

STEVE JOBS A PREZENTÁCIÓ MESTERE

Hogyan legyünk
örülten hatásos előadók

Carmine Gallo

a Businessweek.com újságírója

A fordítás alapja:
Carmine Gallo: The Presentation Secrets of Steve Jobs:
How to Be Insanely Great in Front of Any Audience. McGraw-Hill, 2010

© Carmine Gallo, 2010

Fordította © Kuntner Gábor, 2010

Szerkesztette: Falcsik Mari

Borítóterv: Juhász Gábor Tamás

HVG Könyvek
Kiadóvezető: Budaházy Árpád
Felelős szerkesztő: Falcsik Mari

ISBN 978-963-304-023-2

Minden jog fenntartva. Jelen könyvet vagy annak részleteit tilos reprodukálni, adatrendszerben tárolni, bármely formában vagy eszközzel – elektronikus, fényképeszeti úton vagy más módon – a kiadó engedélye nélkül közölni.

Kiadja a HVG Kiadó Zrt., Budapest, 2010
Felelős kiadó: Szauer Péter

www.hvgkonyvek.hu

Nyomdai előkészítés: Typo Time Bt.

Nyomda: HVG Press Kft.
Felelős vezető: Erényi Ágnes
A mű nyomdai kivitelezése
Océ Gemini Digitális technológiával valósult meg.

TARTALOM

ELŐSZÓ: HOGYAN GYŐZZÜNK MEG BÁRMILYEN KÖZÖNSÉGET?	9
ELSŐ FELVONÁS: A TÖRTÉNET	21
1. szín – Tervezés papíron, ceruzával	23
2. szín – A legfontosabb kérdés	37
3. szín – Küldetéstudat	51
4. szín – Feliratok Twitter-mintára	67
5. szín – Menetrend	79
6. szín – Az ellenfél	97
7. szín – A hős	111
Első szünet: A tízperces szabály	121
MÁSODIK FELVONÁS: AZ ÉLMÉNY	123
8. szín – A bennünk rejlő zen	125
9. szín – A számok felöltöztetése	149
10. szín – „Hihetetlenül intenzív” szavak	159
11. szín – A színpad megosztása	177
12. szín – Színpadi kellékek	189
13. szín – A legdrámaibb pillanat	205
Második szünet: Phil Schiller a legjobbtól tanult	217
HARMADIK FELVONÁS: PRÓBÁK, VÉGSŐ CSISZOLÁS	221
14. szín – A színpad mestere	223
15. szín – A könnyedség látszata	239
16. szín – Megfelelő jelmez	259
17. szín – Papírok nélkül	263
18. szín – Az előadó öröme	273
Ráadás – „Maradj éhes, maradj kicsit bolond!”	283
NÉV- ÉS TÁRGYMUTATÓ	287

A bennünk rejlő zen

Az egyszerűség a végső kifinomultság.

Leonardo da Vinci

Az egyszerűség az Apple formatervezésének egyik legfontosabb koncepciója – számítógépektől a zenelejátszóig, a telefonoktól a boltok kialakításáig. „Ahogy a technológia egyre összetettebbé válik, úgy lesz az Apple-nek egyre fontosabb az a meghatározó vonása, hogy tudja, hogyan kell a nagyon kifinomult technológiát a halandó ember számára is érthetővé tenni.” – mondta Jobs 2003-ban a *The New York Times* újságírójának az iPod-ról szóló cikkben.¹¹⁵

Ugyanebben a cikkben az Apple formatervezési guruját, Jony Ive-ot is megkérdezte a *The New York Times*, aki elmondta, hogy Jobs akarta az iPodot ennyire egyszerűvé és letisztulttá tenni. Éppen olyan nagy jelentősége volt annak, amit a csapat eltávolított az eredetileg másképp megtervezett iPodról, mint annak, amit rátett. „Érdekes volt, hogy az egyszerűségből, csak magából a szemérmetlen egyszerűség kifejezéséből olyan termék keletkezett, amely nagyon különbözött minden mástól. De a különбözés még nem maga a cél. Valójában nagyon könnyű az addigiaktól eltérő termékeket készíteni. A tényleges izgalom abban volt, ahogy kezdtünk rájönni, hogy az iPod

¹¹⁵ L.: Rob Walker: „The Guts of a New Machine”, *The New York Times*, 2003. november 30., nytimes.com/2003/11/30/magazine/30ipod.html?pagewanted=1&ei=5007&en=750c9021e58923d5&ex=1386133200 (elérve: 2009. január 30.)

esetében miben is rejlik ez a különbség: hogy ezúttal tényleg nagyon egyszerű eszközt próbálunk létrehozni” – mondta Ive.¹¹⁶ Szerinte a bonyolultság az iPod halála lett volna.

Jobs úgy teszi egyszerűen használhatóvá a termékeket, hogy megszünteti a zűrzavart és eltávolít bizonyos szolgáltatásokat. Ez az egyszerűsítési folyamat a diáira is érvényes. „Lustaság az előadó részéről mindent egyetlen diára zsúfolni.” – írja Nancy Durante.¹¹⁷ Míg a legtöbb előadó annyi szót ír egy diára, amennyit csak tud, Jobs egyfolytában töröl és még és még töröl.

A Jobs-bemutatók megkapóan egyszerűek, látványosak és nincsenek bennük felsorolások. Így van: nincsenek bennük felsorolások. Soha. Természetesen ez ahhoz a kérdéshez vezet, hogy tényleg lehet-e a PowerPointtal bemutatót tartani a PowerPoint listái nélkül? A válasz: igen. De a helyzet még ennél is érdekesebb. A kognitív funkciókat, vagyis az agyunk működését vizsgáló kutatások azt bizonyítják, hogy a felsorolás az információátadás lehető legkevesbé hatékony módja. Az neurológusok állítják, hogy ami egy szokásos bemutatón történik, az a legrosszabb, legkevesbé eredményes módja a közönség bevonásának.

