KPI**:



На основе чего были сделаны обобщенные данные, как они получились? Как раз иллюстрация и будет у нас на втором этаже нашего слайда.

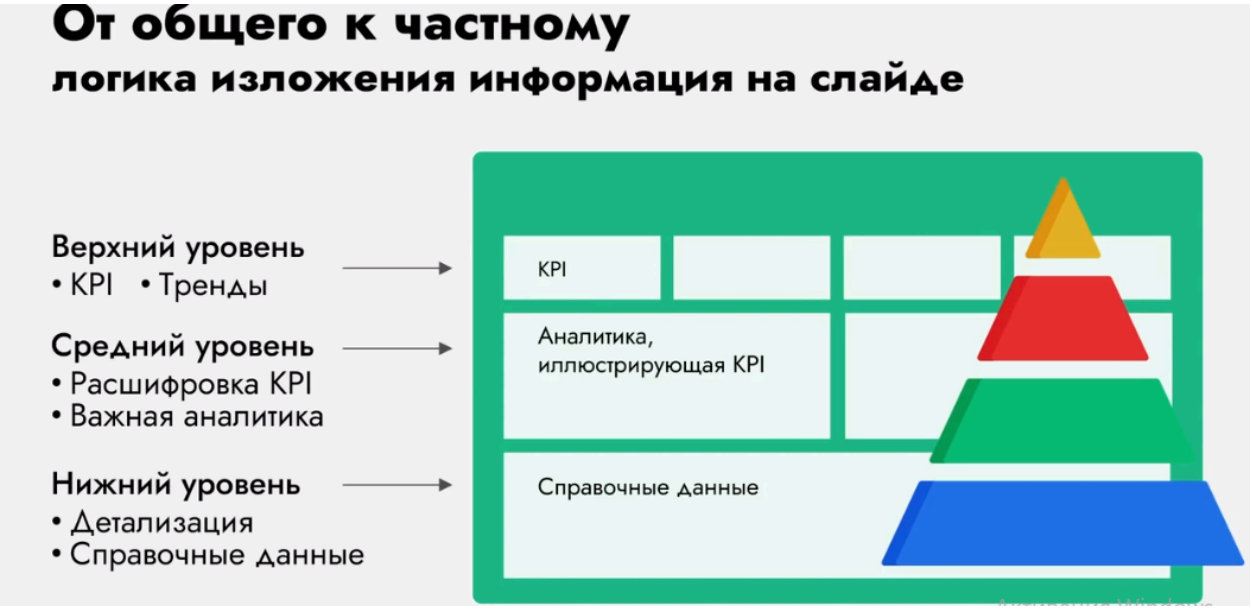
Ну и последний, третий этаж будут занимать **необязательные справочные данные, дополнительная информация**:



Эта информация, которую прочтут только те, кому реально очень интересно или нужно. Все самое главное уже сказано наверху.

И даже человеку, у которого мало времени на прочтение нашей презентации сможет, пробежав глазами верхнюю строчку, уже считать самый важный смысл, не тратив времени на разглядывание остальной информации, которая предназначается для более детального прочтения и для тех, кому действительно нужно, важно и интересно.

Если все обобщить, то можно написать такой принцип:



Изложение от общего к частному на слайде:

Верхний уровень – KPI, Тренды.

Средний уровень – расшифровка KPI и важная аналитика;

Нижний уровень – детализация и справочные данные.

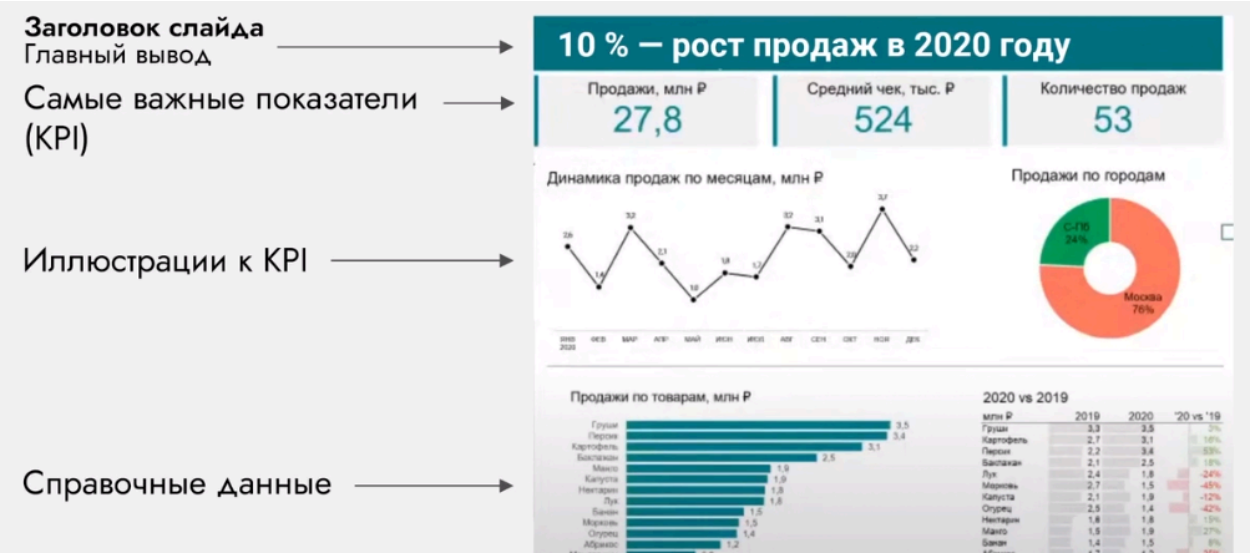
Но здесь еще **не хватает очень важной информации, важной части слайда, а именно заголовка**:



Заголовок – главный вывод.

Если KPI здесь несколько – это то, что мы выносим на первый план и это важно, то заголовок это самый главный вывод. То, что единственное должны вынести зрители слайда то, что они должны запомнить, то, на что должны обратить внимание.

На нашем примере это могло бы выглядеть вот так:



Самое главное из всей информации — это то, что произошел рост продаж на столько-то процентов и это самый главный вывод.

Конечно, вывод может меняться в зависимости от ситуации, от того, что именно вы хотите донести.

Сейчас перед вами текст, на основе этого текста мы выстроим целый слайд:

Тренды в развитии социальных медиа в России

В 2023 году сохраняется выросшая за 2022 год активность авторов. В 2020 (пандемия) наблюдался резкий рост числа авторов (+30%). В 2021 и 2021 году произошло сокращение активных авторов.

В 2023 году число активных авторов в соцмедиа продолжает восстанавливаться (+1,3% в марте 2023 по отношению к октябрю 2022).

Развитие в направлении авторских платформ. ВКонтакте, Telegram, Одноклассники, Дзен, Rutube, а также такие молодые платформы, как Yappi сделали ставку на авторский контент и рекомендации. Большинство платформ запустили специальные программы по привлечению авторов и, в первую очередь, развивают новый функционал именно под них.

Вам потребуется его прочитать, затем вместе с вами построим слайд.

Первое, что необходимо сделать **– понять его основную мысль**.

В заголовок здесь вынесено – тренды в развитии социальных медиа в России. И это не основная мысль, это тема данного текста.

А какой же тренд самый важный?

Этот тренд написан в первом и втором абзацах.

Выделим во втором абзаце:

SF EDUCATION

Тренды в развитии социальных медиа в России

В 2023 году сохраняется выросшая за 2022 год активность авторов. В 2020 (пандемия) наблюдался резкий рост числа авторов (+30%). В 2021 и 2021 году произошло сокращение активных авторов.

В 2023 году число активных авторов в соцмедиа продолжает восстанавливаться (+1,3% в марте 2023 по отношению к октябрю 2022).

Развитие в направлении авторских платформ. ВКонтакте, Telegram, Одноклассники, Дзен, Rutube, а также такие молодые платформы, как Yappi сделали ставку на авторский контент и рекомендации. Большинство платформ запустили специальные программы по привлечению авторов и, в первую очередь, развивают новый функционал именно под них.

И именно этот тренд я вынесу как заголовок нашего будущего слайда:

От общего к частному
логика изложения информация на слайде

Верхний уровень
Заголовок слайда
• Главная идея →

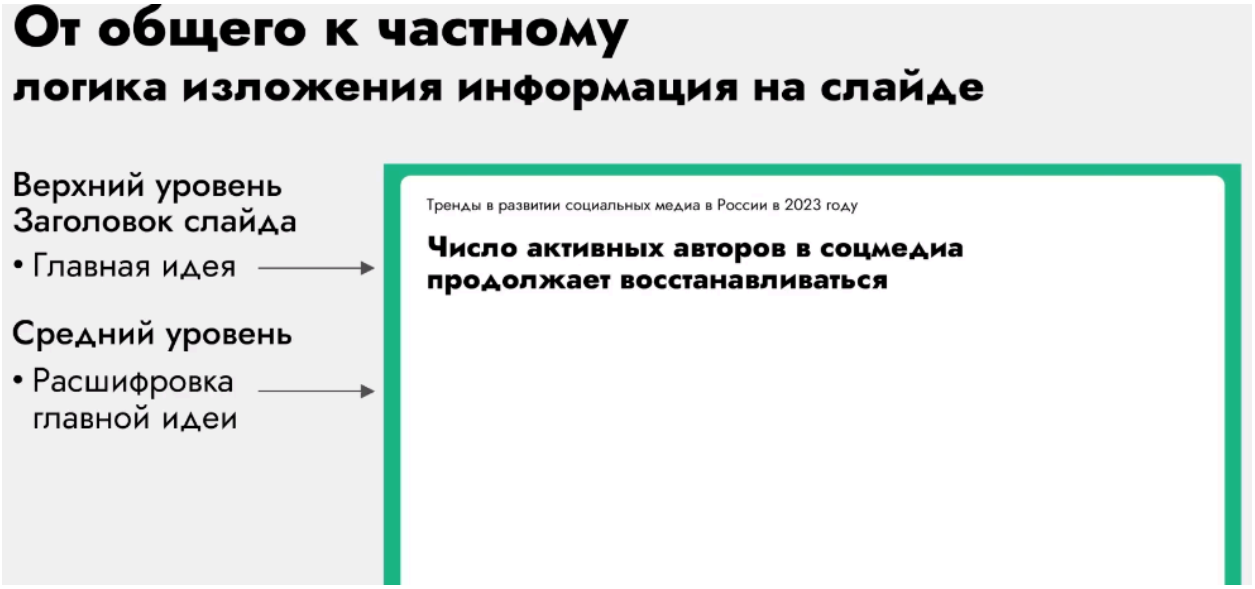
Тренды в развитии социальных медиа в России в 2023 году

Число активных авторов в соцмедиа продолжает восстанавливаться

Верхний уровень – главная идея у нас уже сформирован.

SF EDUCATION

Возвращаемся к нашему тексу и помним, что нам нужно выстроить средний уровень:



То есть, расшифровку главной идеи, а именно почему, на основании чего мы сделали этот вывод.

Давайте его покажем, покажет цифры, которые подтверждают наш вывод.

Смотрим на текст и ищем, где есть подтверждение этого факта:

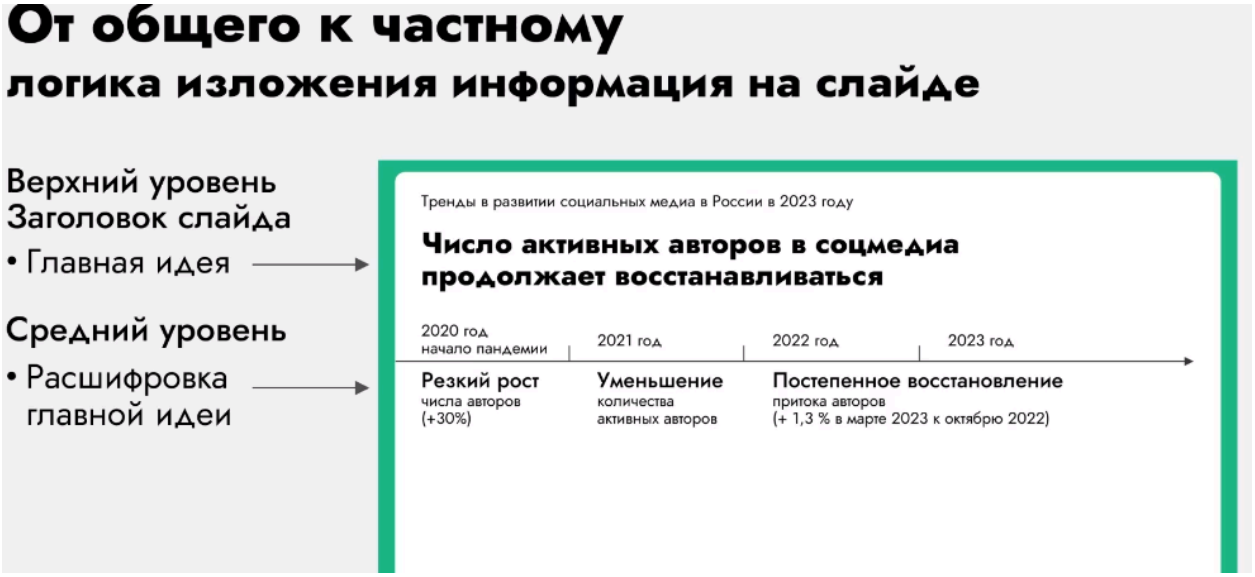
В первых двух абзацах видны цифры, что в 20 году был рост на 30%, в 21 и 22 году было снижение роста, а в 23 году продолжает восстанавливаться на 1.3%.

