Videoprezentacija informacija

Gere, Leo

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:122:517486

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-29**

Repository / Repozitorij:

University North Digital Repository

Sveučilište
Sjever

Završni rad br. 759/MM/2021

Videoprezentacija informacija

Leo Gere, 2886/336

Varaždin, rujan 2021. godine

Sveučilište Sjever

Odjel za Multimediju

Završni rad br. 759/MM/2021

Videoprezentacija informacija

Student

Leo Gere, 2886/336

Mentor

Robert Geček, doc.art.dr.sc.

Varaždin, rujan 2021. godine

Sveučilište Sjever
Sveučilišni centar Varaždin
104. brigade 3, HR-42000 Varaždin

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL Odjel za multimediju

STUDIJ preddiplomski stručni studij Multimedija, oblikovanje i primjena

PRISTUPNIK Leo Gere | JMBAG 0336030680

DATUM 13.09.2021. | KOLEGIJ Prezentacija informacija

NASLOV RADA Videoprezentacija informacija

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU Video presentation of information

MENTOR Robert Geček | ZVANJE doc.art.dr.sc.

ČLANOVI POVJERENSTVA

1. Snježana Ivančić Valenko, v.pred. - predsjednica povjerenstva
2. doc.dr.sc. Andrija Bernik- član povjerenstva
3. doc.art.dr.sc.Robert Geček - mentor
4. doc.art.dr.sc. Mario Periša - zamjenski član
5.

Zadatak završnog rada

BROJ 759/MM/2021

OPIS

Ovaj završni rad u svom teorijskom dijelu objašnjava važnost pripreme i izrade kvalitetne prezentacije te analizira tijek pripreme i izrade prezentacije kroz 10 koraka od odabira teme, postavljanja ciljeva i osmišljavanja ideja, preko analize gledatelja, odabira tehnike prezentiranja, analize i pripreme građe sve do pripreme dizajna, stvaranja prezentacije, pripreme prezentiranja i analize uspješnosti. U praktičnom dijelu rada izrađuje se videoprezentacija pod naslovom Europski zeleni plan kroz prethodno navedenih 10 koraka te se analizira uspješnost videoprezentacije kroz provedenu anketu.

ZADATAK URUČEN 15.09.2021. | POTPIS MENTORA

REPUBLIKA HRVATSKA SVEUČILIŠTE SJEVER

Predgovor

Zahvaljujem se mentoru prof. Robertu Geček na pomoći pri izradi završnoga rada te svojoj obitelji na iznimnoj podršci tokom studiranja.

Sažetak

Ovaj završni rad u svom teorijskom dijelu objašnjava važnost pripreme i izrade kvalitetne prezentacije te analizira tijek pripreme i izrade prezentacije kroz 10 koraka od odabira teme, postavljanja ciljeva i osmišljavanja ideja, preko analize gledatelja, odabira tehnike prezentiranja, analize i pripreme građe sve do pripreme dizajna, stvaranja prezentacije, pripreme prezentiranja i analize uspješnosti. U praktičnom dijelu rada izrađuje se videoprezentacija pod naslovom Europski zeleni plan kroz prethodno navedenih 10 koraka te se analizira uspješnost videoprezentacije kroz provedenu anketu.

KLJUČNE RIJEĆI: *prezentacija informacija, videoprezentacija, dizajn, animiranje*

Abstract

This paper in the theoretical part explains importance of preparation and creation of presentation and analyzes the process of preparation and creation through 10 steps from choosing a topic, setting goals, thinking of creative ideas and audience analysis , through deciding presenting technique, analysis and preparation of reading and all up to designing and creating a presentation, preparing for presenting and presentation success analysis. In the practical part, a video presentation of the European Green Deal is made through the 10 steps listed above. The success of the presentation is analyzed through a survey.

KEYWORDS: *presentation of information, video presentation, design, animation*

Popis korištenih kratica

Ps	Adobe Photoshop
Pr	Adobe Premiere Pro
Ae	Adobe After Effects
EU	Europska Unija
Ai	Adobe Illustrator
px	pixel točka
fps	frames per second sličica po sekundi
3D	trodimenzionalno

Sadržaj

1. Uvod 1
2. Prezentacija informacija 3
   2.1. Česte greške prezentacija 3
   2.2. Tijek pripreme i izrade prezentacije 3
      2.2.1. Odabir teme 4
      2.2.2. Postavljanje ciljeva 4
      2.2.3. Osmišljavanje ideja 5
      2.2.4. Analiza gledatelja 7
      2.2.5. Odabir tehnike prezentiranja 8
      2.2.6. Analiza i priprema građe 9
      2.2.7. Priprema dizajna 10
      2.2.8. Stvaranje prezentacije 14
      2.2.9. Priprema prezentiranja 14
      2.2.10. Analiza uspješnosti 16
3. Tijek pripreme i izrada prezentacije – praktični dio 17
   3.1. Odabir teme 17
   3.2. Postavljanje ciljeva 17
   3.3. Osmišljavanje ideja 18
   3.4. Analiza gledatelja 18
   3.5. Odabir tehnike prezentiranja 18
   3.6. Analiza i priprema građe 18
   3.7. Priprema dizajna 20
      3.7.1. Boja 20
      3.7.2. Tekst 21
      3.7.3. Računalna i informacijska grafika 21
      3.7.4. Slike/fotografije 22
      3.7.5. Video 23
      3.7.6. Raspored 23
   3.8. Stvaranje prezentacije 24
   3.9. Priprema prezentiranja 30
   3.10. Analiza uspješnosti 30
4. Analiza rezultata uspješnosti videoprezentacije 31
   4.1. Analiza pitanja i odgovora 31

4.2. Zaključak istraživanja 37
4.2.1. Analiza ciljeva 37
5. Zaključak 39
6. Literatura 40

1. Uvod

U današnje vrijeme prezentacije su važan aspekt života budući da smo njima okruženi u poslovnom životu, u školama, na fakultetima, a poneka i u privatnom životu. Upravo je to razlog zašto su vještine izrade prezentacija kao i vještine samoga prezentiranja izrazito važne. Zanimljiva i dobro pripremljena prezentacija može osigurati bolju ocjenu u školi, ali i bolju poziciju na poslu, a također može utjecati na prodaju proizvoda u marketinškim prezentacijama.

Prezentiranje informacija kao i priprema prezentacija vještine su koje se moraju razvijati kako bi nam pomogle pri stvaranju dobre prezentacije. Ovaj rad kroz svoj teorijski dio dotiče se svih koraka kroz koje je potrebno proći kako bi krajnji rezultat bila uspješna prezentacija. Prvi korak je odabir teme, nakon toga pojašnjava se važnost postavljanja ciljeva u prezentaciji te na koji način ciljevi služe kao motivacija za što bolji uspjeh. Kako bi prezentacija bila inovativna i drugačija od većine drugih prezentacija potrebno je osmisliti ideje koje mogu pospješiti cjelokupni doživljaj prezentacije. U tom koraku mogu se koristiti tehnike poput oluje mozgova koje pokreću kreativno i inovativno razmišljanje. Kako bi se prezentacija mogla što bolje usmjeriti publici, važno je prikupiti što više informacija o gledateljima i te informacije iskoristiti u svoju korist. Nakon toga slijedi korak odabira tehnike prezentiranja. Najčešći načina prezentiranja je uz pomoć programa PowerPointa, ali postoje i brojne druge mogućnosti kao alternative ovoj vrsti prezentacija kao i načini na koji se PowerPoint prezentacije mogu obogatiti. Nadalje se objašnjava način pripreme građe kao i njeno sustavno organiziranje u fluidan tok informacija. Bitno je stvorit prezentaciju koja će logično povezati informacije u grupe informacija, a zatim njih smisleno organizirati u cjelovitu i zaokruženu priču. Daljnji korak orijentira se na pripremu dizajna prezentacija. Pojašnjava ulogu boje, teksta, slike, videa i drugih elemenata te način na koji se svi ti elementi kombiniraju. U pripremi dizajna treba imati na umu kakvu poruku dizajn šalje, kako će psihološki utjecati bolje na gledatelje, kakva je čitljivost teksta… Nakon pripreme dizajna kreće se s izradom same prezentacije. Idući korak govori o prezentacijskim vještinama i načinima njihova unaprjeđenja, također se dotiču teme poput savladavanja treme i dojma koji prezentator ostavlja na gledatelje. Kao zadnji korak analiziraju se prethodno postavljeni ciljevi. Analiza ciljeva pomoći će pri unaprijeđenu idućih prezentacija. Ovakav način pripreme kružan je ciklus koji se svakom novom prezentacijom poboljšava i unaprjeđuje.

Nakon detaljne teorijske analize ovaj postupak primjenjuje se u praksi odnosno u izradi video prezentacije čiji naslov glasi Europski zeleni plan. Svaki se korak primjenjuje i prilagođava specifičnim potrebama ove videoprezentacije.

Za sam kraj analizira se uspješnost videoprezentacije kroz anketu čiji se rezultati analiziraju u svrhu razumijevanja zadovoljstva gledatelja prezentacijom. Rezultati mogu pomoći pri uviđanju

grešaka unutar prezentacije, ali također mogu ukazati na pozitivne strane unutar prezentacije koje se kasnije mogu iskoristiti u novim prezentacijama.

2. Prezentacija informacija

Procjenjuje se da se dnevno izvede oko 30000000 prezentacija putem Microsoft PowerPointa. (1) Tako velika brojka govori o važnosti i učestalosti prezentiranja. Budući da u današnje vrijeme gledamo brojne prezentacije na poslu, u školi, na fakultetu… teško je prirediti prezentaciju koja će se razlikovati od prijašnjih, već viđenih, prezentacija. Kako bi se postigla inovativna, zanimljiva prezentacija potrebno je uložiti puno truda i vremena. Također je potrebno u obzir uzeti mnoge čimbenike kao što su način prezentiranja, vrsta prezentacije, dob publike, upućenost publike u temu prezentacije, dizajn prezentacije, kompleksnost građe, način sistematiziranja građe, vlastite prezentacijske vještine, duljina prezentacija… Sve su to elementi na koje treba obratiti iznimnu pažnju.

2.1. Česte greške prezentacija

Postoji nekoliko početničkih grešaka koje se često dogode tijekom prezentacija:

1. Prezentacija nema jasnu poantu:

   Tijekom prezentacije gledateljima nije jasno koji je smisao i cilj prezentacije.

2. Gledatelji nemaju koristi od prezentacije:

   Prezentacije ne daje gledateljima do znanja o bitnosti prezentacije.

3. Prezentacija nema jasan tok:

   Slijed informacija je gledateljima težak za pratiti.

4. Prezentacija je previše detaljna:

   Prezentacija sadrži previše informacija, prekomplicirane ili nebitne informacije.

5. Prezentacija je predugačka:

   Uslijed preduge prezentacija gledatelji gube interes i pažnju (1)

Kako bi se izbjegle ove kardinalne greške potrebno je sustavno pripremiti i izraditi prezentaciju.

2.2. Tijek pripreme i izrade prezentacije

Tijek pripreme i izrade prezentacije može varirati ovisno o brojnim aspektima poput vremenskog roka ili kompleksnosti prezentacije stoga nije moguće odrediti jedan ispravan i konačan način, no u ovom radu analizirat će se sljedeći raspored pripreme i izrade:

1. Odabir teme
2. Postavljanje ciljeva
3. Osmišljavanje ideja
4. Analiza gledatelja

5. Odabir tehnike prezentiranja
6. Analiza i priprema građe
7. Priprema dizajna
8. Stvaranje prezentacije
9. Priprema prezentiranja
10. Analiza uspješnosti

2.2.1. Odabir teme

Prije početka pripreme prezentacije potrebno je odabrati temu. Teme prezentiranja mogu biti iz bilo koje sfere života (školska prezentacija iz biologije o spužvama ili školjkašima, politička prezentacija o predstavljanju novog programa određenog političara, financijska prezentacija koja pokazuje izvješće firme u proteklom kvartalu, prezentacija o promotivnoj kampanji određenog proizvoda…) stoga su teme neiscrpne.

Tema također ponekad može biti zadana pa je samim time olakšan ovaj korak, a kada se bira samostalno u takvim trenutcima potrebno je uzeti vremena i razmisliti o željenoj temi. Na odabir teme utječu faktori kao što su osobni interesi, ciljana publika, svrha prezentiranja… tako da te faktore treba imati na umu.

2.2.2. Postavljanje ciljeva

Ciljevi prezentacije mogu biti različiti: kvalitetno podučavanje kolega na fakultetu, osvještavanje javnosti o gorućim problemima, dobivanje odlične ocjene u školi, uvjeravanje o kvaliteti proizvoda koji se pokušava prodati, ali i brojni drugi.

Postavljanje ciljeva u samome početku daje nam mogućnost provjere izvršenosti ciljeva nakon prezentiranja što može pomoći u analizi uspješnosti prezentacije. Kada se otkrije koji ciljevi nisu zadovoljeni moguće je proanalizirati uzroke zašto oni nisu uspješno ostvareni te iz toga zaključiti na što treba usmjeriti više pažnje prilikom pripreme iduće prezentacije. Oni ciljevi koju su zadovoljeni postaju pozitivna povratna informacija o uspješnoj prezentaciji.