Dr. Gregory Berns az *Iconoclast* (Képromboló) című könyvében így ír: „Az agy alapvetően egy lusta húsdarab.”¹¹⁸ Más szavakkal, az agy nem akar energiát pocsékolni, úgy fejlődött ki, hogy a lehető leghatékonyabban működjön. Az olyan bemutatókészítő szoftverek, mint a PowerPoint, egyszerűen túl könnyen túlterhelhetővé teszik az agyat. Indítsuk csak el a PowerPointot, és az alapértelmezett sablonban már helye van címnek, alcímnek és felsorolásoknak. Ha úgy dolgozunk, mint a legtöbb előadó, felírjuk a címet a diára, adunk egy alcímet, majd ez alá felsorolásokat, sőt akár még ez alá is különböző alacsonyabb hierarchiájú felsorolásokat készítünk. Az eredmény valahogy úgy fog festeni, mint a 8.1. ábra.

¹¹⁶ Walker: i. m.

¹¹⁷ Duarte: i. m., p 93

¹¹⁸ Gregory Berns: *Iconoclast*. Harvard Business Press, Boston, 2008, p 36

Cím

- Felsorolás
 - Felsorolás (alacsonyabb szintű)
 - Felsorolás (még alacsonyabb szintű)
- Felsorolás
 - Felsorolás (alacsonyabb szintű)
 - Felsorolás (még alacsonyabb szintű)
- Felsorolás
 - Felsorolás (alacsonyabb szintű)
 - Felsorolás (még alacsonyabb szintű)
 - Felsorolás (ezt már tényleg ellepte a dudva)

8.1. ábra

Tipikusan unalmas PowerPoint-sablon

Nos, ez az a diaelrendezés, amitől rögtön nagyon ideges leszek. Remélem, ez az Olvasó számára is elég taszító forma. Garr Reynolds ezt a dokumentum és a dia összeházasításával létrejött öszvért „diamentumnak” hívja. „...az előadók azt hiszik, hogy egyszerűbbé teszik a prezentáció bemutatását. A szándék üdvözlendő, de az eredmény csapnivaló: a diamentum aláássa a prezentáció során létrejövő kommunikációs folyamatokat, és kiosztmányként is használhatatlan.”¹¹⁹ Mint Reynold mondja, ez afféle „két legyet egy csapásra” megközelítés. Sajnos azonban az egyetlen dolog, amit sikerül egy csapásra megölnünk a diamentumok alkalmazásával, az a hatékony kommunikáció.

Reynolds véleménye szerint, ha jól használjuk a PowerPointot, az kiegészítheti és javíthatja az előadást. Nem a PowerPointot akarja bántani, hanem a PowerPointban és a Keynote-ban mindenütt állandóan jelen levő felsorolásokat. Szerinte már mindenki jó régen rájött, hogy ha ugyanazt a szöveget, amit elmondunk, felírjuk a diára is, az nem segít, inkább ront a dolgokon.

¹¹⁹ Reynolds: i. m., p 80

Ha viszont Jobs-féle diaképeket készítünk, előadásunk messze ki fog magasodni a mezőnyből, már csak azért is, mert kevés ember készít olyan diákat, mint ő. A hallgatóságot ez sokkszerűen fogja érni, és tetszeni fog nekik, egyszerűen azért, mert senki más nem csinál ilyet. Mielőtt azonban megnéznénk, hogy hogyan készíti el ezeket a diákat, érdemes megérteni, hogy miért csinálja így. Steve gyakorló zen buddhista. Jeffrey Young és William Simon életrajzírók szerint Jobs 1976-ban kezdett el foglalkozni a zennel.¹²⁰ 1991-ben, amikor házasságot kötött Lauren Powellel, még az esküvőjén is jelen volt egy zen buddhista szerzetes.

A zen központi alapigazsága a *kanso* avagy az egyszerűség elgondolása. Reynolds szerint: „A zen művészet arra tanít, hogy a valódi szépséghez és a termékeny gondolatokhoz az egyszerűségeken át vezet az út.”¹²¹ A formatervezési elv, amelyre alapozva Jobs az Apple-termékeket és az előadásait tervezi: az egyszerűség és a fölösleges dolgok eltávolítása. Valójában, ami Steve Jobs életstílusát illeti, szinte mindent a zenből merített.

1982-ben Diana Walker fotós készített egy portrét Jobsról, házának nappalijában. A szoba hatalmas volt, mennyezetig értek az ablakok, és volt benne egy kandalló. Jobs a faborítású padlón ült, egy kis szőnyegen. Mellette állólámpa, mögötte a hifi és jó pár album, néhány a földre szórva. Jobs akkor már igazán megengedhetett volna magának egy-két bútort, hiszen amikor a fénykép készült, már több mint 100 millió dollár volt a bevétele. De ő továbbra is ragaszkodott puritán környezetéhez és szokásaihoz.

Steve Jobs ugyanezt a minimalista esztétikát viszi bele az Apple termékeibe is. „Az Apple terméktervezési folyamatának egyik legfontosabb része az egyszerűsítés”¹²² – írta Leander Kahney a *Steve agyában* című könyvében.

¹²⁰ Carrie Kirby – Matthew Yi: „Apple Turns Thirty: The Man Behind the Mac”, SF Gate, 2006. március 26., sfgate.com/cgi-bin/article.cgi?file=/c/a12006/03/26/mng7ehueq5l.dtl (elérve: 2009. január 30.)

¹²¹ Reynolds: i. m., p 125

¹²² Kahney: i. m., p 61

*Jobsot soha nem érdekelte a technológia csak magáért a technológiáért. Soha nem szereli fel és nem tömi tele mindenféle vicikvacakkal a termékeket, csak azért, mert ezt könnyű lenne megtenni. Éppen az ellenkezője. Jobs addig veszi vissza a termékek összetevőit, míg a lehető legegyszerűbbek nem lesznek, s ekként könnyen használhatóvá válnak.*¹²³

Amikor az Apple indult, a '70-es években, a hirdetéseinek olyan számítógépek iránt kellett keresletet teremtenie a mindennapi vásárlók körében, akik közül igazán senki sem gondolta, hogy szüksége lenne ezekre az új eszközökre. Kahney szerint: „A hirdetések egyszerű, közérthető nyelven íródtak, a versenytársak hirdetéseit domináló szakzsargon helyett, amivel ők végül is teljesen más piachoz kívántak szólni: a hobbistákhoz.”¹²⁴ Jobs azóta is egyszerűen kommunikál.