все эти цифры вы видите:

SF EDUCATION



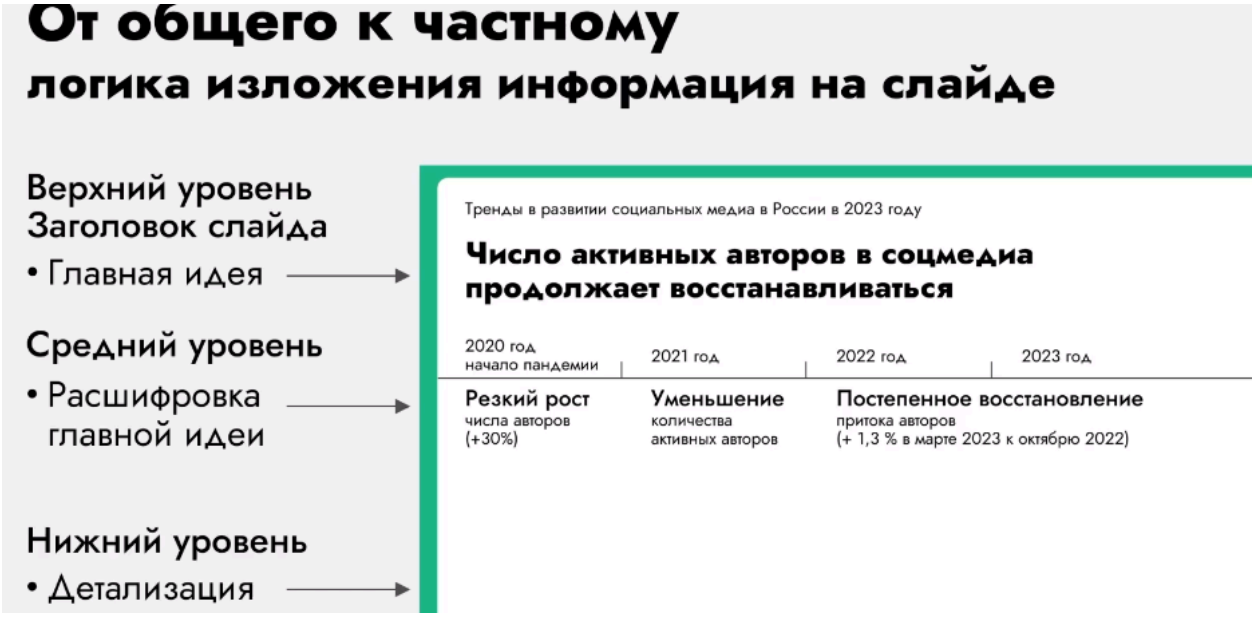
Теперь мы строим второй этаж:



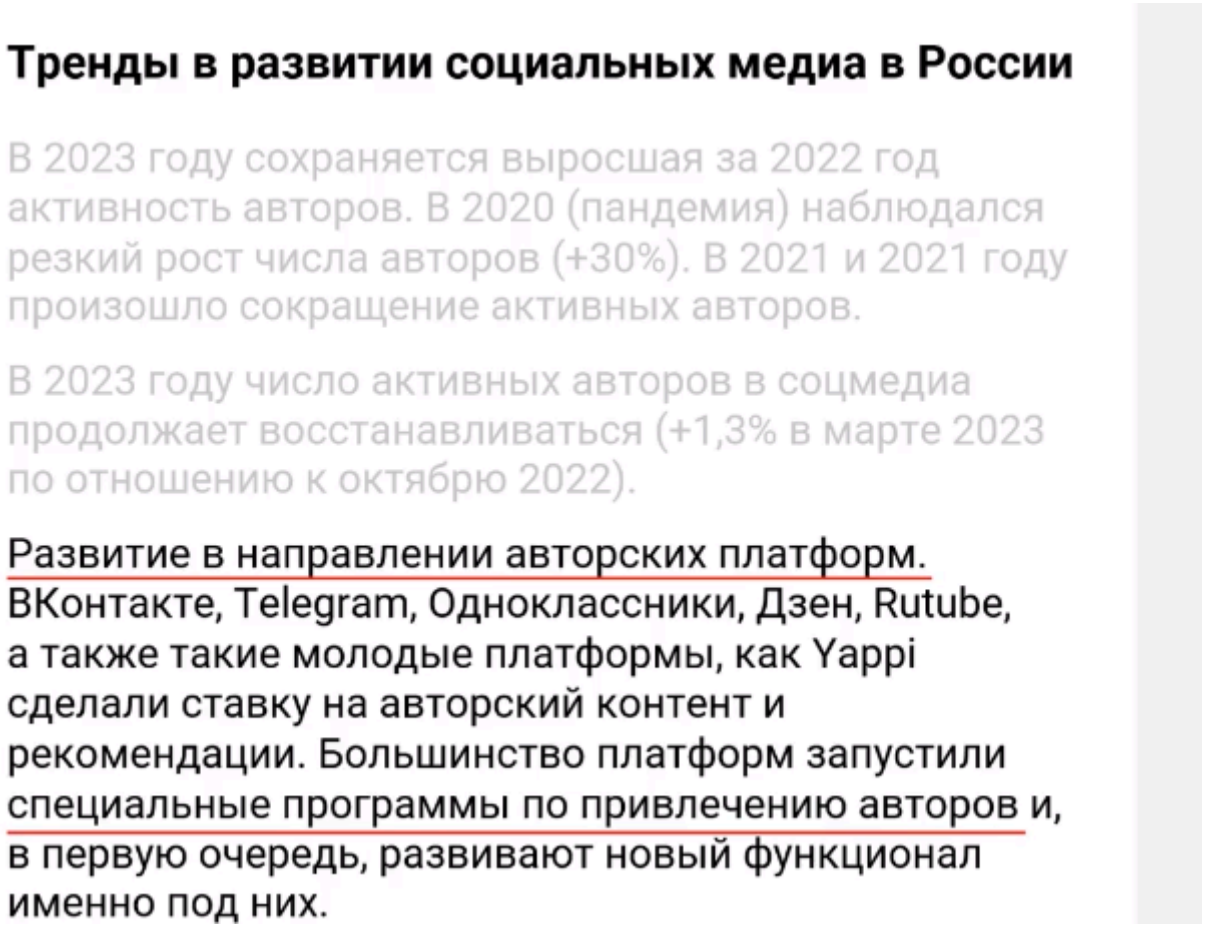
Видите, что два огромных абзаца превратились в один таймлайн, то есть в именную прямую с данными. И теперь информация считывается легко и быстро.