Nadalje, psihološka istraživanja dokazala su da postavljanje ciljeva ima pozitivan učinak na izvršavanje zadataka koji su povezani s tim ciljem. Zaključak istraživačkog rada kojeg su proveli Edwin A. Locke, Karyll N. Shaw, Lise M. Saari, i Gary P. Latham govori kako u 90 posto istraživanja postavljanje cilja imalo je pozitivan ili djelomično pozitivan učinak na izvršavanje zadatka (putem mehanizama kao što su: motiviranje za razvijanje strategija za ostvarivanje ciljeva, usmjeravanjem pažnje te upornošću). Također postavljenje težih ciljeva dovodi do boljih rezultata

naspram postavljanje lakših ciljeva, no postoji iznimka kada su ciljevi prelagani, stoga jednom kad se dostignu postavljaju se novi ciljevi koji s vremenom više nisu lagani za dostići. Kod odabira ciljeva bitno je da su ciljevi dostižni, odnosno da je pojedinac u mogućnosti izvršiti svoje zadane ciljeve. Uz to istraživanje dokazuje kako je postavljanje specifičnih ciljeva korisnije nego postavljanje nejasnih namjera ili širokih ciljeva kao što je: „Jako ću se potruditi.“. (2) Upravo zato je potrebno odlučiti se za teže, ali dostižne ciljeve koji su točno određeni. Na primjer: „Cilj mi je zainteresirati publiku koja će se sama odlučiti za postavljanje pitanja na kraju prezentacije te na taj način pokrenuti diskusiju. Ne želim stvoriti pasivnu publiku svojom prezentacijom.“, „Nakon prezentacije želim da se barem 20 posto publike odlučiti za ugovaranje police osiguranja u našoj osiguravajućoj kući u naredna dva mjeseca.“ ili „Cilj je da učenici ostvare prosječno 75% ili više u kratkom testu nakon što održim prezentaciju.“. Ovih su ciljevi konkretni, nisu laki za ostvariti, ali su ipak dostižni. Oni će služiti kao motivacija za što bolju pripremu i što bolje održavanje prezentacije, a nakon prezentacije moguće je provjeriti jesu li ti ciljevi dostignuti i ako nisu gdje se pogriješilo tijekom pripreme ili tijekom same prezentacije. Uviđanje grešaka pomoći će njihovom uklanjanju u budućnosti.

2.2.3. Osmišljavanje ideja

Kako bi prezentacija bila što kvalitetnija, zanimljivija i što više obuzela pažnju publike potrebno je osmisliti način na koji će se to postići. Za to je potrebno kreativno razmišljanje.

Kod kreativnog razmišljanja postoji problem barijere analitičkog uma koji ograničava kreativno razmišljanje. Barijera analitičkog uma postaje sve jača s godinama. Jedan od razloga za to je što živimo u društvu u kojem formalni načini obrazovanja od najranije dobi ojačavaju analitičko razmišljanje te nesvjesno podižu barijeru kreativnog razmišljanja. Karakteristike analitičnog razmišljanja su logično, usmjerenije konvergentno razmišljanje s jedinstvenim rješenjem ili manjim brojem rješenja. S druge strane kreativno razmišljanje karakterizira maštovitost, divergentnosti, a rezultat toga je više različitih rješenja i ideja. Kako bi se oslobodilo kreativno razmišljanje potrebno je prepoznati barijere koje ga sprječavaju, a nakon toga raditi na njihovom smanjivanju. Neke od čestih barijera na koje se nailazi su rad po utvrđenih uzorcima – ljudi običavaju ponašati se po već utvrđenim obrascima ponašanja i razmišljanja, stoga je teško odvojiti se od repetitivnih ciklusa, također jedna od barijera je to što ljudi vole pronaći rješenje te ga smatrati jedinstvenim, univerzalnim rješenjem, upravo to stvara ograničenje na kreativno razmišljanje koje karakterizira mnoštvo različitih rješenja. Iduće ograničenje povezano je s konformizmom – zatvaranje unutar granica razmišljanja drugih ljudi kako se ne bismo znatno isticali od njih. Ukoliko smo ograničeni obrascima ponašanja drugih ne ostavljamo dovoljno

prostora za razmišljanje izvan okvira analitičkih ideja. Nadalje, ako se ne uloži dovoljno truda zadovoljava se najjednostavnijim, očitim rješenjem. Razlog za to može biti što smo zadovoljni da smo pronašli barem neko rješenje. Tehnika koja se može koristi u slučaju ovog problema predlaže da se rješenje postavi sa strane, nastavi se razmišljati o drugim rješenjima, a zatim se nakon nekog vremena analiziraju rješenja kako bi se vidjelo jesu li najučinkovitija. Ukoliko se ideje prebrzo evaluiraju može se previdjeti skrivena inovativnost ili kreativnost tih ideja. Jaku barijeru postavlja automatski dogovor „Ne“ ili „To neće funkcionirati“. Najteža barijera za prebroditi je strah da ne ispadnemo blesavi s nekom od predloženih ideja. (3)

Poznati proces za Osmišljavanje kreativnih i inovativnih rješenja naziva se oluja mozgova (engl. *brainstorming*). *Brainstorming* je proces poticanja slobodnih asocijacija, kreativnosti i otvorenosti prema svim idejama. Stoga kako bi *brainstorming* bio što produktivni potrebno je osloboditi kreativni um, a ne se ograničavati analitičkim umom. Prilikom korištenja ovog procesa preporučeno je imati više članova koji će u njemu sudjelovat (ali nije nužno) – one osobe koje sudjeluju u prezentaciji i pripremi iste, ali i osobe koje dobro poznaju građu. Tim za *brainstorming* okuplja se oko papira, ploče ili druge podloge za zapisivanje. Zatim osobe počinju predlagati svoje ideje. Iznimno je bitno za naglasiti da tijekom procesa *brainstorming-a* nema loših ideja! Sve ideje koje se predlažu trebale bi biti usmjerene ka osobi koja je zadužena za zapisivanje kako bi sve ideje bile uspješno zapisane. Nakon što netko započne s početnom idejom ona se zapisuje te ostali članovi zatim pomažu u proširivanju te ideje drugim pojmovima. Na taj način nastaje umna mapa. Ukoliko netko spomene novu početnu ideju proces se ponavlja. Kada god je predložena nova misao ili ideja potrebno ju je spojiti negdje unutar umne mape. Sve ideje trebaju biti prihvaćene. Ukoliko ideje prestanu dolaziti proces *brainstorming-a* ne završava jer se često znaju dogoditi „lažni završetci“. Ponekad je potreban kratki odmor ili ponovno sagledavanje situacije kako bi se ponovno pokrenula lavina ideja. (1)

Budući da je rezultat *brainstorming-a* umna mapa u kojoj su zapisane brojne povezane, ali i nepovezane ideje i misli potrebno ih je ponovno sagledati te kategorizirati. Taj proces djelomično je već obavljen, no nakon ponovnog promatranja i razmišljanja moguće je uvidjeti nove veze između pojmova ili postojeće veze koje možda nemaju smisla stoga se trebaju doraditi prema potrebi. (1)

Greška je početi s jednom očitim idejom te se fokusirati samo na nju te jedino nju razrađivati. Iako se na taj način štedi vrijeme, postoji mogućnost površnog i neinovativnog promišljanja pa se ne iskorištava pun potencijal prezentacije. Drugi problem koji se može dogoditi je previd očitih i bitnih elemenata prezentacije.

Kreativna rješenja *brainstorming*-a mogu obogatiti prezentaciju, učiniti ju zanimljivijom, poboljšati pažnju gledatelja itd. Primjer takve ideje može biti uključivanje publike u tijek

prezentacije stalnim primanjem povratnih informacija publike putem Google obrazaca. Uz prezentaciju napravljen je Google obrazac s nekoliko pitanja gdje publika može izreći svoje mišljenje o temi prezentacije. Nakon svake obrađene tematske cjeline gledatelji uzimaju svoje mobitele te putem obrasca odgovaraju na zadano pitanje (primjer pitanja: „Podržavate li izgradnju poslovnih prostora na području gradskih parkova?“ ili „Jedete li ribu barem jednom tjedno?“ gdje su ponuđeni odgovori „Da“ i „Ne“). Budući da se rezultati mogu prikazati u realnom vremenu u obliku grafikona moguće je, nakon što svi odgovore na pitanje, prokomentirati odgovore. Postoji više prednosti uključivanja ovakve ideje u prezentaciju. Budući da tijekom prezentacija može biti teško aktivirati pasivnu publiku na ovaj način svi se indirektno uključuju u prezentaciju, također prilikom komentiranja odgovora postoji mogućnost direktnog uključivanja dijela publike u raspravu. Druga prednost je što prezentacija nije monotona, dodavanjem dodatnih sadržaja i razbijanjem monologa dobiva se na dinamici prezentacije. Treća prednost je prikupljanje samih informacija. Sve prikupljene informacije mogu se koristiti za analizu gledatelja, a rezultati analize mogu se koristiti u poslovnim planovima, za stvaranje profila grupa ljudi, ali i drugim područjima ovisno o temi i svrsi prezentacije.

2.2.4. Analiza gledatelja

Prezentacija je prvenstveno namijenjena gledateljima stoga njima mora i biti prilagođena. Nije moguće održati istu prezentaciju učenicima osnove škole, učenicima srednje škole, mješovitoj grupi ljudi i skupini stručnjaka u području o kojemu je prezentacija. Što se više informacija može saznati o gledateljima to se personaliziranija prezentacija može pripremiti za tu skupinu ljudi. Razina znanja gledatelja o temi najvažniji je faktor koji će utjecati na cijelu prezentaciju. Količina i kompleksnost informacija proporcionalno se mijenja ovisno o upućenosti gledatelja o temi. Treba u obzir uzeti da će se slabije upućenim gledateljima morati pojašnjavati osnovni pojmovi koji bi se u kompleksnijoj verziji prezentacije možda mogli samo spomenuti. Upravo to će utjecati i na samo trajanje prezentacija. Ovakva analiza se izvršava prije prezentiranja, uz to analiza se može izvršavati i za vrijeme prezentacije. Ukoliko se tijekom prezentacije primijeti kriva procjena gledatelja (na primjer ukoliko gledatelji propitkuju osnove informacije ili ukoliko se iz odgovora gledatelja primijeti njihova bolja upućenost u temu nego li je očekivano) dobro je u toku prezentiranja promijeniti pristup temi kako prezentacija ne bi postala dosadna ili kompleksna. Teži slučaj pripreme prezentacije je kada su gledatelji različitog predznanja o temi, od samih početnika koji se prvi puta susreću s temom do osoba koje se bave tematikom već duže vrijeme. U takom slučaju treba stvoriti balans. Balans se može postići kretanjem s osnovnim stvarima kako bi se početnike upoznalo s temom te postepeno dodavati naprednije i teže stvari kako bi i drugim

gledateljima prezentacija bila korisna. Drugi način balansiranja može biti stvaranjem srednje teške prezentacije u kojoj bi se, kada je god potrebno, protumačile osnovne stvari, ali i s vremena na vrijeme ubacile dodatne, naprednije informacije za one koji su znatno bolje upoznati s tematikom. Na ove načine prezentacija se prilagođava različitim profilima ljudi s različitim predznanjem.

2.2.5. Odabir tehnike prezentiranja

Informacije se mogu predstavljati, odnosno prezentirati na brojne načine. U današnje vrijeme jedan od glavnih načina prezentiranja informacija je Microsoft-ov PowerPoint. Koristi se u brojnim situacijama: kao alat za izvršavanje nastavnih programa u školama, koristi se u tvrtkama za prikazivanje raznih izvješća, koristi se za predstavljanje ideja, eksperimenata, projekata i u brojnim drugim situacijama. Prednosti ovoga programa je to što se na jednostavan način mogu kombinirati razni multimedijski aspekti kao što su tekst, slika, video, zvuk, nadalje te elemente je moguće animirati, međusobno interaktivno povezivati (korištenjem veza)… Također postoje gotove teme koje je moguće koristiti u prezentacijama što znatno olakšava i ubrzava proces izrade. Osim PowerPoint-a postoje i drugi programi za izradu prezentacija ove vrste, a jedan od poznatijih je Apple-ov Keynotes. Uz to postoje i web aplikacije kao što je Google-ov Slides ili Prezi koji je nešto drugačiji jer sadrži platno po kojemu se može kretati za razliku od standardnih kliznica (engl. *slides*) u ostalim programima. Održavanje prezentacija na ovaj način olakšava govorniku praćenje sadržaja te ukoliko se zbuni uvijek si može pripomoći sadržajem koji se nalazi na prezentaciji, a ako je vješt i snalažljiv govornik to može učiniti na način da gledatelji niti ne primijete poteškoće u prezentiranju. Također na ovaj način gledatelji mogu puno lakše pratiti prezentaciju i zapisati njima važne informacije. Nedostatak ovakvog načina prezentiranja može biti monotonost ukoliko se prezentacija ne osmisli na kreativan i zanimljiv način. Nadalje, ovakve prezentacije mogu se pratiti i bez prezentatora, a u takvim situacijama često su nadopunjene dodatnim bilješkama.

Prezentacije je također moguće održavati samostalno – bez tehničkih pomagala. U takvoj situaciji govornik mora biti iznimno pripremljen te dobro poznavati tijek i građu prezentacije. Kod ovakvih prezentacija često se mogu koristiti kartice ili papir s tekstom kao podsjetnici, ali njihovo često korištenje može djelovati kao da se prezentator nije dovoljno dobro pripremio. Prednost ovakvog načina prezentiranja je to što uz dobru pripremu i dobre prezentacijske vještine može privući svu pažnju gledatelja na prezentatora tijekom prezentiranja bez dodatnih distrakcija. Neki od nedostataka su to što gledatelji mogu imati poteškoće sa zapisivanjem informacija, uz to ukoliko prezentacija nije dobro strukturirana teže se prati tijek prezentacije, prezentaciju je teže obogatiti multimedijskim sadržajima, a prezentator ima veći izazov prilikom prezentiranja.

Kod videoprezentacije moguće je predstavljanje informacija na nekoliko načina, korištenjem videa koji u sebi ima ukomponiranog naratora i/ili titlove, drugi način prezentiranja je video koji će prezentator popratiti svojom naracijom tokom ili nakon videa – ukoliko će to činiti tokom videa potrebna je izrazita usklađenost s videom što može biti kompleksno, također kod ove opcije nedostatak je to što se prezentacija ne može naknadno poslati gledateljima (bez dodatnog snimanja prezentacije). Videoprezentacije za koje nije potreban govornik mogu se lako dijeliti pute interneta te ih je na taj način moguće lakše dostaviti široj publici koja prezentaciju može po potrebi zaustavljati i više puta pregledavati.

U današnje vrijeme sve su češće online prezentacije koje su uglavnom kombinacija PowerPoint prezentacije zajedno s govorom prezentatora. Prednosti ovakvog načina je to što se gledatelji mogu nalaziti bilo gdje sve dok su povezani s internetom. Nedostatak ovakve vrste prezentiranja česte su tehničke poteškoće. Gubitak interneta, problemi s dijeljenjem zaslona prezentacije, problem reprodukcije zvuka pri dijeljenju zaslona, greške pri paljenju kamere ili mikrofona samo su neki od problema na koje se može naići. Većina ovih problema može se riješiti probnom prezentacijom prije prave prezentacije, ali neki problemi jednostavno mogu biti izvan dosega prezentatora poput nestanka interneta ili struje.