Szívleljük meg Hans Hofmann, a nagy német festő mondását:

Az egyszerűsítés képessége azt jelenti, hogy eltüntetjük a nem szükségességet, hogy a szükséges érvényesülhessen.

Azzal, hogy eltüntette a zsúfoltságot a termékekről és a fölösleges információkat az előadásokból, Jobs a végső célt éri el: az átláthatóságot és a könnyen kezelhetőséget.

Felejtsük el a jegyzetelést!

Seth Godin állapítja meg a blogjában: *Már fiatalkorunk óta arra tanítanak bennünket, hogy a figyelmes hallgatás helyett inkább készítsünk jegyzeteket. Ez nagy kár. A tevékenységünknek figyelmet kell követelnie (a felsorolásjelek jegyzetelésre buzdítanak, tippjük:*

¹²³ Kahney: i. m., p 60

¹²⁴ Uo., p 131

„Írd csak le, de most ne igazán figyelj oda rá!” Az emberek nem jegyzetelnek az operában.¹²⁵

Macworld 2008: Az egyszerűség művészete

Hogy jobban átlássuk Jobs egyszerű diáinak jelentőségét, egy táblázatot készítettem a Macworld 2008-as nyitóelőadásából. A 8.1. táblázat bal oszlopa az elhangozott beszéd leirata, a jobb oszlopa pedig a kísérő diákon feltűnő szöveget tartalmazza.¹²⁶ Jobs előadása négy diaképen kevesebb szöveget tartalmazott, mint amennyit a legtöbb előadó egy diára zsúfol. Az agyunk működését kutató tudósok – köztük a már idézett John Medina a Washingtoni Egyetemről – megfigyelték, hogy az átlagos PowerPoint-dia negyven szót tartalmaz. Jobs első négy diája összesen hét szót, három számot és egy dátumot tartalmaz, felsorolást egyet sem.

8.1. táblázat

Jobs nyitóelőadásából, a 2008-as Macworldön

Steve Jobs szavai	Steve Jobs diái
„Egy pillantás erejéig nézzünk vissza 2007-re! Különleges év volt az Apple számára. Néhány hihetetlen új termék: a lenyűgöző új iMac, a szuper új iPodok, és persze a forradalmi iPhone. És még nem is szóltam a Leopardról és a többi nagyszerű szoftverről, amelyet 2007-ben jelentettünk meg.”	2007

¹²⁵ „Nine Steps to PowerPoint Magic”, Seth Godin blogja, 2008. október 6., http://sethgodin.typepad.com/seths_blog/2008/10/nine-steps-to-p.html (elérve: 2009. január 30.)

¹²⁶ „Macworld 2008 Keynote Address”, Apple, apple.com/quicktime/qtv/mwsf08 (elérve: 2009. január 30.)

8.1. táblázat

Jobs nyitóelőadásából, a 2008-as Macworldön (folytatás)

Steve Jobs szavai	Steve Jobs diái
„2007 különleges év volt az Apple számára, ezért szeretnék egy pillanatra megállni és köszönetet mondani Önöknek. Óriási támogatást kaptunk az összes vevőnktől, és ezért nagyon-nagyon hálásak vagyunk. Szóval, köszönet Önöknek ezért a különleges 2007-es esztendőért!”	Köszönjük!
„Ma négy dologról is szeretnék mesélni Önöknek, úgyhogy csapjuk bele! Az első a Leopard.”	1
„Izgatottan jelenthetem, hogy több mint 5 millió példányt szállítottunk le a Leopardból az elmúlt 90 nap során. Hihetetlen. Ez a Mac OS X legsikeresebb kiadása.”	5 000 000 példány az első három hónapban

Csapjunk a húrok közé!

2008. szeptember 9-én Jobs bemutatta az ünnepekre ajánlott új iTunes-szolgáltatásokat és új iPod-modelleket. Az esemény előtt – ami Let’s Rock! (Csapjuk a húrok közé!) címen lett híres – a megfigyelők azon spekuláltak, hogy Jobs vajon beteg-e, mivel olyan soványnak látszott. (2009 januárjában az Apple felfedte, hogy hormonproblémák miatt fogyott le Jobs és betegállományba vonul a kezelés miatt.)

Jobs azonnal válaszolt a pletykákra, ahogy a színpadra lépett. Még-hozzá úgy, hogy egy szót sem szólt róla – hagyta, hogy egy dia mondja el helyette a lényegét (l.: 8.2. táblázat).¹²⁷ Az egész nagyon egyszerű volt – és váratlan. Örömet váltott ki, és megszüntette a feszültséget. A bemutató többi része is ilyen egyszerű, de nagyszerű volt.

Figyeljük csak meg a táblázatban látható szavakat és számokat! A diaképeken megjelenő szavak pontosan ugyanazok, mint amiket Jobs a beszédben kimond. Amikor azt mondja: „Most a zene lesz

¹²⁷ „Apple Special Event September 2008”, Apple ünnepek előtti prezentáció, apple.com/quicktime/qttv/letsrock (elérve: 2009. január 30.)

a téma!”, akkor a nézők a dián egyetlen szót láthatnak: „Zene”. Így a dián látható szavak megerősítik a hallottakat. Ha magyarázunk valamit, és közben a dián túl sok szó jelenik meg – ráadásul olyan szavak, amelyek nem egyeznek meg azzal, amit mondunk –, akkor a hallgatóságnak nagyon nehéz lesz egyszerre koncentrálnia ránk és a diákra. Rövidebben tehát, a szavakkal telezsúfolt diaképek elvesznek az élményből. Az egyszerű diaképek viszont ott tartják a fókuszt, ahol kell: az előadón.