SF EDUCATION

Возвращаемся к тексту, мы будем выстраивать нижний уровень, то есть детализацию информации:



Где же в тексте у нас детали, справочная информация, дополнительные данные? Она в третьем абзаце:



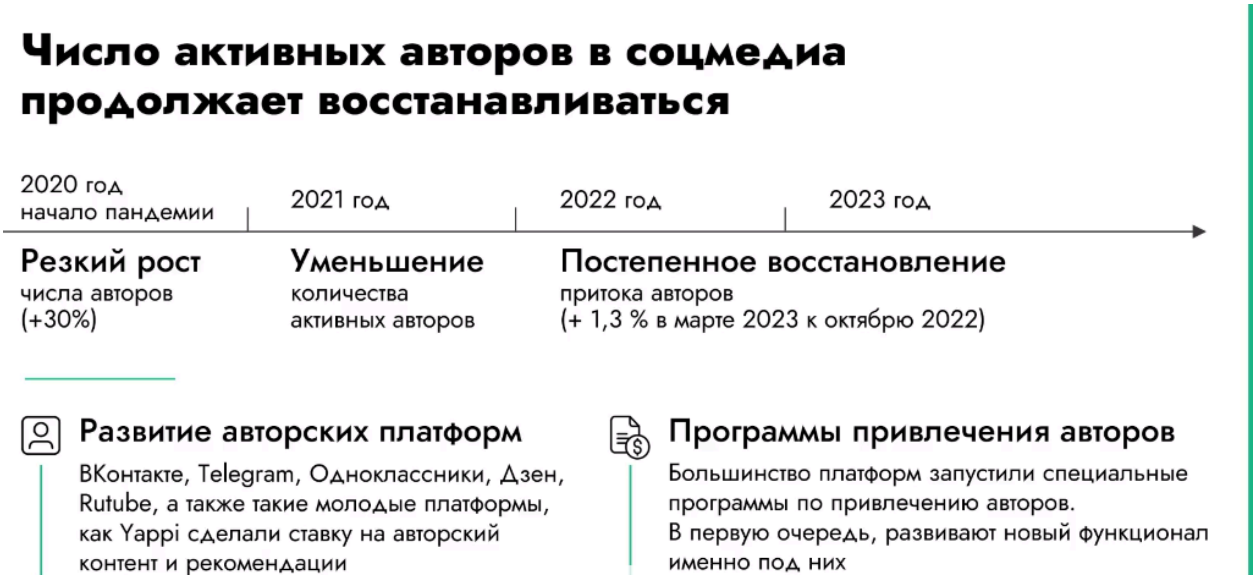
Видим, что здесь говорится о развитии в направлении авторских платформ и про специальные программы по привлечению авторов.

И сделаем это на нашем слайде:



Расскажем про развитие авторских платформ и программы привлечения авторов.