2.2.6. Analiza i priprema građe

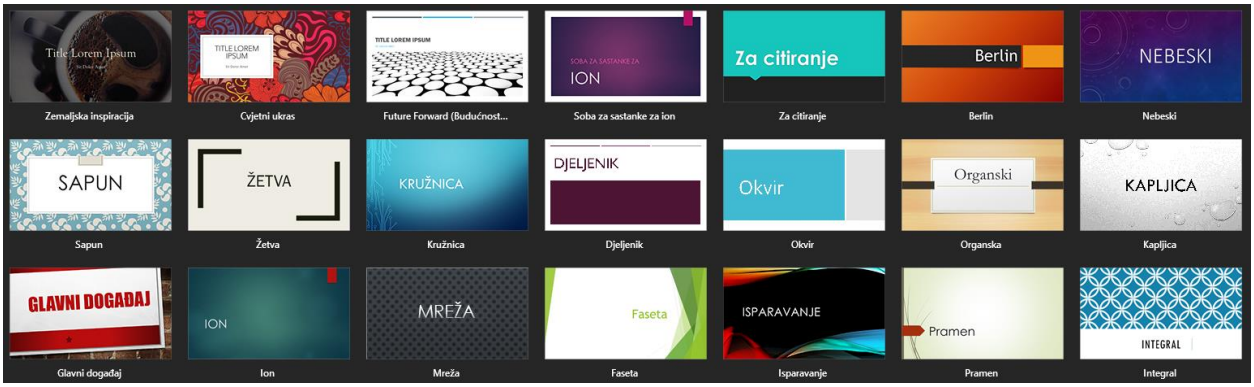
U svrhu uspješnog pripremanja i prezentiranja potrebno je sustavno analizirati temu prezentacije. Prilikom istraživanja teme iz iznimne je važnosti koristiti se povjerljivim izvorima. Nakon pronalaženja izvora te iščitavanja istih slijedi odabir informacija koje će biti predstavljene na prezentaciji. Odabrane informacije moraju biti slijedom logično povezane, odnosno trebale bi se međusobno nadopunjavati kako bi se prezentacija mogla lakše pratiti. Kategoriziranje informacija također pripomaže praćenju prezentacije jer se na taj načina stvaraju tematske jedinice. Prezentacija bi također trebala imati uvod u kojem se priprema gledatelje na temu ili problem koji se iznosi i završni dio u kojem se iznose najvažnije informacije te stvara cjelovita prezentacija s naglašenim zaključcima. Između uvoda i završnog djela nalazi se glavni dio u kojem se predstavljaju tematske jedinice. Ovo je forma koja se najčešće koristi, ali nije obvezna.

Pri ovom procesu odabrane informacije se dijele na one koje će se nalaziti na prezentaciji i na one koje će prezentator govoriti. Smjernice za izradu PowerPoint prezentacija često naglašavaju pravilo 6x6. To pravilo naglašava da jedna kliznica prezentacije ne bi trebala imati više od 6 natuknica/linija teksta, te da svaka natuknica/linija teksta ne bi trebala imati više od 6 riječi (4). Iz ovoga je lako zaključiti da bi veći dio informacija trebao ići u kategoriju govora prezentatora, stoga samo najvažnije informacije će se nalaziti na prezentaciji.

Sakupljeni materijali mogu biti raznih formata: tekstualnog formata (istraživanja, definicije, citati…), slikovnog formata (fotografije, slike, grafovi, grafike…), u formatu videa (predavanja u video obliku, isječci filma…), audio formata (podcasti, glazba…)… te ih se treba prilagoditi tehnici prezentiranja.

2.2.7. Priprema dizajna

Korak pripreme dizajna prezentacije često se spoji s korakom stvaranja prezentacije. Razlozi za to su razni: ne pridodavanje dovoljno pažnje dizajnu prezentacije, korištenje gotovih tema (Slika 2.1), improviziranje pri izradi…



Slika 2.1 Prikaz gotovih tema u programu Microsoft PowerPoint

Ako je cilj napraviti jedinstvenu prezentaciju u kojoj su svi detalji pomno osmišljeni potrebno je razmislit o dizajnu i smisleno ga upotrijebiti u prezentaciji. Dizajn iznimno varira o temi prezentacije stoga je nemoguće odrediti univerzalno pravilo kako dizajnerski urediti prezentaciju, ali postoje brojna istraživanja i pravila koja mogu dati smjernice kako vizualno pripremiti prezentaciju.

Generalno je prihvaćeno da je dobar dizajn odvažan, direktan i jednostavan, ali pri tom potrebno je paziti na elemente poput boje, teksta, grafike, slika/fotografija, videa te na način njihovog slaganja.

- **Boja**

Brojna su istraživanja dokazala da ljudi više preferiraju boje u vizualima nego li korištenje isključivo crne i bijele, ali ipak kod korištenja boja treba paziti na njihove međusobne odnose.

Odabir boje bitna je iz više razloga. Prvi razlog je estetske prirode. Postoje kombinacije boja koje međusobno bolje funkcioniraju od drugih. Johannes Itten, profesor Bauhaus škole, bavio se istraživanjima boja te zaključio kako postoje kombinacije boja koje su harmonične. To su parovi boja koje su međusobno nasuprot u krugu boja, 3 boje koje su čine jednakostranični trokut,

kombinacija od 4 boje koje međusobno čine pravokutnik, kombinacija 6 boja koje čine heksagon unutar kruga boja… pri čemu je krug boja definiran kao odnos između primarnih boja (crvena, plava i žuta), sekundarnih boja (ljubičasta, zelena, narančasta) i tercijarnih boja (plavo-ljubičasta, plavo-zelena, žuto-zelena, žuto-narančasta, crveno-narančasta i crveno-ljubičasta). (5) (6) Drugi razlog je psihološko povezivanje boja s određenim emocijama. Boje stoga mogu izazvati reakciju na podsvjesnoj razini pa je potrebno promisliti koje emocije je poželjno povezivati s prezentacijom. Crvena boja povezuje se s moći, strasti, energijom, uzbuđenjem, odvažnošću, ali i ljutnjom, opasnošću, agresijom, ona također ubrzava rad srca i otvara apetit. Narančasta boja izaziva hrabrost, samopouzdanje, toplinu, prijateljstvo, inovativnost, sporost, lijenost, nezrelost, također potiče aktivnost mozga. Žuta boja je boja sreće, optimizma, kreativnosti, topline, ali i s druge strane to je boja straha, opreza, ljubomore… Zelena boja asocira se sa svježinom, zdravljem, prirodom, bogatstvom, dosadom, ljubomorom i slabošću. Zelena je uz to dobra boja za umorne oči. Plava boja povezuje se s povjerenjem, sigurnošću, pouzdanošću, hladnoćom, nedostatkom emocija, predvidljivosti, također potiče produktivnost. Ljubičasta boja je boja bogatstva, mudrosti, sofisticiranosti, ponosa, ćudljivosti, neumjerenosti… Ružičasta je boja koja se povezuje s romantikom, otkačenošću, brižnošću, impulzivnošću, brzopletošću itd. Crna je asocijativno povezana s elegancijom, luksuzom, profinjenosti, zlom, prijetnjom, a također daje dojam odlučnosti, ozbiljnosti i samopouzdanja. Bijela/srebrna se povezuje s jednostavnošću, čistoćom, poštenjem, optimizmom, no i s oprezom i hladnoćom. Smeđa boja povezuje se s prirodom, ugodom, konzervativnošću, nestrpljivošću, starosti, a poziva na žudnju i melankoliju te zlatna boja koja je boja moći, znanja, snage, prijateljstva, ali i egoističnosti. (7) Nadalje bitnost odabira boje potvrđuje i činjenica da loše kombinacije boja mogu biti ometajuće, uznemirujuće i dovesti do slabijeg učenja. (8) Uz navedene informacije bitno je uzeti u obzir čitljivost teksta s obzirom na odabrane boje. Test treba biti dovoljno kontrastan kako bi se mogao čitati bez poteškoća.

- **Tekst**

O tekstu je već rečeno da ga kao prvi ne bi trebalo biti previše, ali zato je potrebno definirati način oblikovanja teksta. Prilikom oblikovanja teksta potrebno je odabrati tipografska pisma koja mogu biti serifna, sanserifna ili nekog drugog oblikovanja (poput rukopisnih pisama). Općenito se serifna pisma smatraju lakšima za čitati od sanserifnih. Sanserifna pisma postaju lakša za čitati u manje optimalnim uvjetima, na primjer kada je veličina teksta mala, u grafovima, tablicama… Iako su i sefirna i sanserifna pisma danas prilagođena za prikazivanje na ekranima, sanserifna pisma su čitljivija u ovome slučaju. Rukopisna pisma ne bi se trebala koristiti za čitave tekstove jer imaju smanjenu čitljivost, također se ne bi trebala koristiti u verzalu jer za to nisu prilagođena. Veličina teksta ne bi trebala biti prevelika niti premala jer u oba slučaja smanjuje čitljivost, veličina

također ukazuje na hijerarhiju informacija. Pri odabiru reza pisma najčešće korištene varijacije su bold i italic. Oba reza ne bi se trebala koristiti za tekuće tekstove nego za naglašavanje. Bold daje dojam agresivnosti, snage, stabilnosti, ali može usporiti čitanje i dati dojam neprofesionalnosti. Italic također usporava čitanje i nevoljen je od strane mnogih čitača. Može se koristiti za naslove, naglašavanje manjih dijelova teksta, citate… (8)

Generalne smjernice koje bi se trebale pratiti su: izbjegavanje jakih gradijenata u pozadinama na koje ide tekst, boja teksta i pozadine trebala bi biti dovoljno kontrastna, tekst bi trebao biti grupiran u manje natuknice, tekst može biti poravnat lijevo ili centriran, visina teksta ne bi trebala biti manja od 1/25 visine prezentacije, prored između linija teksta trebao bi biti veći od veličine teksta. (8)

- **Računalna i informacijska grafika**

Računalna grafika u ovom slučaju ponajviše se odnosi na vektorsku grafiku. Prednosti vektorske grafike su mogućnost stalnog povećavanja grafike bez gubitka kvalitete. Vektorske grafike mogu se koristiti za izradu piktograma, geometrijskih oblika, grafova, raznih uzoraka…

Računalna grafika može biti element informacijske grafike ili skraćeno infografike. Infografika je posebna vrsta vizualizacije u kojoj se mogu kombinirati crteži, grafovi, naslovi, slike, tablice i tekstovi na ograničenom prostoru. Infografika si za cilj uzima prezentaciju podataka, informacija i znanja, a dizajnirana je na način da komunicira komplekse informacije na jasan i prihvatljivi način. Infografika ima svoje početke još u antičkoj Ateni gdje su pronađeni prvi tragovi izrade postera, u današnje vrijeme moderna infografika često je korištena za jednostavno i vizualno ugodno prikazivanje veće količine podataka pri čemu veliki broj digitalnih alata olakšava njihovu izradu. Budući da je glavni cilj izrade infografike prijenos informacija, no ne bi trebala biti previše žrtvovana u korist estetike i izgleda. Kvalitetne infografike ostvaruju povoljan balans između informativnosti i vizualnog izgleda stoga su bogate sadržajem, estetski ugodne i sofisticirano osmišljene. Često se koriste u obrazovanju jer uvelike olakšavaju procese učenja. (8)

Opće preporuke za izradu infografika: raspored je bitan jer daje hijerarhijsku strukturu, boje pripomažu pri stvaranju strukture, strelice pomažu povezati informacije, infografika bi trebala biti jasna, efektivna i jednostavna. Bitno je da svaki element infografike ima svoju svrhu. (8)

- **Slike/fotografije**

Slike i fotografije unutar prezentacije dodatno nadopunjuju prezentaciju. One mogu biti oblikovane na načine da se bolje vizualno uklope u cjelokupni dizajn, mogu se bojama uskladiti prezentaciji, biti obrezane na oblike koji odgovaraju prezentaciji također se mogu povezati dodavanjem vizualnih elemenata iz prezentacije na same slike ili fotografije… Za napredno

dorađivanje mogu se koristiti dodatni programi za obradu i manipulaciju slika i fotografija poput Adobe-ovog Photoshopa (Ps).

- **Videa**

U prezentacijama se videa često koriste u gotovom formatu (na primjer video s YouTube-a), ali videa je moguće i samostalno napraviti te vizualno prilagoditi prezentaciji na način na koji je to moguće i sa slikama ili fotografijama. U takvim slučajevima mogu se koristiti programi poput Adobe Premere Pro-a (Pr) ili Adobe After Effects-a (Ae).

- **Raspored**

Prilikom stvaranja rasporeda ključno je da informacije koje su tematski povezane su i vizualno povezane pa tako na primjer naslovi moraju „pripadati“ svojim tekstovima, a ista je stvar i kod ostalih elemenata. Kako bi raspored bio dosljedan moguće je koristiti predloške. Sustavi mreža pomažu pri stvaranju predložaka koji se koriste u stvaranju dosljednosti u rasporedu i dizajnu. Takve mreže mogu biti pravilne i nepravilne. Pravilne mreže pravokutne su strukture s jednakim razmacima dok su nepravilne mreže različitih oblika i razmaka.