8.2. táblázat

Csapjunk a húrok közé! – kivonatok Jobs 2008-as előadásából

Steve Jobs szavai	Steve Jobs diái
„Jó reggelt! Köszönöm, hogy ma reggel eljöttök ide. Van néhány igazán nagyszerű dolog, amit szeretnék Önökkel megosztani. Mielőtt nekiállunk, ezt azért szeretném elmondani.” <i>(a képernyőre mutat)</i>	A halálomról szóló híresztelések nagyban túlzóak voltak.
„Ezzel eleget is mondtam. Nos, térjünk rá a mai előadás igazi témájára. Ez a zene. Ma a zenéről fogunk beszélgetni, és rengeteg vicces dolgot, új ajánlatot látunk majd.”	Zene
„Akkor hát kezdjünk az iTuneszal!”	iTunes
„Az iTunes természetesen a megkerülhetetlen zene- és videolejátszó, ami házasságra lépett a világ legnagyobb on-line tartalomszolgáltatójával.”	Az iTunes webhely nyitóképernyőjének fotója
„Az iTunes most már több mint nyolc és fél millió dalt kínál. Lenyűgöző! Kétszázézerrel kezdtünk. Most már több mint nyolc és fél millió dalunk van.”	8 500 000 dal
„Több mint százhuszoneezer podcast.”	125 000 podcast
„Több mint harmincezer epizódnyi tévéshow.”	30 000 epizód 1000 tévéshow-ból
„Kétezer-hatszáz hollywoodi film”	2600 hollywoodi film

8.2. táblázat

Csapjunk a hírok közé! – kivonatok Jobs 2008-as előadásából
(folytatás)

Steve Jobs szavai	Steve Jobs diái
„És most már több mint háromezer alkalmazást kínálunk az iPhone-hoz és az iPod Touch-hoz.”	3000 alkalmazás az iPhone-hoz és az iPod Touch-hoz
„Az évek során hatalmas vevőkört építettünk ki. Nagyon boldogan jelenthetem be, hogy már több mint hatvanötmillió fiókunk van az iTuneson. Fantasztikus: hatvanötmillió vásárló!”	65 000 000 fiók hitelkártyával

Empirikus bizonyíték

Kizárólag tényekre, és nem szubjektív elemekre alapuló empirikus kutatások bizonyították, hogy a legjobb módja a közönség megnyerésének, ha fölösleges információktól mentes egyszerű diákat készítünk. Dr. Richard Mayer nevelés- és oktatáspszichológiát tanít a Kaliforniai Egyetemen Santa Barbarában, és a multimédiás tanulást kutatja már 1991 óta. Tisztán empirikus kutatásokon alapuló elméleteit tudományos igénnyel szerkesztett folyóiratokban publikálja. A „Cognitive Theory of Multimedia Learning” (A multimédiás tanulás kognitív elmélete) című tanulmányában Mayer multimédia-dizájnnal kapcsolatos alapvetéseket foglalt össze, amelyek a kognitív működésről elsajátított eddigi tudományos ismereteken alapulnak. Jobs diái Mayer minden egyes alapvetésének megfelelnek.

A multimédiás előadás szabálya

„Jobb a magyarázatot szavakkal és képekkel is előadni, mint pusztán szavakkal” – írja Mayer.¹²⁸ A tudós kísérleti tapasztalatai szerint

¹²⁸ Richard Mayer – Roxana Moreno: „A Cognitive Theory of Multimedia Learning: Implications for Design Principles,” University of California, Santa Barbara, unm.edu/~moreno/pdfs/chi.pdf (elérve: 2009. január 30.).

a hallgatóság könnyebben felfogja az ismeretanyagot, ha egyszerre szavakkal és képekkel adjuk elő. Mayer kísérleteiben azok a csoportok, akiket multiszenzoros környezetben oktattak, azaz szöveggel és képekkel, ez utóbbi alatt animációt vagy videót értve, mindig sokkal pontosabban tudták visszaidézni a tananyagot, sokszor még húsz év elteltével is.

Kétperces figyelmeztetés

Jeron van der Veer, a Royal Dutch Shell vezérigazgatója szerint:
*A vezetők feladata az egyszerűsítés. El kell tudniuk magyarázni két percben, mi az irány.*¹²⁹

Az összefüggések szabálya

„Amikor multimédiás előadást tartunk, a megfelelő szavakat és képeket egyszerre mutassuk be, ne külön-külön.”¹³⁰ – tanácsolja Mayer. Kutatásai során diákjaival különféle információkat osztott meg, majd tesztelte, hogy mire emlékeznek. Azok a diákok, akik a szöveg közvetlen közelében elhelyezett képet is láthatták, 65%-kal jobb eredményt értek el, mint azok, akik csak egyszerű szöveget kaptak.

Mayer kifejti, hogy ez az eredmény egyáltalán nem meglepő, ha tudjuk, hogyan működik az emberi agy. Ha agyunk két különféle megközelítésben – verbálisan és vizuálisan – is tárolhat valamely okfejtést, magyarázatot, akkor az ehhez vezető mentális kapcsolatok sokkal erősebbekké válnak.

¹²⁹ „The Best Managers of 2008”, *BusinessWeek*, BusinessWeek.com előadás, [http://images.businessweek.com/ss/09/01/01_08_best_worst/14 .htm](http://images.businessweek.com/ss/09/01/01_08_best_worst/14.htm) (elérve: 2009. január 30.)

¹³⁰ Mayer – Moreno: i. m.

A figyelemmegosztás szabálya

Mayer tanácsa: „Ha multimédiás előadást tartunk, a szavakat ne diaképeken mutassuk be feliratként, hanem inkább mondjuk el.”¹³¹ Információk közlésekor az elhangzott szavaknak nagyobb a súlyuk, mint azoknak a szövegeknek, amelyeket a hallgatóság a diaképekről olvashat le.

A koherencia szabálya

„Amikor multimédiás előadást tartunk, ne sok, inkább kevés olyan szöveget és képet használjunk, amelyek nem kapcsolódnak a tárgyhöz.”¹³² A rövidebb előadások sok releváns információval jobban megfelelnek a kognitív tanulási elméletnek. Egyszerűbben kifejezve, ha sok nem szorosan kapcsolódó vagy irreleváns információt adunk az előadáshoz, inkább hátráltatjuk, mintsem segítjük a tanulást.