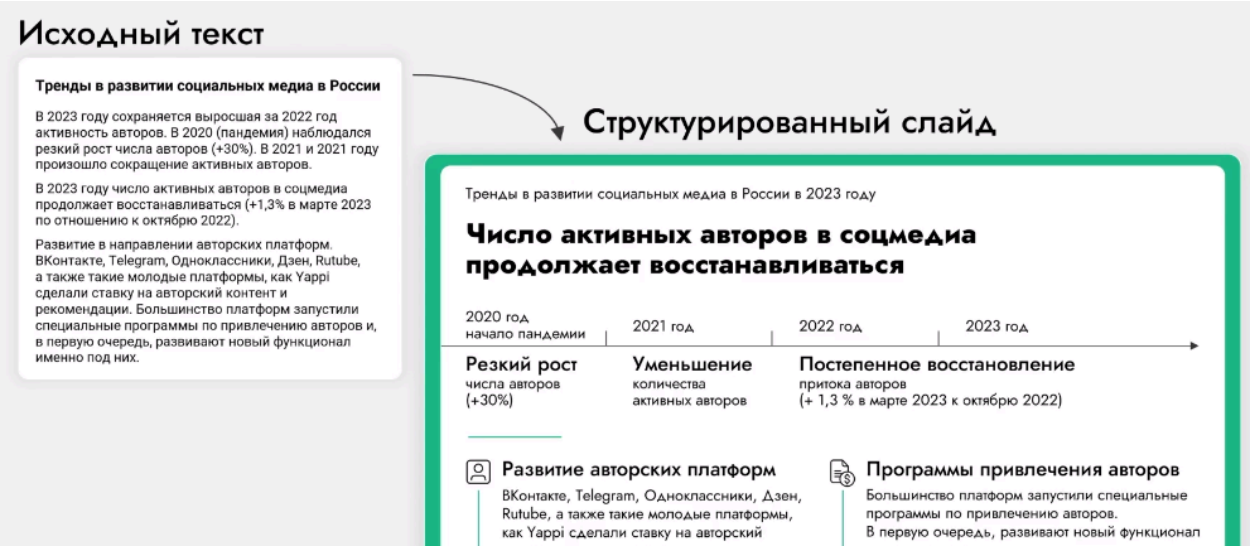
И вот мы из текста сделали вот такой слайд:



Здесь мы применили все принципы, которые разобрали на предыдущем уроке. Выделили надзаголовки и заголовки, выделили отдельные пункты, то есть весь текст разбит на отдельные пункты. Мы применили иерархию расстояний и строки

сделали здесь короткие, которые сейчас впитываются достаточно быстро, охватываются одним взглядом.

Вот был у нас текст плотный, длинный и получился, не потеряв ни один смысл, вот такой структурированный слайд:

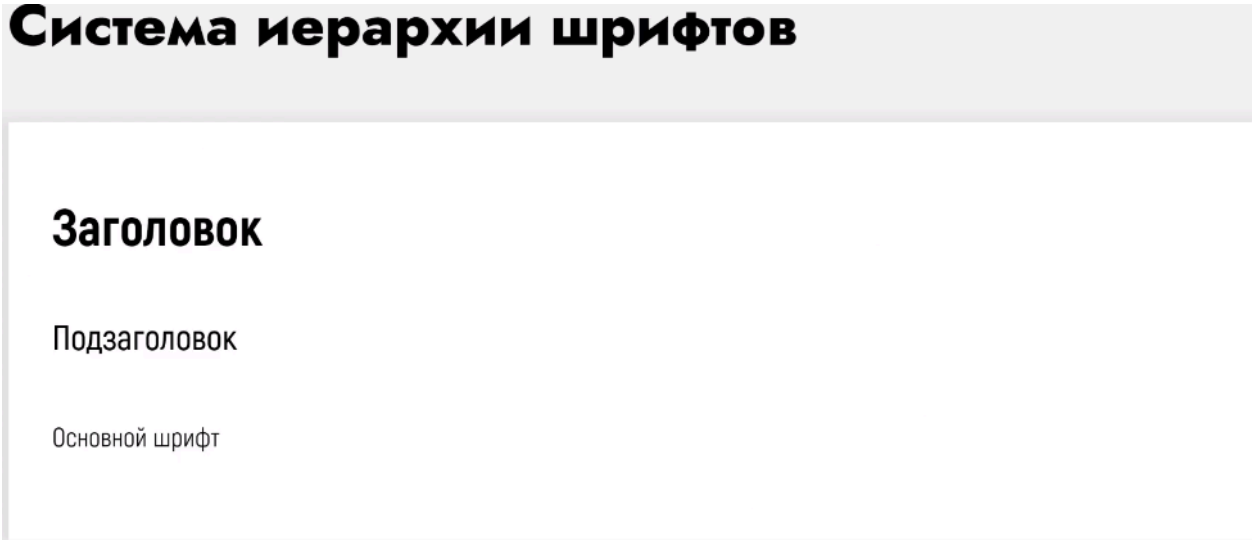


Помимо иерархии расстояний здесь применена иерархия шрифтов. Мы видим основной шрифт на этом слайде и более крупный,жирный шрифт надзаголовков или по-другому заголовки второго уровня, которым набраны слова резкий рост, уменьшение и так далее. А также мы видим самый крупный шрифт – самое важное, что есть на слайде, а именно заголовок.