Posebno zanimljiva pravilna mreža je mreža zlatnoga reza. Zlatni rez može se definirati kao omjer gdje se veći dio naprema manjem odnosi kao cjelina prema većem dijelu. Ovaj omjer posebno je ugodan oku, a pronalazi se u prirodi, arhitekturi, umjetnosti, glazbi, znanosti, misticizmu i drugim sferama života. (9)

Nadalje, kako bi dizajn prezentacije bio harmoničan potrebno je obratiti pažnju na balans između svih elemenata. Također balansirana tipografija daje dojam kvalitete. Balans se definira kao suma svih elemenata, horizontala i vertikala, tamnoga i svijetloga te može biti formalan i neformalan. Formalan balans je simetričan, daje dojam stabilnosti, ali može biti dosadan. Neformalan balans, s druge strane, je nesimetričan pa daje dojam pokretnosti, ali zajedno s nekonzistentnom uporabom boje, tipografije i grafike može pogoršati procese učenja. (8)

Kako bi se nešto dodatno istaknulo unutar dizajna moguće je koristiti strelice, okvire, ikone, ilustracije, simbole, prazan prostor, kontrast… (8)

Kada su svi elementi pripremljeni moguće je napraviti „knjigu snimanja“ ili *storyboard* koji će dodatno pomoći pri stvaranju prezentacije. Za prezentacije koje se izrađuju u PowerPoint-u stvaranje *storyboard* nije uvijek potrebna, *storyboard* može dobro doći kod izrade PowerPoint prezentacije s puno sadržaja i kompleksnim animacijama ili kod izrade videoprezentacije.

2.2.8. Stvaranje prezentacije

Kada su svi elementi prezentacije pripremljeni (građa, dizajn, dodatni materijali poput fotografija) mogu se početi spajati u prezentaciju. Ovisno o vrsti prezentacije i sadržaju ovaj proces se može znatno razlikovati. Najveću razliku činit će program u kojemu se prezentacija priprema. Pri stvaranju treba pratiti značajke koje su odlučene u prethodnim koracima, ali uvijek su moguće izmjene i dodatna dorada.

2.2.9. Priprema prezentiranja

Nakon što je cijela prezentacija pripremljena potrebno je pripremiti i sebe na prezentiranje. Ovaj proces može oduzeti puno vremena, ali ako se ne odradi kvalitetno umanjuje sav trud koji je uložen u prethodnim koracima.

Mnogi će reći da oni jednostavno nisu rođeni govornici, ali talent čini samo mali udio uspjeha pri čemu je ostatak vježbanje i naporni rad. Iako pojedinci mogu imati prednosti kao što su lakše usvajanje vještina, bolji glas, slabiju tremu… na sve ove aspekte moguće je djelovati vježbanjem. Pri prezentiranju je potrebno imati dobru retoriku koju Ciceron definirao ovako: „Retorika je umijeće govorenja prilagođenog za uvjeravanje“ (10).

Trema je problem s kojim se svi bore pri prezentiranju. Iako trema dokazuje da imamo poštovanja prema gledateljima ona može stvoriti dojam nepripremljenosti. Trema nastaje kao kemijska reakcija prilikom koje se luči hormon stresa – kortizol, najjača je na početku prezentacije jer se tijelo prilagođava na novu situaciju, pa se tako trema s vremenom smanjuje, ali prvi dojam je najbitniji, baš kada je trema najjača. Upravo zato je važno iznimno dobro pripremiti uvod prezentacije, a samim time najbolji način svladavanja treme je kvalitetna priprema. Također pomažu i vježbe koncentracije i disanja, mentalne slike, zamišljanje pozitivnog ishoda te što češće govorenje u javnosti jer govorit se ući govorenjem. Neki od uzroka strahova koji se javljaju tokom prezentiranja su osjećaj izloženosti i bespomoćnosti koji se javlja jer je prezentator odvojen od gledatelja, stoga može pomoći fizičko približavanje gledateljima, jer se tada osjećamo kao dio grupe u kojoj smo sigurniji. Drugi strahovi mogu biti uzrokovani slabim govorničkim vještinama, nedovoljnom pripremljenošću ili nepoznavanjem teme – na njih je moguće djelovati vježbanjem govorenja i proučavanjem teme. To će također pomoći svladavanju straha od velike i zahtjevne publike u kojoj se mogu nalaziti određeni autoriteti. Strah od kritike isto može stvoriti tremu – konstruktivnu kritiku treba prihvatiti jer na taj način je moguće napredovati, a verbalni napadi događaju se svima te ih ne trena shvaćati osobno. Strah od blokade isto je česti uzrok treme – nekoliko je trikova koji mogu pomoći: kratko ponavljanje već rečenog, prikazivanje slika, grafova

ili drugih vizuala daje vremena za prisjećanje, postavljanje pitanja gledateljima smanjuje pozornost na blokadu. Također je uvijek moguće poslužiti se priređenom PowerPoint prezentacijom ili karticama teksta. U najgorem slučaju može se priznati trema. Ono što treba izbjegavati je loša improvizacija, sredstva za smirenje, alkohol, paničarenje, čitanje s papira ili skrivanje od gledatelja iza govornice ili računala. (10)

Glas i dikcija govornika također su bitni pri prezentiranju. Dublji glasovi prema istraživanjima imaju veću mogućnost uvjeravanja, draži su za slušati, ali lako postanu monotonim manjkom naglašavanja i promjena u govoru, također dublje glasove dobro je ubrzati. S druge strane viši glasovi često se trebaju usporiti, a mogu zvučati smirujuće, živahno, zvonko. Iako je glas urođena karakteristika on se može mijenjati vježbanjem. Riječi i rečenice naravno treba izgovarati jasno, glasno i razgovijetno. Sam glas ima 38% utjecaja na dojam i uvjerljivost govornika, a govor 7%, najveći udio od 55% čini neverbalna komunikacija. Neverbalnom komunikacijom moguće je privući i održavati pozornost, pokreti ruku ne smiju biti prebrzi i nervozni, a prekrižene ruke ili ruke u džepovima mogu stvoriti dojam nezainteresiranosti ili arogancije. Dodiri lica ili kose ostavit će dojam nesigurnosti, laganja ili zbunjenosti. Uz govore tijela, mimika ima veliki utjecaj. Osmijeh je gotovo uvijek poželjan jer daje dojam povjerenja i samopouzdanja. Nešto što je važno može se naglasiti podizanjem obrva. Pauza također može biti neverbalni znak. Pauze se koriste kao izražajno sredstvo te se ne trebaju izbjegavati. One mogu promijeniti smisao rečenice, naglasiti bitno, stvoriti napetost, a mogu se i koristiti umjesto poštapalica. (10)

Već je rečeno da je potrebno proanalizirati gledatelje. Zanimljiv primjer koji ukazuje na tu važnost je razlika američkih gledatelja koji vole entuzijastične govornike čije su prezentacije dinamične, energične s unesenom osobnosti pri čemu im je važniji *show* za razliku od Europljana kojima je bitnija poruka i cilj. Također im je bitan govornik koji je entuzijastičan, ali je i dobro pripremljen i precizan. (11)

Ono što će se prezentirati potrebno je zapamtiti, ali i uvježbati kako ne bi zvučalo da je naučeno napamet. Način uvježbavanja može biti pred ogledalom, pred prijateljima ili obitelji koji čine gledatelje ili snimanjem prezentiranja te pregledavanjem snimke. (11)

Kada je cilj prezentacije gledatelje uvjeriti u nešto, što je često cilj marketinških prezentacija, potrebno je uvježbavati i razvijati već spomenutu retoriku. Ukoliko je cilj prezentacije međusobni dijalog, osmišljavanje zajedničkih ideja potrebno je razvijati i uvježbavati vještinu dijalektike. Ona može biti korisna u prezentacijama čiji je cilj rješavanje određenih problema. Dijalektika se definira kao način zaključivanja temeljen na razmjeni teza i protuteza kojima je cilj preko spontane razmjene doći do zajedničkog zaključka, uređenog skupa protuslovlja ili barem uređenog dijaloga. (11) Stoga za kvalitetnu dijalektiku potrebno je prihvaćanje ideja i mišljenja drugih kao i kvalitetno i razumno iznošenje misli i argumentiranje.

2.2.10. Analiza uspješnosti

Ovo je korak koji se provodi nakon samog prezentiranja prezentacije. Analiziraju se prethodno postavljeni ciljevi i potvrđuje se njihova uspješna ili neuspješna izvršenost. Neispunjeni ciljevi ukazat će na pogreške u nekim od prethodnih 9 koraka, zatim je potrebno ponovno proći kroz iste korake i promijeniti ono što potencijalno može pomoći pri ostvarivanju ciljeva kod idućeg prezentiranja. Ukoliko se prezentacija samo jednom prezentira, ove informacije bit će korisne pri pripremi i izradi iduće prezentacije.

3. Tijek pripreme i izrada prezentacije – praktični dio

Prema smjernicama koje su razrađene u prethodnom poglavlju provest će se proces pripreme i izrade prezentacije. Nakon svakog koraka bit će ukratko naglašen zaključak ili rezultat određenog koraka. Isticanje najbitnijih informacija može pomoći pri lakšem daljnjem procesu organizacije prezentacije.

3.1. Odabir teme

Budući da tema prezentacije nije ni na koji način ograničena spektar potencijalnih tema je ogroman. Kod ljudi se često javlja problem stvaranja odluke kada je više mogućih odabira za razliku od lakšeg stvaranja odluke kada je manje mogućih odabira. Upravo to se dogodilo pri odabiru teme ove prezentacije pošto je mogućih tema gotovo beskonačno. Kako bi se olakšao odabir teme postavljena su 2 uvjeta prezentacije: prezentacija mora biti poučna (ne marketinški ustrojena) te mora govoriti o bitnim problemima današnjice. Nakon toga pregledavane su vijesti, članci, a zatim kroz razgovore s ljudima odlučeno je da će tema biti ekološkog aspekta. Kroz daljnju analizu ove široke teme odabrana je konačna tema: Europski zeleni plan. Ova tema govori o važnosti zaštite okoliša, klimatskoj neutralnosti stoga je poučna, a s druge strane progovara o jednom od gorućih problema današnjice, a to su klimatske promjene tako da prolazi oba prethodno zadana uvjeta za temu prezentacije.

ZAKLJUČAK: tema – Europski zeleni plan

3.2. Postavljanje ciljeva

Cilj ove prezentacije je poučavanje gledatelja o Europskom zelenom planu, ali i općenito o zaštiti okoliša i globalnom zatopljenju, uz to je bitno što više gledatelja dodatno zainteresirati o ovoj temi te potencijalno potaknut na dodatno istraživanje i djelovanje. Također prezentacija mora biti dostupna što većem broju ljudi.

ZAKLJUČAK: ciljevi

- Poučavanje o temi
- Stvaranje interesa o temi i poticanje na djelovanje
- Stvaranje što dostupnije prezentacije

3.3. Osmišljavanje ideja

Kako bi što više ljudi pomno pratilo prezentaciju ideja je stvoriti prezentaciju u obliku istraživačkog videa s objašnjenjima (engl. *explanatory video*). Takva videa izrađuju poznati YouTube kanali poput Half as Interesting, Vox, Kurzgesagt – In a Nutshell i brojni drugi. Ovakvi kanali na svojim poučnim videima dobivaju i do nekoliko milijuna pregleda, a njihova videa su vizualno ugodna, zanimljiva i poučna.

ZAKLJUČAK: stil prezentacije - *explanatory* video

3.4. Analiza gledatelja

Kako je cilj prezentacije dostupnost što većem broju ljudi, na gledatelje se može gledati kao na opću populaciju. Cilj je zainteresirati bilo kojeg pojedinca koji se odluči poslušati ovu prezentaciju upravo zato je prezentaciju potrebno prezentirati na jednostavan način, ali svejedno pojasniti najbitnije ideje i informacije, nadalje kreiranje prezentacija na engleskom jeziku stvorit će dostupnost još većem broju ljudi. Također kako je pažnja ljudi u današnje vrijeme ograničena i sve slabija prezentacije bi trebala biti sažeta i ne bi trebala trajati predugo – ograničenje na najviše 5 minuta.

ZAKLJUČAK: gledatelji su opća populacija – stvaranje kratke i jednostavne prezentacije, engleski jezik

3.5. Odabir tehnike prezentiranja

Za tehniku prezentiranja, kao što je već naglašeno pri osmišljavanju ideja, odabrana je videoprezentacija. Razlozi za odabir videoprezentacije su ti što se ovakva prezentacija može jednostavno podijeliti široj publici – može se dijeliti internetom, postaviti na društvene mreže (poput YouTube-a i Facebook-a)... Za prezentaciju nisu potrebni termini i gledatelji ne ovise o lokaciji stoga se može gledati u bilo koje vrijeme i na bilo kojem mjestu. Za ovakav način predstavljanja informacija također nije nužna potpuna pažnja.

Video će biti izrađen u programu Adobe After Effects.

ZAKLJUČAK: videoprezentacija

3.6. Analiza i priprema građe

U ovom koraku važno je kvalitetno se informirati o temi te prikupiti što više bitnih informacija. Za to su korišteni izvori poput Eurostata (Statistički ured europskih zajednica), službeni dokumenti Europske komisije, uredbe Europskog parlamenta i vijeća, Europski zakon o klimi, snimke izjava

za medije predsjednice Europske komisije Ursule von der Leyen, analize Europskog zelenog plana… Informacije su potom slagane tako da se prvo predstavlja problem klimatske promjene, ali se i pojašnjava kako Europska Unija (EU) ima plan. Iduće se govori o Pariškom sporazumu koji prethodi Europskom zelenom planu, a zatim se i pojašnjava što je Europski zeleni plan te koji su mu ciljevi. Zatim se objašnjavaju načini djelovanja i potencijalni problemi. Na kraju se iznosi zaključak i naglašava važnost Europskog zelenog plana.

Uz pripremu teksta također su pripremljene i prigodne fotografije te videozapisi. Materijali su pronađeni na internetu na stranicama poput Unsplash-a i Adobe Stock-a koji nude besplatne materijale za korištenje u privatne i promotivne svrhe. Također su odabrane i glazbene podloge koje će utišano svirati u pozadini tijekom prezentacije. Glazba je klasičnog stila.

ZAKLJUČAK: tekst prezentacije:

Svjesni smo izazova s kojima se suočavamo u vezi s klimatskim promjenama, no nedavno je Europska Unija snažno odgovorila na te izazove.

Prema Pariškom sporazumu iz 2015. godine, države članice obvezale su se ograničiti globalno zatopljenje u usporedbi s predindustrijskim razdobljem. Do 2020. Godine temperatura je porasla za 1.2°C. Glavni razlog zagrijavanja su stakleničkі plinovi koji se ponajviše stvaraju sagorijevanjem fosilnih goriva. Stoga, koji je plan Europske Unije?