Mayer szerint az ideális dián egy kép van, és egy egyszerű vonal, ami arra a területre mutat, amelyre fel akarjuk hívni a hallgatóság figyelmét. Ez a „jelzés”, ami azon a tudományos feltételezésen alapul, hogy a hallgatóságnak nincsen pazarolni való agykapacitása a releváns információ megkeresésére a képernyőn. Jegyezzük ezt meg, így térjünk vissza a Csapjunk a húrok közé! címen elhíresült bemutató elemzéséhez! Jobs körülbelül az előadás hatodik percében jelentette be az iTunes új funkcióját: a Geniust (l.: 8.3. táblázat).¹³³

Mit is lehetne jobban követni, mint egy egyszerű nyilat, amely a dia releváns részére mutat? Vonalas rajzok, néhány szó és gazdag választék a különféle színes képekből és fotókból – ezekből áll Jobs előadásain a diaképek döntő része. Egyszerűség, a fölösleges eltávolítása – ez a közös nevező, amely összekapcsolja őket.

¹³¹ Mayer –Moreno: i. m.

¹³² Uo.

¹³³ „Apple Special Event September 2008”, Apple, ünnepek előtti prezentáció, apple.com/quicktime/qttv/letsrock (elérve: 2009. január 30.)

A „McElőadás”

Kritikusai régebben McÚjságnak nevezték a *USA Todayt*, rövid, gyorsan átfutható cikkei miatt. Manapság már nem viccelődnek rajta. A *USA Today* az Egyesült Államok legnagyobb példányszámot elért napilapja. Olvasói kedvelik színes és látványos fotóit, grafikáit és ábráit. A *USA Today* 1982-es indulása után sok más lapnak nem volt más választása, mint követni a példát rövidebb cikkekkel, több színnel és több fotóval.

A lap a „pillanatképeiről”, önálló grafikáiról lett híres, amelyek a fő rovatok (mint hírek, sport, élet, kis színes stb.) bal alsó sarkában kaptak helyet. Ezek könnyen értelmezhető statisztikákat, trendeket ábrázoló, látványos grafikonok. A grafikonok a legjobb példái annak, hogyan kell látványosabb diaképeket készíteni. Tanulmányozzuk őket!¹³⁴ Itt a gyakorlatban láthatjuk Richard Mayer elméletét. A statisztikák képekkel osztoznak, így az információ könnyebben megjegyezhető.

8.3. táblázat

Kivonatok Jobs 2008-as „Csapjunk a húrok közé” előadásából

Steve Jobs szavai

„Egy szolgáltatást vezetünk be, a neve Genius. A Genius nagyon laza.”

„A Genius egyetlen kattintással, automatikusan lejátszási listákat készít zenei gyűjteményünknek azokból a dalaiból, amelyek jól illenek egymáshoz. Segít újra felfedezni zenéinket, és nagyszerű listákat rak össze olyan számokból, amelyekről egyébként valószínűleg nem is gondolnánk, hogy illenek egymáshoz. És tényleg egyetlen kattintásra teszi mindezt.”

Steve Jobs diái

Genius

Automatikusan lejátszási listákat készít zenei gyűjteményünknek azokból a dalaiból, amelyek jól illenek egymáshoz – egyetlen kattintással.

¹³⁴ A *USA Today* pillanatképeinek könyvtárát a usatoday.com/snapshot/news/snapndex.htm oldalon találhatjuk meg.

8.3. táblázat

Kivonatok Jobs 2008-as „Csupjunk a húrok közé” előadásából *(folytatás)*

Steve Jobs szavai

Steve Jobs diái

„Szóval, ez a Genius. És így néz ki. Mondjuk, éppen hallgatunk egy dalt – esetemben éppen egy Bob Dylan-számot.”

iTunes-könyvtár mutató képernyőfotó, egy szám kiemelve

„Van egy Genius-gomb, itt lent a sarokban. Megnyomjuk, és voilá, kész a Genius lejátszási listája. Emellett megjelentethetjük a Genius eszköztárát, ami az érdeklődésünkre számot tartható javaslatokat tesz az iTunes-áruház választékából.”

Animált kör jelenik meg és körbeveszi a képernyő jobb sarkában található kis Genius-logót

„Nos, hogy is működik ez az egész? Van egy felhőnk az iTunes-dalokból, és ehhez Genius-algoritmuskat adtunk.”

Egyszerű felhő körvonal, benne a Genius logója

„Tehát van egy zenei gyűjteményünk. Ha bekapcsoljuk a Geniust, az elküldi ennek információit az iTunesnak, így megismerhetjük az Önök zenei ízlését. Ezt az információt teljes mértékben azonosítás nélkül, névtelenül tároljuk.”

Egy iTunes-könyvtár képe, felfelé mozgó nyíl a felhő irányába

„Ez nemcsak az Önöktől származó információ, hiszen milliányi felhasználótól származó adattal kombináljuk.”

Számos iTunes-könyvtár jelenik meg az eredeti mellett

„Tehát elküldik nekünk ezt az információt, mint ahogy nagyon sokan mások is teszik.”

Nyíl felfelé az eredeti könyvtárból és az összes többiből is

„Így lesz a Genius egyre okosabb.”

A felhőben a Genius-logó átváltozik az „okosabb” szóra

„Mindenkinek hasznos ez a dolog. Amikor visszaküldjük a Genius eredményeit, már az Önök zenei könyvtárának tartalmához igazítva kapják meg őket.”