И эта система шрифтов строго иерархична. Это еще один принцип структурирования информации.

Система иерархии шрифтов

Более подробно остановимся на том, как выстраивать шрифтовую иерархию.



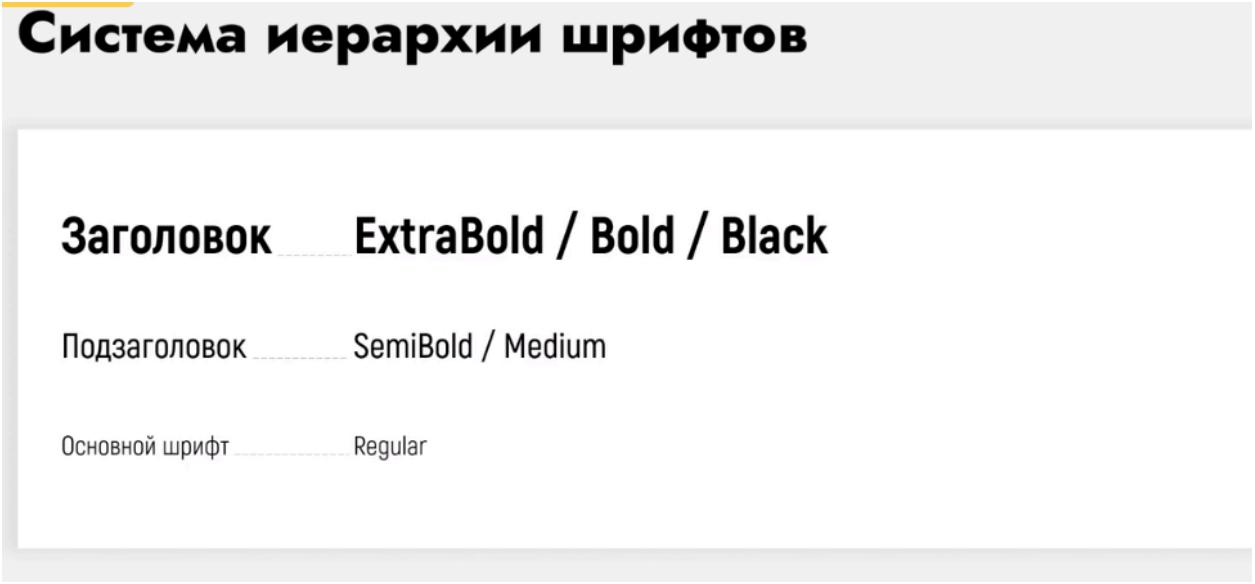
У нас есть минимум три уровня иерархии.

Первый нижний – основный шрифт.

Более крупным – подзаголовок.

И самый крупный – заголовок.

Они отличаются по жирности, насыщенности шрифта. И всегда у нас основный шрифт выбирается начертание regular:



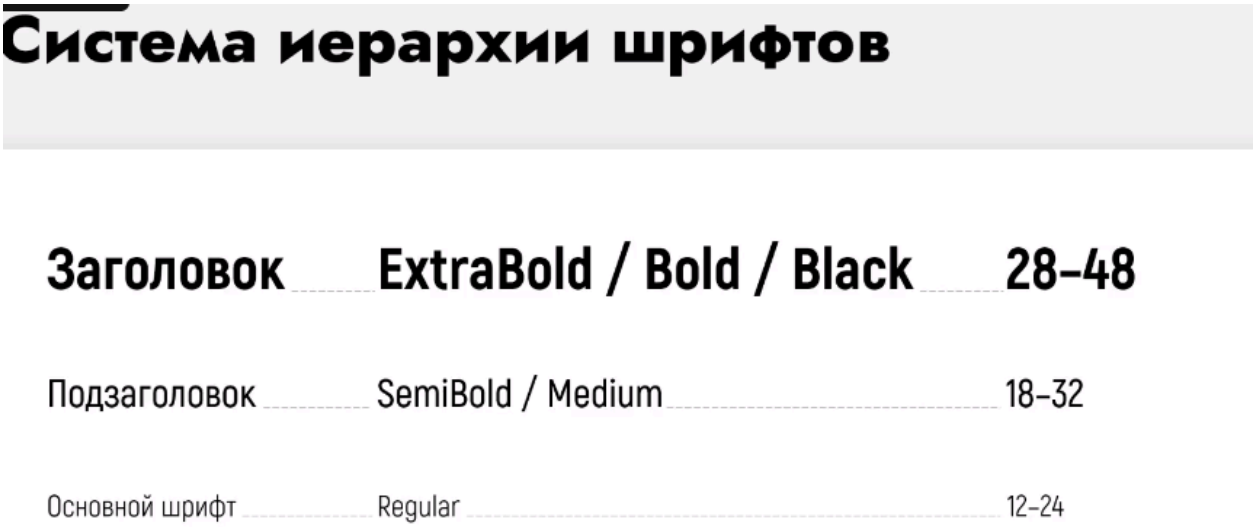
Мы помним, что когда работаем со шрифтами, мы изначально выбираем шрифтовое семейство с большим количеством начертаний, которые позволяют нам выстраивать эту систему иерархии.