Ovo je Ursula von der Leyen, predsjednica Europske komisije, njen je plan učiniti Europu klimatski neutralnim kontinentom do 2050. godine nizom političkih inicijativa pod nazivom Europski zeleni plan.

Europski zeleni plan je nova strategija rasta kojom se EU nastoji preobraziti u pravedno i prosperitetno društvo s modernim, resursno učinkovitim i konkurentnim gospodarstvom u kojem 2050. neće biti neto emisija stakleničkih plinova i u kojem gospodarski rast nije povezan s upotrebom resursa.

Zvuči ambiciozno, zar ne? Ali kako postići klimatsku neutralnost? 1/3 proračuna NextGenerationEU-a i europskog proračuna podržavat će zelene i održive projekte što će iznositi više od 500 milijardi eura, s tim da u iznos nisu uračunate nacionalne odredbe i proračuni. Potrebno je priječi na „čistu“ energiju poput solarne energije ili energije vjetra. Prijevoz će se također transformirati. Prioritet je 75% kopnenog tereta koji se danas prevozi cestom prebaciti na željezničke i unutarnje plovne puteve. Javni će prijevoz također biti poboljšan. Uz to, Europska Unija predložila je zabranu prodaje novih benzinskih i dizelskih automobila od 2035. godine.

Europski zeleni plan ne uzima za cilj samo poboljšati promet i prijeći na „čistu“ energiju, već potpuno transformirati kontinent obnavljanjem zgrada kako bi bile energetski učinkovitije. Također ima za cilj učiniti hranu zdravom i pristupačnom, što podrazumijeva stvaranje 25% poljoprivrede u Europskoj Uniji organskom, smanjenje pesticida za 50% i gnojiva za 20% do

2030. godine. Novi proizvodi trebali bi biti izdržljiviji, popravljivi te bi se trebali moći reciklirati i ponovno koristiti. Sve to će poboljšati kvalitetu zraka i vode, učiniti tlo zdravijim i pospješiti bioraznolikost. Ovakva tranzicija ne bi trebala naštetiti industriji nego ju, baš suprotno, učiniti globalno konkurentnom, stoga se treba pripremiti osposobljavanjima i osiguravanjem dugoročno održivih radnih mjesta. Ovo je tek kap u moru… kojeg moramo zaštititi.

Ali nije sve tako savršeno, mnogi se protive planu tvrdeći da mjere nisu dovoljne, no s druge strane, neki uopće ne žele sudjelovati u planu. Problem je također razlučiti što je dovoljno „zeleno" za financiranje, na primjer: biogoriva. Još jedan problem je s obnovljivim izvorima energije, poput solarne energije, to što proizvodnja energije nije konzistentna pa tako proizvodnja prestaje noću upravo kada je energija prijeko potrebna.

Postavljaju se mnoga pitanja, no kako će se Europska Unija nositi sa svim problemima, tek će se vidjeti. Jedino što je sigurno je da bi klimatska neutralnost do 2050. godine trebala biti glavni prioritet!

3.7. Priprema dizajna

Prvi korak u pripremi dizajna je odabir elemenata koji će činiti dizajn. Nakon toga elemente je potrebno povezati i posložiti u smisleni dizajn.

3.7.1. Boja

Pri odabiru boje razmatrana je tema te boje koje bi odgovarale uz tu temu. Odabrane su 3 boje. Toplo bijela, sivo-crna i svjetlo zelena boja. Razlozi odabira boja su sljedeći: crna i bijela stvorit će dobar kontrast te će se koristiti kao 2 dominantne boje. Kada se u prezentaciji bude pričalo o problemima, preprekama i drugim lošim stvarima dominirat će crna boja koja će se nalaziti u pozadini. U trenutcima kada se budu spominjali pozitivni planovi, rješenja problema i ciljevi dominirat će bijela boja koja će biti korištena kao pozadina. Za naglašavanje koristit će se zelena boja – boja koja se povezuje s prirodom, ekologijom, zdravljem…

Slika 3.1 Prikaz glavnih boja koje će se koristiti u prezentaciji

Također će se koristiti svjetlije i tamnije nijanse ovih boja po potrebi te u iznimnim situacijama koristit će se crvena boja koja će naglašavati opasnost.

3.7.2. Tekst

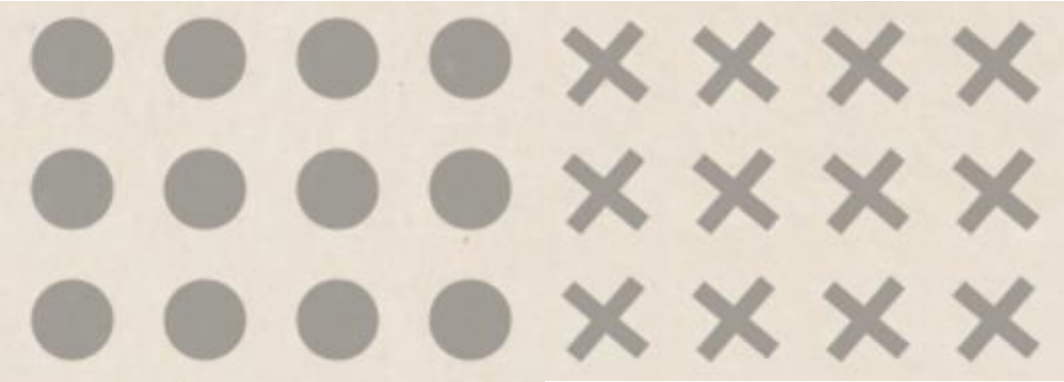
Tekst unutar prezentacije bit će u manjim količinama ili će služiti kao vizualni element. Bit će korišten za naglašavanje bitnih informacija te će se tada nalaziti u prvome planu.

Odabrano je jedno tipografsko pismo pod nazivom Playfair Display koje će se koristiti u nekoliko rezova: regular, bold i black ovisno o potrebi. Pismo je serifno s karakteristikama prijelazne antikve – veće su razlike u debljini temeljnih i spojnih poteza, serifi su blagih prijelaza, a baza im je ravna.

Slika 3.2 Tipografsko pismo – Playfair Display u rezovima: regular, bold i black

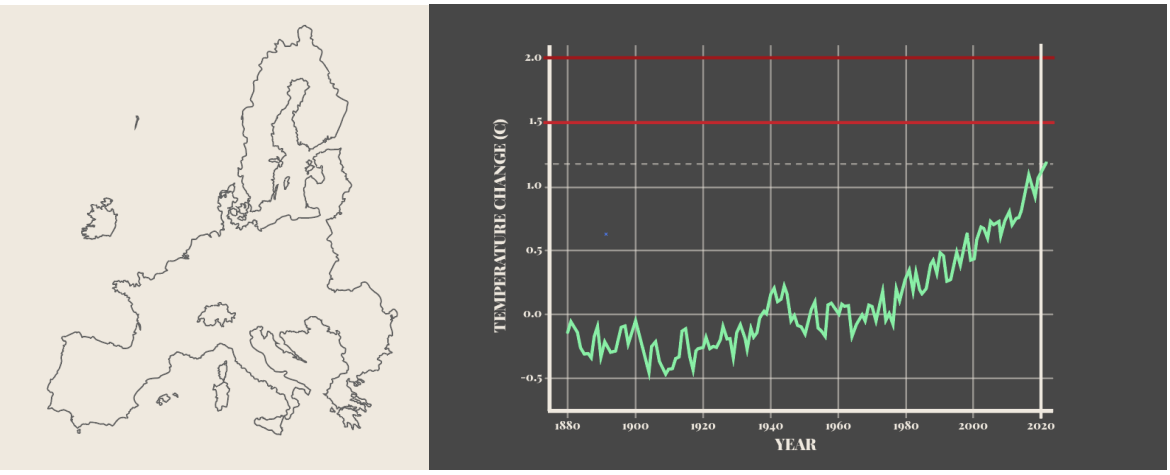
3.7.3. Računalna i informacijska grafika

Od računalne grafike pripremljeni su geometrijski elementi poput kružnica i pravokutnika koji će se slagati u uzorke koji će se koristiti za nadopunjavanje pozadine – njihova uloga će biti vizualne prirode te uglavnom neće prenositi informacije. Iz tog razloga uzorci ne smiju biti previše napadni i odvlačiti pažnju od informacija koje se žele prenijeti.



Slika 3.3 Geometrijski uzorci

Osim tekstura, izrađene su karte i grafovi koje će služiti za vizualno što jednostavniji i što brži prijenos informacija.



Slika 3.4 Grafički prikaz karte Europske Unije i graf koji prikazuje porast globalne temperature

Svi grafički elementi izrađeni su u program Adobe Illustrator (Ai) koji je namijenjen za izradu vektorskih grafika.

3.7.4. Slike/fotografije

Kako bi se što bolje uklopile, sve slike i fotografije prilagođene su bojama prezentacije. Smanjena im je saturacija, te im je dodan zeleni ton. Na ovaj način bolje se uklapaju u estetiku ostatka prezentacije. Za obradu fotografija korišten je Ps, ali i sami program za izradu videoprezentacije – Ae.

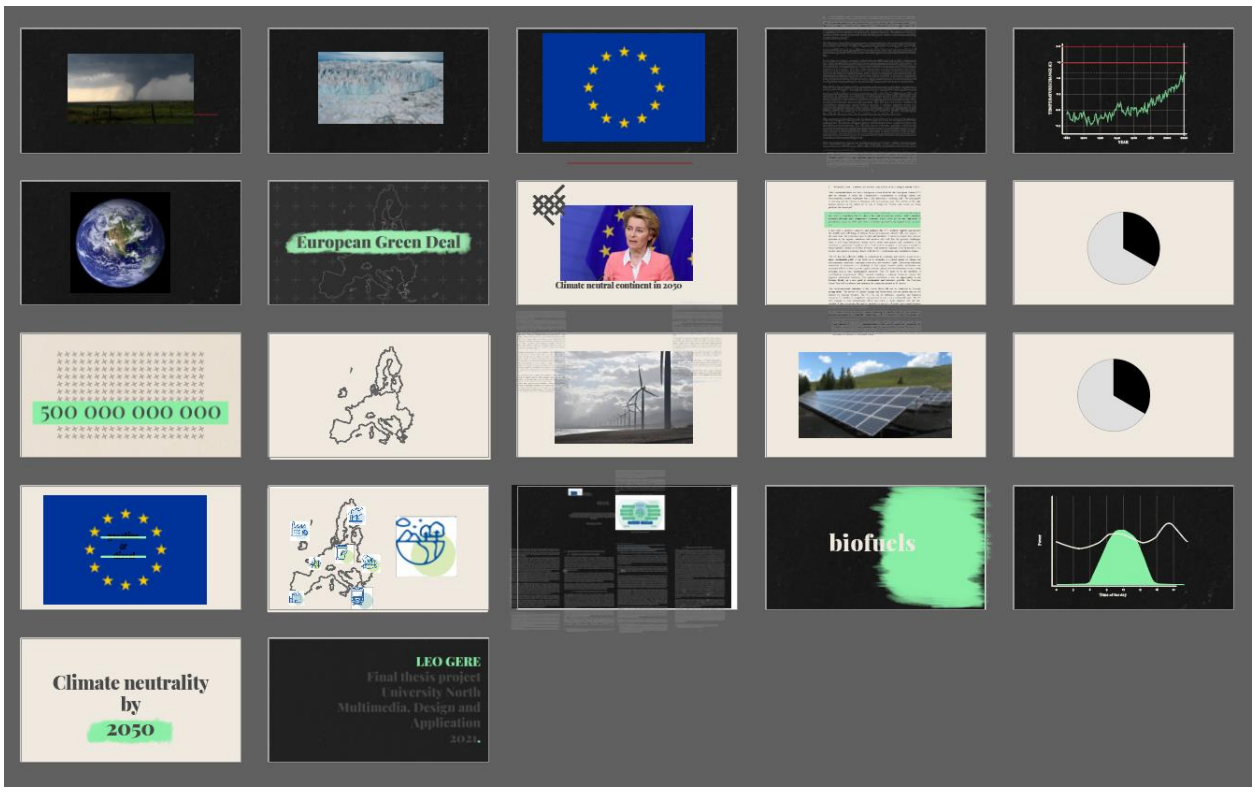
Slika 3.5 Fotografija prije i nakon obrade

3.7.5. Video

Videa su prilagođena i obrađena po istim principima kao i slike i fotografije, ali korišten je samo program Ae.

3.7.6. Raspored

Za stvaranje rasporeda i slaganje svih elemenata korišten je Ai u kojemu je napravljena knjiga snimanja (engl. s*toryboard*). U programu je otvoren novi dokument čije dimenzije će iznositi jednako kao i videoprezentacija (Full HD – 1920x1080 piksela (px)) zatim se izrađuje veći broj *artboard*-a. Svaki *artboard* prikazivat će jedan dio prezentacije. Na ovaj način proces izrade prezentacije će se ubrzati budući da će raspored elemenata biti predodređen. Prilikom izrade *storyboard*-a potrebno je pratiti tekst koji je priređen uz prezentaciju te prikupljene materijale poslagati tako da prate tekst. Izrađeni *storyboard* (Slika 3.6) je samo grubi plan prezentacije stoga ga se ne smije držati doslovno pri izradi prezentacije, a kao što je vidljivo raspored elemenata je simetričan i jednostavan bez nepotrebnog gomilanja elemenata.



Slika 3.6 Prikaz grube verzije artboard-a izrađenog u Adobe Illustratoru

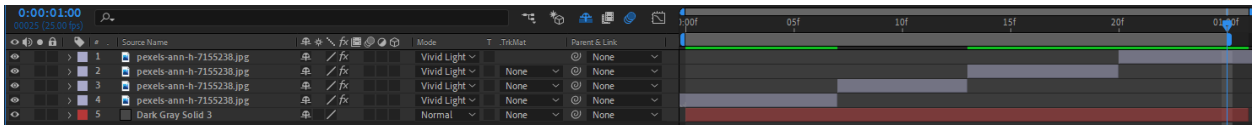
ZAKLJUČAK: jednostavan dizajn koji kombinira 3 boje i jedan font u 3 različita reza, fotografije i videa moraju biti stilski prilagođena ostalim elementima, za pomoć u vizualiziranju se koriste karte i grafovi.