Lefelé mozgó nyíl jelenik meg a felhőtől az iTunes-könyvtár irányába

„Tehát, egyetlen kattintással automatikusan lejátszási listákat készít zenei gyűjteményünknek ama dalaiból, amelyek jól illenek egymáshoz – ez a Genius.” *(következik a demo)*

Üres hely

Garr Reynolds szerint tiszta zen esztétika érződik ki Jobs diáiból: „visszafogottak, egyszerűek, hatásosan és kifinomultan bánnak az üres térrel.”¹³⁵ Az élvonalbeli prezentációtervezők, mint amilyen Reynolds is, úgy tartják, hogy az üzleti élet szereplői által elkövethető legnagyobb hiba, ha a diaképek minden egyes négyzetcentiméterét ki akarják használni. Nancy Durante az üresen hagyott diafelületet úgy írja le, mint a „vizuális lélegzetvételhez” szükséges teret: „Általában a dia vizuális elemei kapják a legnagyobb figyelmet. Ugyanekkora figyelmet kell azonban arra is fordítani, hogy mennyi helyet hagyunk üresen. Az üresen hagyott hely nagyon is rendjén való elem – a zsúfoltság a dizájn halála.”¹³⁶ Durante szerint „lustaság” az előadó részéről minden információt egy diára zsúfolni. A túl sok információ és a zsúfoltság túl sok figyelmet követel a hallgatóságtól. Az egyszerűség hatásos. Az üres terek eleganciát, minőséget, átláthatóságot sugallnak.¹³⁷

Képdominancia

Remélem, mostanra minden olvasó eldöntötte, hogy összegyűjti a régi diáit, főleg azokat, amelyeken felsorolások is vannak, és elégeti őket. Vagy legalább digitálisan elégeti el őket, azaz letörli őket, és kiüríti a kukát, hogy soha ne is kerülhessenek ismét elő.

¹³⁵ Reynolds: i. m., p 117

¹³⁶ Duarte: i. m., p 106

¹³⁷ Ha szeretnénk néhány példát látni arra, hogyan használják az üres teret a tervezők, nézzünk meg néhány díjnyertes alkotást a Slideshare.net oldalon: slideshare.net/contest/results-2008

Az ötletek képi megjelenítésének koncepciója olyan hatásos elmélet, hogy a pszichológusoknak külön kifejezése is van rá: képdominancia (picture superiority effect – PSE).¹³⁸ A kutatók rájöttek arra, hogy a vizuális, illetve az elhangzott információt az agyunk más és más csatornáin dolgozzuk fel. Ami nekünk ebből a lényeg: az előadásunkban elhangzottakra sokkal jobban fog emlékezni a közönségünk, ha a diáinkon képekben ábrázoljuk őket, és nem szavakban.

Azok a tudósok, akik mélyre ásták magukat a képdominanciában, hisznek abban, hogy ez az információ elsajátításának nagyon hatékony módja. A Washingtoni Egyetem biológus tudósa, John Medina kifejti:

*A szöveg és a verbális előadás az információk átadásának nemcsak kevésbé hatékony, hanem messze a legkevésbé hatékony módja. Ha az információ elhangzik, közönségünk 10%-a emlékezik rá 72 órával az után, hogy hallotta. Ha egy képet is mutatunk nekik, ez az arány 65%-ra nő.*¹³⁹

A képek azért működnek jobban, mint a szöveg, mert az agy a szöveget úgy látja, mint rengeteg apró kép összességét. Medina szerint: „A szöveg megakaszt, nem azért, mert nem eléggé képies, hanem épp azért, mert olyan, mint egy kép. A kéregállomány számára nem léteznek szavak.”¹⁴⁰

Steve Jobs a fotók szerelmese

2008. június 9-én Steve Jobs a WWDC-n bemutatta az iPhone 3G-t. Ehhez 11 diát használt, teljes mértékben alkalmazva a képdominan-

¹³⁸ „Picture Superiority Effect”, *Wikipedia*, http://en.wikipedia.org/wiki/picture_superiority_effect (elérve: 2009. január 30.)

¹³⁹ Medina: i. m., p 234

¹⁴⁰ Uo., p 234

ciát. Mindössze egyetlen dia tartalmazott szöveget: „iPhone 3G”. Az összes többin fotók voltak. Nézzük meg a 8.4. táblázatot!¹⁴¹

8.4. táblázat – Jobs nyitóbeszéde a 2008-as WWDC-n

Steve Jobs szavai	Steve Jobs diái
„Most, hogy megünnepeltük az iPhone első születésnapját, a következő szintre lépünk.”	Epres-tejszínhabos születésnapi torta képe, egy gyertyával a közepén
„Ma bemutatjuk az iPhone 3G-t. Rengeteget tanultunk az első iPhone eladása óta. Okultunk mindenből, amit tanultunk, sőt még annál is többet, és megalkottuk az iPhone 3G-t. Gyönyörű lett.”	iPhone 3G
„Ilyen (a képernyő felé fordul, gesztikulál, a hallgatóság nevet, mert alig lát valamit a keskeny készülékből). Még keskenyebb lett. Igazán nagyon szép.”	Az iPhone oldalnézetből, olyan keskeny, hogy alig látszik, és nagyon kis helyet foglal – az üres hely kommunikálásának szép példája
„Egybefüggő műanyag háta van. Csinos.”	Teljes képernyős nézet a hátról
„Szilárd fém gombokkal.”	Másik oldalnézet, amin a gombok is látszanak
„Ugyanaz a lenyűgöző 3,5 hüvelykes képernyő.”	Előlnézeti kép a képernyővel
„Kamera.”	A kamera közeli fotója
„Fejhallgató jack-csatlakozó, így bármilyen fejessel használható.”	A jack-dugó közeli fotója

¹⁴¹ „WWDC 2008 Steve Jobs Keynote-iPhone 3G”, YouTube, [youtube.com/watch?v=40YW7Lco0og](https://www.youtube.com/watch?v=40YW7Lco0og) (elérve: 2009. január 30.)