Итак, основной шрифт у нас будет начертанием Regular. Либо просто будет называться названием данного шрифта.

Подзаголовки, надзаголовки или по-другому заголовки второго уровня у нас обычно набираются шрифтами SemiBold/Medium.

Ну и самые крупные, главные заголовки – здесь мы можем выбрать начертание ExtraBold/Bold/Black.

А как же различаются размерность шрифта?



Для основного шрифта могут использоваться с размерностью от 12 до 24.

Для заголовков второго уровня от 18 до 32.

Как понимаете, я называю общие, средние цифры.

И заголовки от 28 до 48.

И как видите, разброс очень велик.

От чего это зависит?

Во-первых, это зависит от формата презентации.

На этапах оформления презентации заполняя чек-лист мы с вами отвечали на вопрос в каком формате будет презентация.

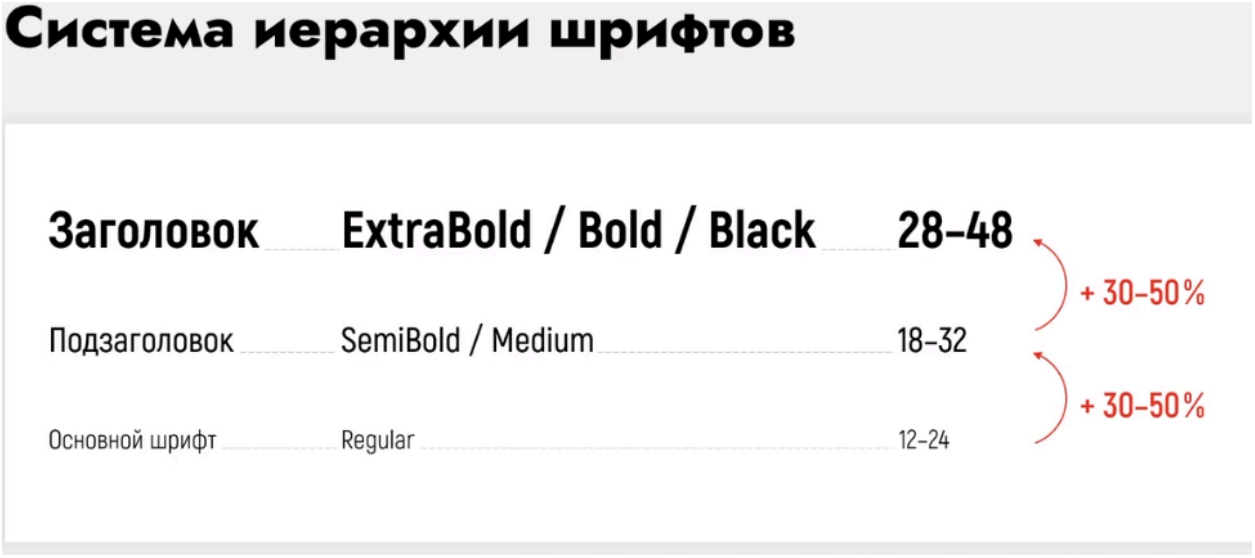
Если это отсылка на почту или распечатка, то мы можем использовать гораздо мелкий шрифт. В этом случае шрифт будет 12-14.

Если для выступлений на большую аудиторию, то здесь будет уместен шрифт 18, а то и 20, а еще лучше 24.

Как понять, какой должен быть заголовок второго уровня и потом заголовок?

SF EDUCATION

Здесь существует свое правило- размерность шрифта всегда читает от самого мелкого шрифта и далее +30-50% к его размеру получается следующий уровень иерархии шрифта:



Например, если у нас основной шрифт был размером 18, то 18+9 (то есть +50%) будет 27.

То есть мы можем в качестве заголовка второго уровнять взять 24 – 28.

Допустим, мы остановились на номере 24. 24+12=36. И тогда самый крупный шрифт на слайде – заголовок будет размерностью 36.

Так выстраивается система иерархии шрифтов.