3.8. Stvaranje prezentacije

Za izradu videoprezentacije korišten je program Ae koji se često koristi za video montaže, animiranje, specijalne efekte… Najčešći način animiranja je animiranje korištenjem *keyframe*-ova. Uz pomoć njih moguće je postaviti početnu i krajnju vrijednost nekog parametra. Primjer: fotografija ima početnu vrijednost 50 i 50 posto parametra *Scale* koji služi za promjenu veličine. (Prva vrijednost označava promjenu veličine po x osi koordinatnog sustava, a druga po y osi), a krajnja vrijednost iznosi 100 i 100 posto. Ukoliko je početni *keyframe* postavljen na prvoj sekundi, a završni na petoj sekundi slika će mirovati od prve sekunde, zatim će se početi postepeno povećavati sve dok ne postane duplo veća po osima x i y u petoj sekundi kada će se prestati povećavati. Na ovaj način moguće je animirati razne parametre poput pozicije, rotacije, prozirnosti… Svi elementi se slažu u vremensku traku (engl. *timeline*) i to u slojevima (engl. *layers*). Ono što se nalazi sloj iznad prekrivat će ono što se nalazi sloj ispod.

Prvi korak pri izradi je stvoriti projekt i početnu kompoziciju. Korištene postavke su 1920x1080px što je omjer 16:9. Korišteni broj sličica po sekundi (fps) je 25. Sljedeći korak je

izrada pozadine koja je animirana kako bi bila dinamičnija prezentacija, ali animacije su blage i nenametljive kako ne bi uzimale pozornost na sebe. Način izrade pozadine je dodavanje pozadinske, crno-sive, boje heksadekadske vrijednosti #474747, na pozadinu je dodana fotografija teksture staroga papira, u vremenskoj traci fotografija je odrezana na četiri dijela ukupnog trajanja jedne sekunde, svaki dio se nalazi u svojem *layer*-u kao što pokazuje Slika 3.7. Cilj je prikazati originalnu boju na kojoj će se vidjeti detalji fotografije papira stoga se na papir primjenjuje način miješanja (engl. *blending mode*) *Vivid Light*.



Slika 3.7 Način izrade pozadine

Na ovaj način je izrađena i svjetlija verzija pozadine koja će se izmjenjivati s tamnom verzijom. Kako bi se ovakva animacija stalno ponavljala svi su slojevi ubačeni u novu kompoziciju te je kompozicija postavljena na petlju tako da je na efekt *Time Ramp* dodana ekspresija: (alt + klik na ikonicu štoperice)

```
loopOut(type = "cycle", numKeyframes = 0)
```

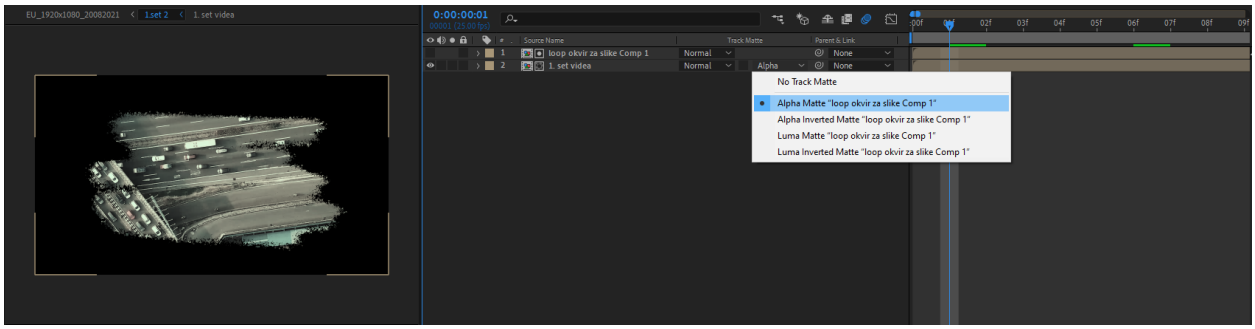
U kompoziciju su dodane glazbe i naracija kako bi se animacije i elementi mogli prilagođavati tonovima glazbe, ali i onome o čemu naratorica govori.

Prva stvar koja se pojavljuje na pozadini su snimke koje pokazuju uzroke i posljedice globalnoga zatopljenja, one se brzo izmjenjuju i stavljene su u animirani okvir koji je kreiran crtanjem različitih poteza kistom u Ps-u. Napravljeno je 10 različitih okvira (Slika 3.8) koji su stavljani u petlju na isti način kao i pozadina te su stavljeni u kompoziciju koja se zalazi sloj iznad kompozicije snimki.

Slika 3.8 10 različitih okvira napravljenih potezima kista u Adobe Photoshopu

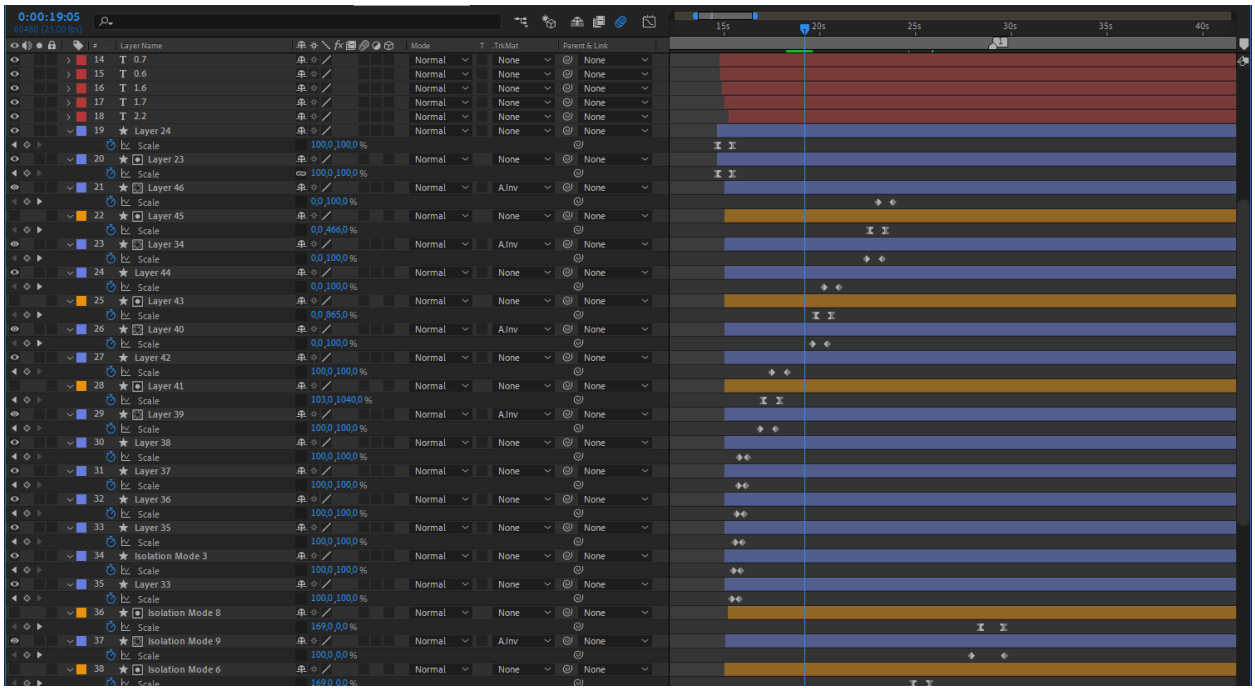
Kako bi se snimke prikazivale samo unutar okvira potrebno je postaviti *Track Matte* opciju *Alpha Matte* na snimke kao što pokazuje Slika 3.9. *Alpha matte* ostavit će prikazane samo dijelove koji

su vidljivi u sloju iznad, budući da okviri imaju transparentne pozadine u tim dijelovima snimke se neće pokazivati.



Slika 3.9 Postavljanja Alpha Matte-a

Svi elementi grafa (Slika 3.4 – desno) koji su napravljeni u Ai-u prebačeni su u Ae kao odvojeni elementi kako bi se svaki mogao posebno animirati. Kako bi se taj proces olakšao postoji dodatak (engl. *plugin*) pod nazivom Overlord koji poboljšava povezanost Ai-a i Ae-a. Nakon što se u Ai-u označe potrebni elementi, samo se jednim klikom prebacuju u otvorenu kompoziciju unutar Ae-a. Nakon toga svakom elementu zasebno je animiran ulaz najčešće koristeći *Scale* parametar. Na taj način se dobije uglađeno pojavljivanje grafa. Glavna linija koja pokazuje vrijednosti unutar grafa animirana je tako da je dodan parametar *Trim Paths* koji omogućuje animiranje početka i kraja krivulja pa se može dobiti efekt kao da se linija iscrtava.

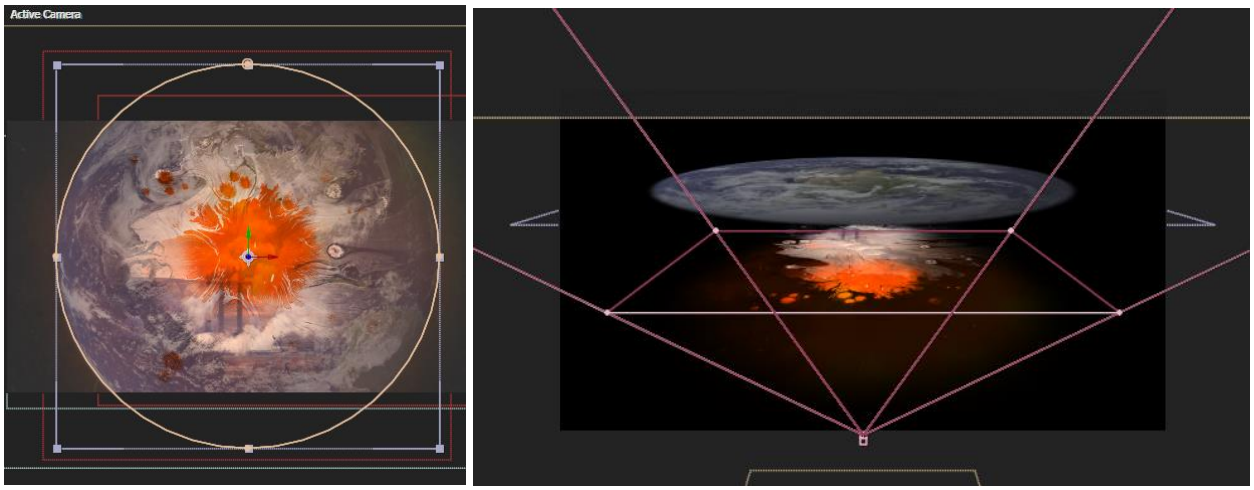


Slika 3.10 Dio kompozicije s animacijom grafa

Sljedeće je potrebno animirati Zemlju. Cilj je prikazati Zemlju koja gori radi sagorijevanja fosilnih goriva. U ovoj animaciji korišteno je pet *layer*-a: kompozicija - pozadina, Zemlja, kompozicija - video tvornice, kompozicija - video vatre te još jedan video vatre koji nije unutar

druge kompozicije. Zemlji je pozadina uklonjena uz pomoć maski koje se crtaju uz pomoć krivulja, a odabrani dijelovi ostaju vidljivi, dok ostali postaju transparentni. Kompozicija – video tvornice i kompozicija – video vatre u sebi sadrže dva elementa. Prvi je element video tvornice/vatre, a drugi je element video kapljica tinte koje se šire. Drugi video služi za *Track Matte* postavku, ali ovaj puta *Luma Matte* opciju koja će stvoriti okvir na video tvornice/vatre u obliku tamnih dijelova snimke tinte. Rezultat ovih postavki su kompozicije videa vatre i tvornice koje se šire u obliku kapljica tinte. Zadnji *layer*, koji je video vatre, također je izrezan maskom u obliku Zemlje, a kako prijelaz ne bi bio grub povećana je vrijednost parametra *Mask Feather* koja stvara blagi prijelaz na masku.

Ova animacija izrađena je uz pomoć kamere. Unutar programa moguće je odabrati koji će elementi biti trodimenzionalni (3D) odnosno smješteni u 3D prostor. U ovom slučaju svi su elementi smješteni u 3D prostor redoslijedom kako su nabrajani – pozadina je najdalje od kamere, a vatra najbliže (Slika 3.11). Kamera također ima određene parametre koje je moguće animirati, za potrebe ove animacije animirana je pozicija kamere u 3D prostoru, točnije položaj u odnosu na z os koordinatnog sustava.



Slika 3.11 Lijevo – pogled na kompoziciju iz 3D kamere, desno – pogled iz druge prespektive

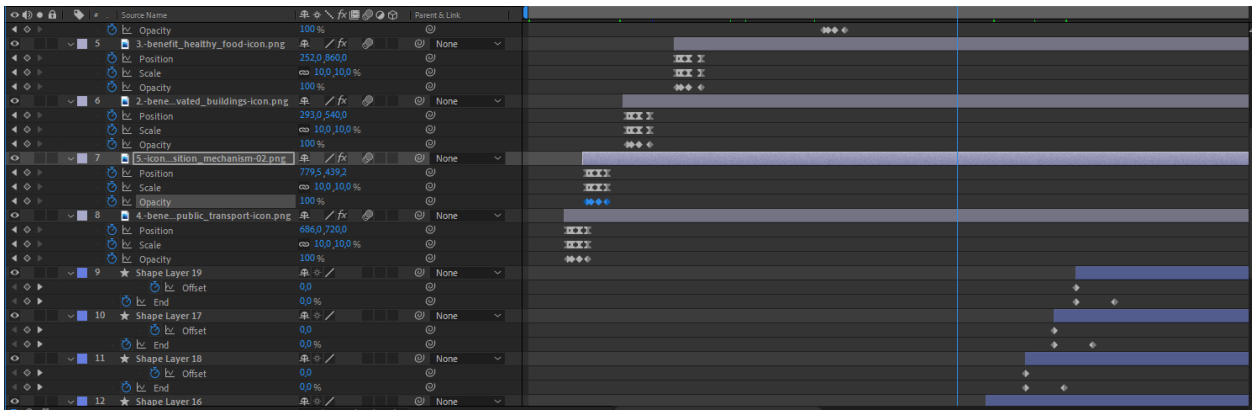
Naslov videoprezentacije (Slika 3.12) sastoji se od četiri glavna elementa. Prvi element je pozadina, drugi je element uzorak čiji je osnovni oblik, znak plus, jednom nacrtan u kompoziciji veličine 150x150 px. Ta kompozicija postavljena je u glavnu kompoziciju te je na nju dodan efekt pod nazivom *Motion Tile*. Rezultat ovoga efekta je ponavljanje jednoga elementa u uzorak. Treći element je karta EU-a koja se iscrtava na isti način kao i glavna linija u grafu – pomoću parametra *Trim Paths*. Zadnji element je zeleni potez kista na kojemu se nalazi naslov videa.