8.4. táblázat – Jobs nyitóbeszéde a 2008-as WWDC-n *(folytatás)*

Steve Jobs szavai	Steve Jobs diái
„Továbbfejlesztett hangzás. Drámai mértékben továbbfejlesztett hangzás.”	Még egy fotó felülről a készülékről
„Igazán nagyon szuper. És még jobb a kezünkben érezni, ha elhiszik nekem.”	Visszatér az első oldalnézeti kép
„Csodálatos lett. Az iPhone 3G.”	iPhone 3G

Ha ezt az információtartalmat gyöngébb előadó kezébe adjuk, valószínűleg az egészet egy diára zsúfolná. Valahogy úgy nézne ki, mint a 8.2-es ábra. Vajon melyikre emlékeznénk jobban: Jobs tizenegy diájára, vagy egy diára, amelyen egyetlen listában vannak felsorolva az új termék összes jellemzői?

iPhone 3G
<ul style="list-style-type: none"> ■ Vékonyabb ■ Egybefüggő műanyag hát ■ Szilárd fém gombok ■ 3,5 hüvelykes képernyő ■ Beépített kamera ■ Fejhallgató jack-csatlakozó ■ Továbbfejlesztett hangzás

8.2. ábra

Az unalmas dia: nincs rajta egy kép se, ám annál több a szöveg

Amikor Jobs bemutatta a MacBook Airt, „a világ legvékonyabb notebookját”, egyetlen dián megjelent a számítógép, alatta egy boríték, nagyobb, mint maga a gép. Ennyi. Se feliratok, se szövegdobozok, se grafikonok, csak a fotó. Hogyan lehetett volna ennél hatékonyabb? A kép magáért beszél.

Illusztrációs szándékkal készítettem olyan diát, amilyent egy gyöngébb előadó készítené valamely műszaki termék bemutatásához. (Hozzá kell tennem, ez a direkt elrontott mintadia még mindig sokkal jobb, mint számos olyan dia, amit a műszaki cikkek bemutatóin láttam, teljesen alkalmatlan előadók prezentációin.)

Milyen tehát a rossz dia? A betűtípusok, a stílusok és a szövegek kátyvasza. Nem emlékezetes és szörnyen mutat.

Ellenpontként a 8.1. kép Steve Jobs egyik diáját mutatja a MacBook Air bemutatóról. Jobs diáinak többsége ebben a stílusban készül, általában csak fotókat tartalmaz. A technikai információk iránt érdeklődőket az Apple weboldalára irányította, az előadásban a vizuális elemek domináltak.

Természetesen sokkal, de sokkal hatékonyabb egy műszaki cikket úgy bemutatni, ahogy Jobs prezentálta a MacBook Airt. Ám nagy magabiztosságra van szükség ahhoz, hogy egy terméket ne szavakkal, hanem csak fotókkal mutassunk be. Mivel nem használhatjuk mankóként a dián feliratként megjelenő szöveget, bizony fejből kell tudnunk az egészet, amit csak mondani szeretnénk róla. De ez a különbség Jobs – azaz a jó előadó – és a sokmilliónyi átlagos üzleti kommunikátor között. Steve Jobs, mint minden remek előadó, egyszerűen, világosan és magabiztosan tálalja a mondandóját.

MACBOOK AIR**Kijelző**

13,3 hüvelykes LED-háttérvilágítású fényes nagyképernyős monitor

- Színek millióit jeleníti meg
- Támogatott felbontások:
 - 1280-szor 800 (alapértelmezés)
 - 1024-szer 768 (képpont)
 - 4:3 (méretarány)

Méret és tömeg

Magasság: 0,16-0,76 hüvelyk
(0,4-1,94 cm)
Szélesség: 12,8 hüvelyk (32,5 cm)
Mélység: 8,94 hüvelyk (22,7 cm)
Súly: 3 font (1,36 kg)

Háttértár

120 GB merevlemez
vagy 120 GB
szilárdtest-meghajtó

Processzor és memória

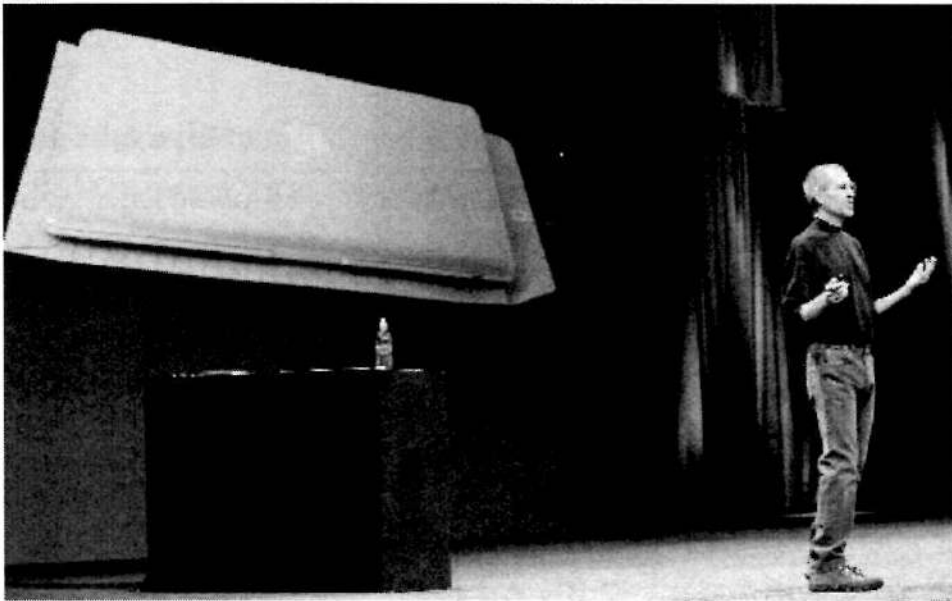
- 1,6 Ghz processzor
- 6 MB megosztott L2 cache
- 1066 Mhz busz
- 2 GB 1066 Mhz DDR3 SDRAM

Akkumulátor

- Integrált 37 watt-órás lítium-polymer
- 45 W MagSafe adapter
- MagSafe táp
- 4,5 órás drótnélküli kapacitás

**8.3. ábra**

A csúnya dia: túl sok információ, túl sok különböző betűtípus és többféle, következetlenül használt stílus

**8.1. kép**

Jobs minden diája megkapóan egyszerű és vonzó

(Fotó: Tony Avelar/AFP/Getty Images)

Egyszerűsíteni!

Az egyszerűség Jobs diaképei mellett az elhangzó szövegeire is jellemző: a termékleírásra gondosan megválogatott szavaira is, amelyek, épp úgy, ahogy a diái, mentesek a fölösleges sallangoktól. 2008 októberében például, amikor az Apple bemutatta a környezetbarát MacBook-gépek sorozatát, Jobs előtt két stilisztikai lehetőség állt, ahogy jellemezhetné az új számítógépeket. A 8.5. táblázat bal oszlopában a műszakilag pontosabb, de hosszabb és persze szárazabb szöveg kapott helyet, míg a jobb oszlopban az, amit végül Jobs ténylegesen elmondott.¹⁴²

Einstein elmélete az egyszerűségről

Albert Einstein szerint: *Ha valamit nem tudunk egyszerűen elmagyarázni, akkor nem értjük eléggé.*

8.5. táblázat

A környezetbarát MacBook ismertetése

Amit Steve Jobs mondhatott volna

Az új Apple MacBook számítógépcsalád megfelel a legszigorúbb Energy Star szabványoknak. A készülékek bórmentes égéscsillapítókat tartalmaznak. Csak PVC-mentes belső kábelekkel és összetevőkkel láttuk el őket, valamint olyan LED-háttérvilágítású képernyővel szállítjuk, amely higanymentes.

Amit Steve Jobs mondott

„Az iparág legzöldebb notebookjai.”

¹⁴² „WWDC 2008 Keynote Address”, Apple, apple.com/quicktime/qttv/wwdc08 (elérve: 2009. január 30.)

8.6. táblázat

Precíz műszaki termékleírások és a Jobs-féle termékismertetések

Amit Steve Jobs mondhatott volna

Az Apple új notebookja, a MacBook Air a legvékonyabb pontján 0,16 hüvelyk, a legvastagabb pontján pedig 0,76 hüvelyk széles.

A Time Capsule olyan alkalmazás, amely egy 802.11n alapegységet egy szerverosztályú merevlemezzel kombinál, és amely egy vagy több olyan Macintosh számítógép összes adatát automatikusan menti, amely Leopardot, a Mac OS X legutolsó változatát futtatja.

A Mac OS X tartalmaz memóriavédelmet, többszálú futtatást és szimmetrikus feldolgozást. Integráltuk bele az Apple új Quartz 2D grafikus motorját, amely az internet szabványos dokumentumformátumára van alapozva.

Amit Steve Jobs mondott

„A világ legvékonyabb notebookja.”

„Dugjuk be a Time Capsule-t, kattintsunk néhányat és voilá – az otthonunkban levő összes Mac minden adata automatikusan el lesz mentve.”

„A Mac OS X a legfejlettebb technológiájú operációs rendszer személyi számítógépekhez.”

Egyszerűen

Amit csak e-mailben, feljegyzésben vagy előadásban el akarunk mondani, szinte minden újraszerkeszthető úgy, hogy még egyszerűbb, még érthetőbb legyen. Ne feledjük: az egyszerűség nemcsak a diaképeken olvasható szövegekre vonatkozik, hanem azokra a mondatokra is, amelyeket előszóban adunk elő!

Paul Arden író és reklámszakember mondta egyszer, hogy az emberek nem azért mennek el egy előadásra, hogy az általunk leírt szavakat olvassák, hanem azért, hogy lássanak bennünket. A következő tippet adja: „Ahelyett, hogy bölcs tanácsokat osztanánk az embereknek, próbáljunk meg képet festeni elébük! Minél vizuálisabb, s így minél megragadóbb az előadásunk, annál több ember fog emlékezni rá.”¹⁴³

Leonardo da Vinci szerint „Az egyszerűség a végső kifinomultság.” Minden idők egyik legnagyobb képzőművésze megértette az egyszerűség igazi hatalmát. Steve Jobs is megértette. Ha magunk is megtapasztaljuk ezt az igazságot, gondolataink több embert fognak meggyőzni, mint képzeltük.

8.7. táblázat

„Ilyen volt – ilyen lett” példák a szövegek egyszerűsítésére

Ilyen volt	Ilyen lett
Ha van még olyan részlet, amely magyarázatra vagy kiegészítésre szorul, boldogan adunk felvilágosítást telefonon.	Ha kérdése van, hívjon!
A magas színvonalú oktatási környezet szükséges előfeltétele a tanulási folyamat megkönnyítésének és kiegészítésének.	A gyerekeknek jó iskolákra van szükségük.
Fontos tudunk azt, hogy az összes jegyzetet, tanácsot és információt szükséges elolvasni, amelyek az oldal túloldalán lettek részletezve, valamint azt is, hogy a nyomtatvány összes sorát ki kell töltenünk az előtt, hogy haladéktalanul visszaküldenénk azt a mellékelt borítékban a Tanácshoz.	Kérem, olvassa el a megjegyzéseket a túloldalon, mielőtt kitölti a nyomtatványt, majd a mellékelt borítékban postafordultával küldje vissza címünkre!

¹⁴³ Paul Arden: *It's Not How Good You Are, It's How Good You Want to Be*. Phaidon Press, London, 2003, p 68

A RENDEZŐ JEGYZETEI

- » Kerüljük a felsorolásokat! Mindig! Na jó, majdnem mindig. A felsorolásjelek nagyon jól használhatók hosszabb írott szövegekben, például a könyvekben, csak szöveges dokumentumokban, illetve az e-mailekben is. Ezekben a formákban jól tagolják a leírt szöveget. A bemutatásra szánt diákon azonban kifejezetten kerülni kell a felsoroló listákat. A képek sokkal jobbak!
- » Egy dián csak egy témára fókuszáljunk, azt egészítsük ki egy fotóval vagy egy képpel!
- » Tanuljunk meg egyszerű diákat készíteni. Mindenekelőtt tart-
suk észben mindig, hogy nem kell művésznak, de még csak
művészinak se lennünk! Ahhoz, hogy képzeletgazdag diáink
legyenek, elég, ha van mit megmutatnunk, s van bennünk
némi kreativitás és jó ízlés.¹⁴⁴

¹⁴⁴ További segítségért látogassuk meg a carminegallo.com oldalt!