Slika 3.12 Naslov videoprezentacije

Iduće se izmjenjuju fotografije i video predsjednice Europske komisije, ovi elementi nemaju ulazne i izlazne animacije, ali imaju kontinuirano blago povećavanje kako ne bi videoprezentacija postala previše statična. Potom je dodana nova 3D kamera i dokument Europskog zelenog plana, ali ovaj puta je uključena postavka dubinske oštrine. U ovom slučaju samo elementi koji su na određenoj udaljenosti od kamere bit će izoštreni, dok će ostali biti mutni. Izmjenom udaljenosti fokusa i pozicije kamere dobiven je efekt kao da se kamera pokušava izoštriti. Nakon što se kamera izoštri na tekst dokumenta podcrtavaju se najvažnije informacije iz dokumenta tako da su dodani pravokutnici zelene boje s *blending mode*-om *darken* kako bi izgledali kao da su nacrtani markerom.

Nakon toga pojavljuje se nekoliko kompozicija kroz koje prolazi 3D kamera. Prva kompozicija prikazuje tekst koji je animiran promjenom parametra *Tracking* (razmak između slova) na ovu animaciju dodan je i efekt *Posterize Time* pomoću kojeg je promijenjen fps animacije na 18. Druga kompozicija prikazuje pita graf koji nema ispunu nego obrub velike debljine kako bi dao dojam ispune jer se na ovaj način lakše može animirati u postocima uz pomoć *Trim Path*-a. Iduća kompozicija ima u pozadini uzorak koji je napravljen dupliciranjem kompozicije prethodno napravljenog uzorka te je ovaj puta na element uzorka dodana rotacija od 15 punih krugova ukupne dužine 7 sekundi. Ovakav je uzorak dinamičniji. Sljedeće se prikazuju slike koje imaju efekt pod nazivom *Optic Compensation* koji dozvoljava promjenu vidnog polja. Potom je ponovno na sličan način animirano nekoliko uzoraka, tekstova i grafova.

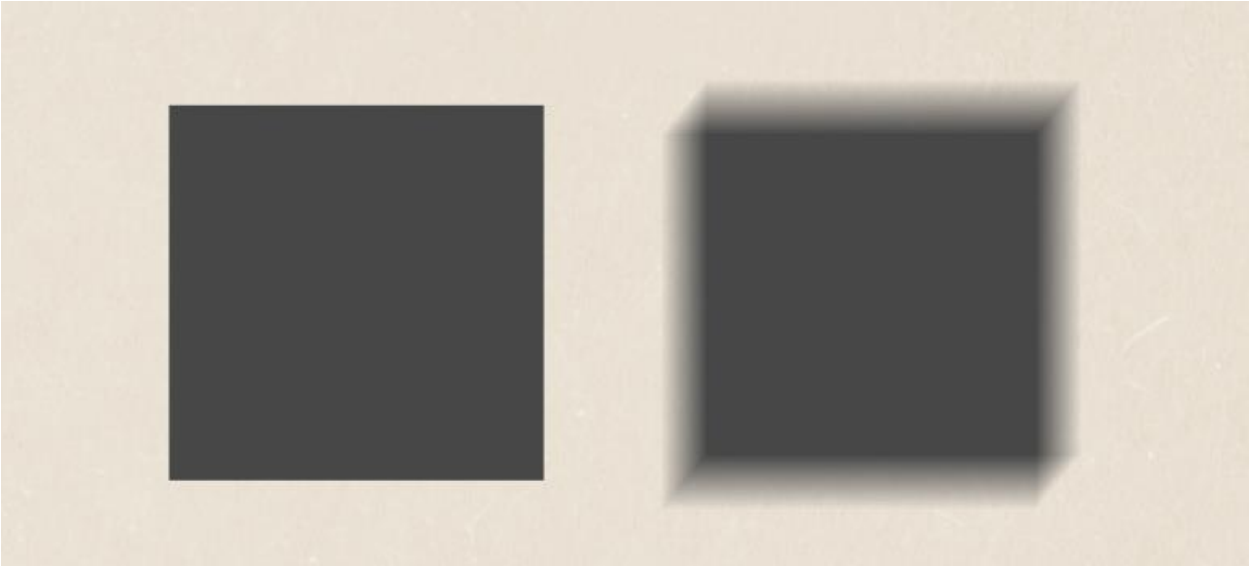
Nadalje je ponovno kopirana EU karta sa svojim animacijama na lijevu stranu kompozicije, a s desne strane pojavljuju se grafike promjenom veličine i prozirnosti, zatim se pomiču na kartu. Nakon što se na krati pojave dvije grafike one se povezuju isprekidanom linijom, što se više grafika nađe na karti sve je veća povezanost. Kako bi izgledalo kao da linije putuju animiran je parametar *offset*.



Slika 3.13 Dio kompozicije s animacijom karte

U ostatku videoprezentacije izmjenjuju se slični elementi (tekstovi, grafovi, uzorci…) koji su animirani po sličnim principima koristeći iste parametre i efekte.

Kako bi svi pokreti elemenata izgledali prirodnije omogućena je postavka *Motion Blur* odnosno zamućenje pokretnih oblika. Slika 3.14 pokazuje razliku između 2 pravokutnika koji imaju jednako animirane parametre pozicije, ali budući da pravokutnik lijevo nema upaljenu opciju *Motion Blur*-a ne ostavlja zamućeni trag popit desnog pravokutnika s uključenim *Motion Blur*-om.



Slika 3.14 Razlika pokreta elemenata s isključenim i uključenim Motion Blur-om

Za kraj su dodani audio efekti poput zvuka gorenja, prometa, udaraca… Zvučni efekti upotpunjuju ono što je vizualno prezentirano.

Nakon što je cijela videoprezentacija izrađena pomno je pogledana nekoliko puta kako bi se pronašle sve pogreške, a zatim i uklonile. Za izvoz (engl. *export*) videoprezentacije korišten je Adobe Premiere Pro u kojega je dodana glavna kompozicija. Korištene postavke pri izvozu su kodek H.264, rezolucija 1080x1920, 25 fps, ciljani bitrate 20, izlazni format .mp4

ZAKLJUČAK: izrada videoprezentacije u Ae-u

3.9. Priprema prezentiranja

Budući da je ova prezentacija zamišljena u video formatu bez fizičke osobe koja bi prezentirala priprema prezentiranja nije potrebna. Ono što se može obuhvatiti u ovome koraku je postavljanje videoprezentacije na online platforme. Za objavu je odabran YouTube budući da je najveća video platforma. Na video su dodani hrvatski titlovi kako bi bio još dostupniji. Za *thumbnail* izabrana je naslovna slika videa (Slika 3.12).

ZAKLJUČAK: objava videoprezentacije na YouTube

3.10. Analiza uspješnosti

Za analizu uspješnosti kreirana je anketa putem Google obrazaca. Nakon što što su ispitanici pogledali videoprezentaciju odgovorili su na set pitanja. Više o analizi uspješnosti u idućem poglavlju. (Analiza ciljeva)

ZAKLJUČAK: izrada Google obrasca.

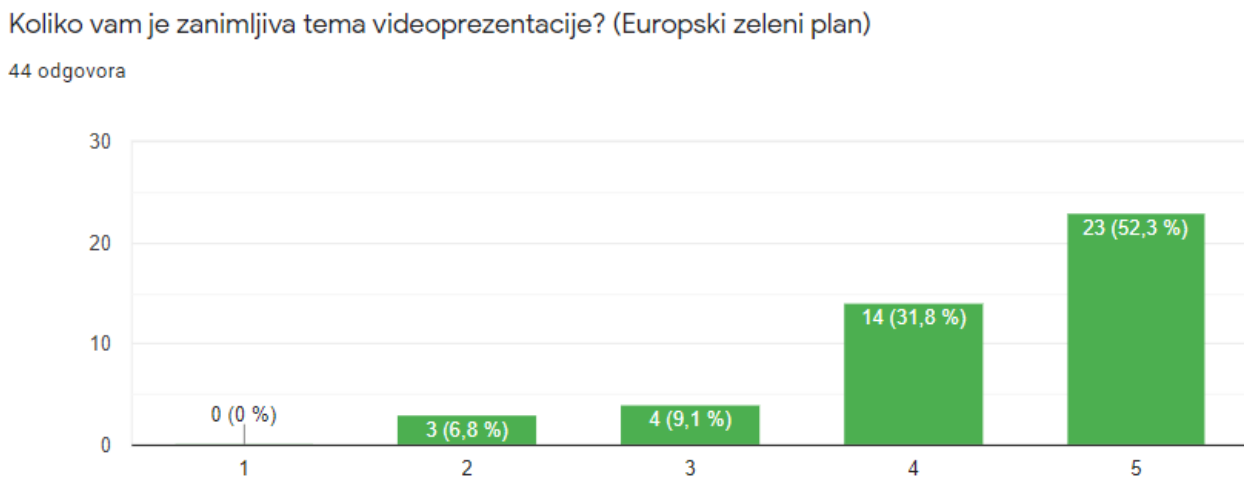
4. Analiza rezultata uspješnosti videoprezentacije

Kako bi se provjerila uspješnost videoprezentacije kreirana je online anketa koju su popunile 44 osobe nakon što su pogledale videoprezentaciju. Anketa se sastoji od 15 pitanja koja su podijeljena u tri kategorije: opće informacije (2 pitanja), pitanja linearnog mjerila u kojima ispitanici odgovaraju jednim brojem od jedan do pet (10 pitanja), pitanja dugih odgovora (3 pitanja).

4.1. Analiza pitanja i odgovora

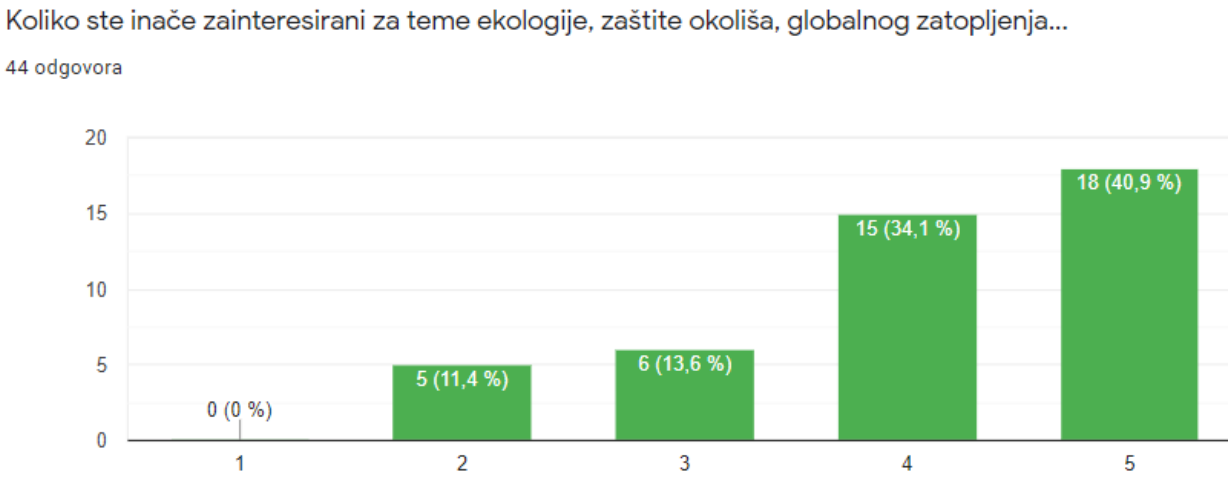
Prvi set pitanja općih informacija daje u uvid populaciju koja je sudjelovala u anketi. Odgovori na prvo pitanje upućuju da su 29% ispitanika muškarci, a 71% žene. Drugo pitanje daje uvid u starost ispitanika – 80% ispitanika je u dobi 18-25 godina, a 20% u dobi 26-45 godina.

Drugi dio pitanja pobliže objašnjava koliko su ispitanici zainteresirani za temu, koliko su zadovoljni prezentacijom, koliko ima je bila jasna… Prvo je pitanje: Koliko vam je zanimljiva tema videoprezentacije? (Europski zeleni plan). Odgovor broj 1 označava: Uopće mi nije zanimljiva, a odgovor broj 5: Iznimno mi je zanimljiva. Kao što prikazuje Slika 4.1 više od 50% ispitanika tema je iznimno zanimljiva, više od 30% ispitanika je zanimljiva, a ostatak ispitanika nema mišljenje o temi ili im je tema dosadna.



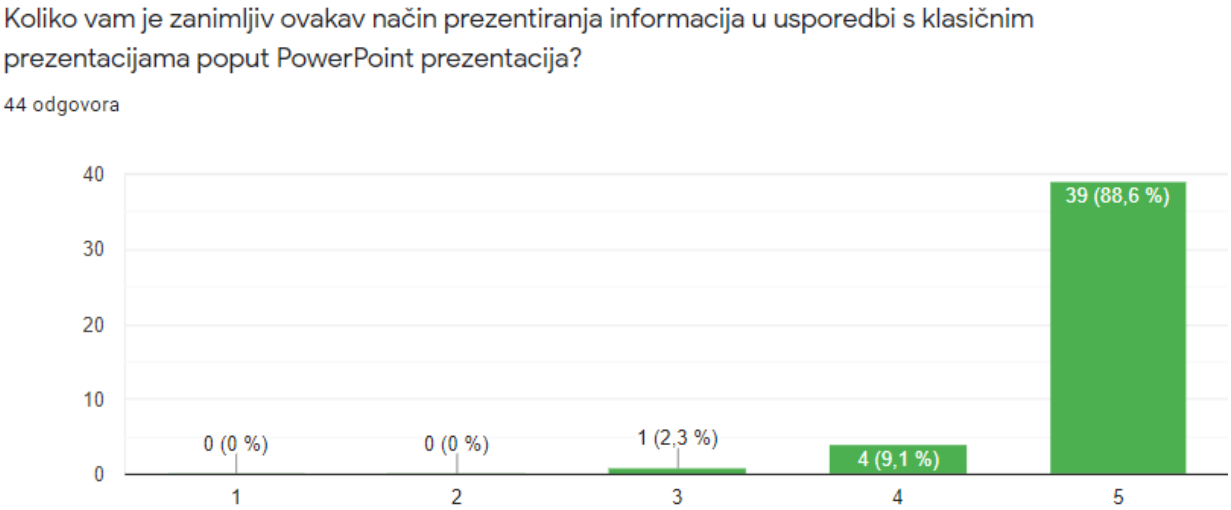
Slika 4.1 Odgovori na pitanje: Koliko vam je zanimljiva tema videoprezentacije? (Europski zeleni plan)

Drugo pitanje glasi: Koliko ste inače zainteresirani za teme ekologije, zaštite okoliša, globalnog zatopljenja... 1 – Uopće nisam zainteresiran(a), 5 – Iznimno sam zainteresiran(a). odgovori (Slika 4.2) na ovo pitanje podjednako su raspoređeni kao i prethodni odgovori.



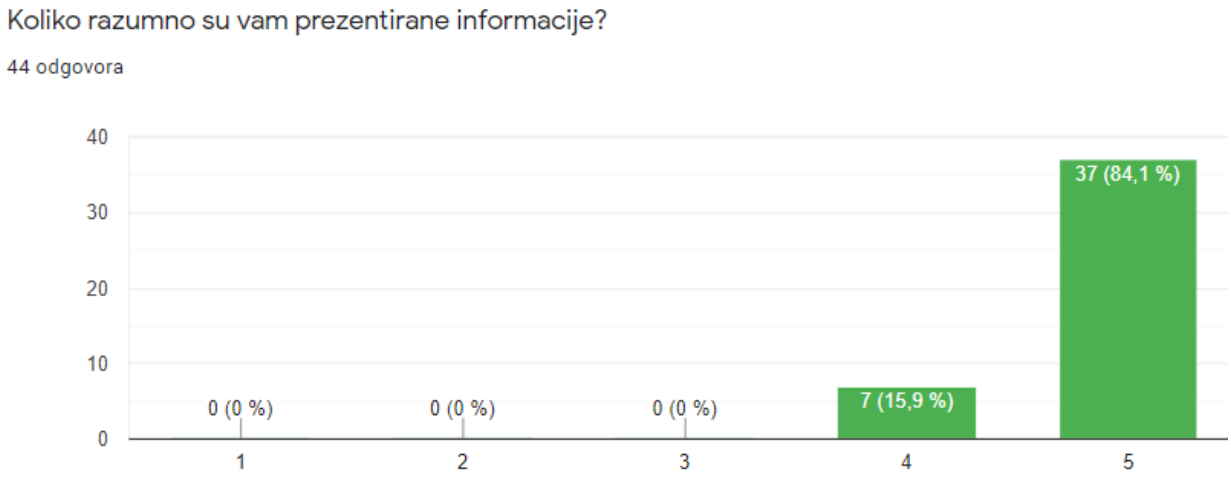
Slika 4.2 Odgovori na pitanje: Koliko ste inače zainteresirani za teme ekologije, zaštite okoliša, globalnog zatopljenja...

Treće pitanje glasi: Koliko vam je zanimljiv ovakav način prezentiranja informacija u usporedbi s klasičnim prezentacijama poput PowerPoint prezentacija? (1 - Iznimno su mi zanimljivije PowerPoint prezentacije, 5 - Iznimno su mi zanimljivije videoprezentacije) Odgovor na ovo pitanje gotovo je jednoglasan s 89% glasova da su im iznimno zanimljivije videoprezentacije. Ostali odgovori su podijeljeni na brojeve 3 i 4. (Slika 4.3)



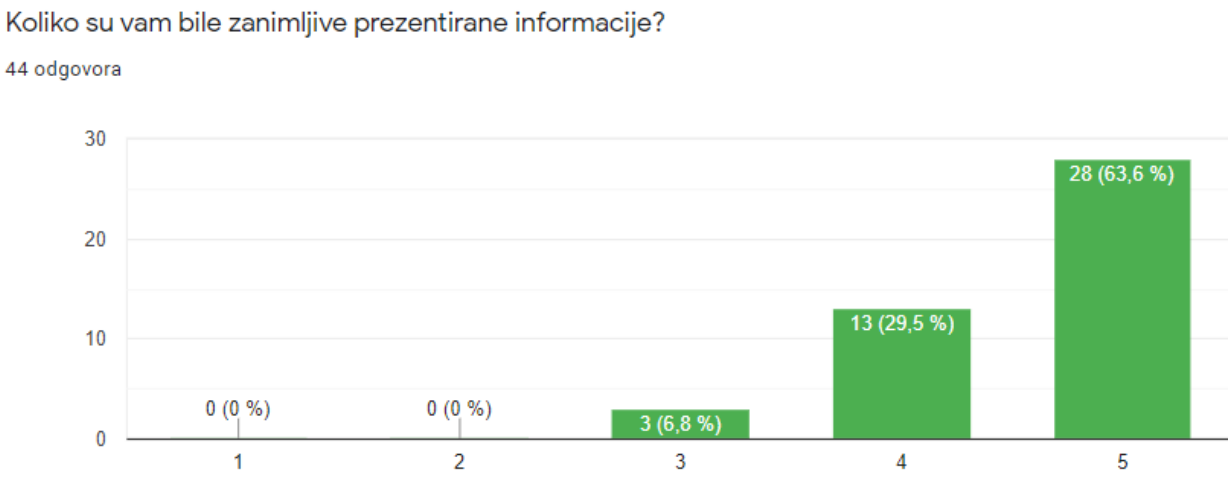
Slika 4.3 Odgovori na pitanje: Koliko vam je zanimljiv ovakav način prezentiranja informacija u usporedbi s klasičnim prezentacijama poput PowerPoint prezentacija?

Četvrto je pitanje: Koliko razumno su vam prezentirane informacije? Pri čemu odgovor 1 označava - Većina stvari mi nije bila jasna, a 5 - Većina stvari mi je bila jasna. Odgovori ukazuju da su svima informacije razumno prenijete budući da su 84% ispitanika odgovorili s 5, a ostatak s 4. (Slika 4.4)



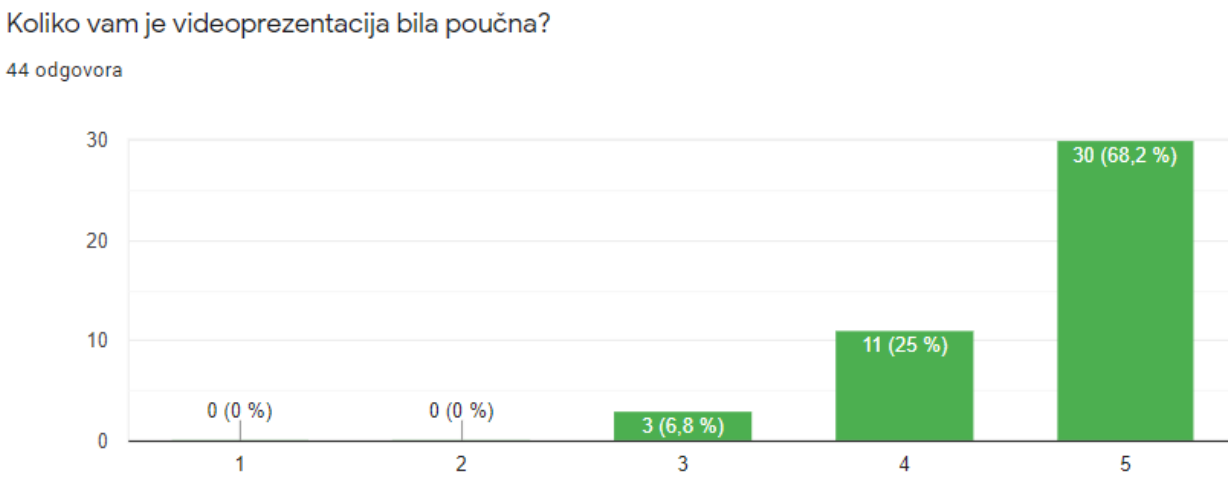
Slika 4.4 Odgovori na pitanje: Koliko razumno su vam prezentirane informacije?

Peto pitanje glasi: Koliko su vam bile zanimljive prezentirane informacije? (1 - Uopće mi nisu zanimljive, 5 - Iznimno su mi zanimljive). 64% ispitanika su informacije videoprezentacije bile iznimno zanimljive, Slika 4.5 pokazuje i preostale odgovore.



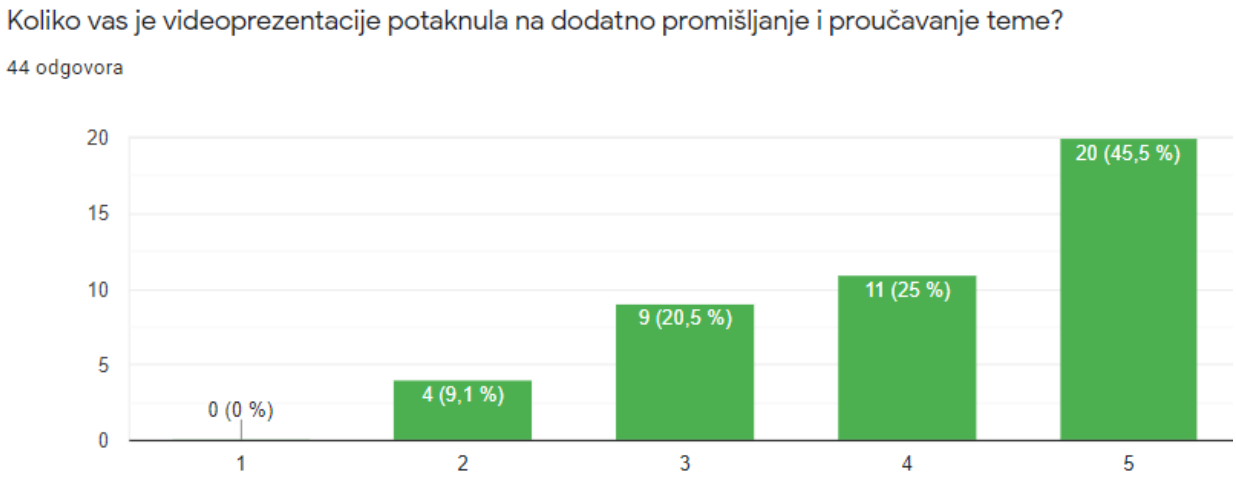
Slika 4.5 Odgovori na pitanje: Koliko su vam bile zanimljive prezentirane informacije?

Šesto pitanje glasi: Koliko vam je videoprezentacija bila poučna? (1 – Uopće nije poučna, 5 - Iznimno je poučna) odgovori na ovo pitanje gotovo su identični kao i na prethodno pitanje kao što je vidljivo na Slika 4.6



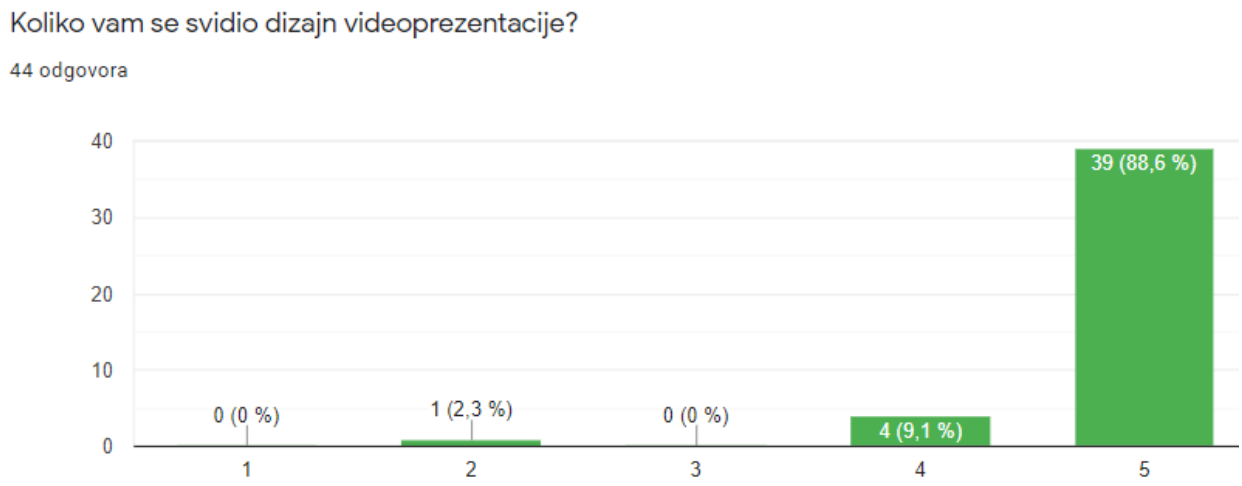
Slika 4.6 Odgovori na pitanje: Koliko vam je videoprezentacija bila poučna?

Koliko vas je videoprezentacije potaknula na dodatno promišljanje i proučavanje teme? sedmo je pitanje ankete (odgovor 1 - Uopće me nije potaknula, odgovor 5 - Iznimno me potaknula). Odgovor 1 nije odabrao niti jedan ispitanik, a broj ispitanika kontinuirano raste do odgovora broj 5 kojeg je izabralo 46% ljudi. (Slika 4.7)



Slika 4.7 Odgovori na pitanje: Koliko vas je videoprezentacije potaknula na dodatno promišljanje i proučavanje teme?

Osmo pitanje odnosi se na dizajn, a glasi: Koliko vam se svidio dizajn videoprezentacije? (1 – Uopće mi se nije svidio, 5 – iznimno mi se svidio). Rezultati ukazuju da se 89% ispitanika iznimno svidio dizajn, 9% ispitanika se djelomično svidio, a jednoj osobi se uglavnom nije svidio. (Slika 4.8)

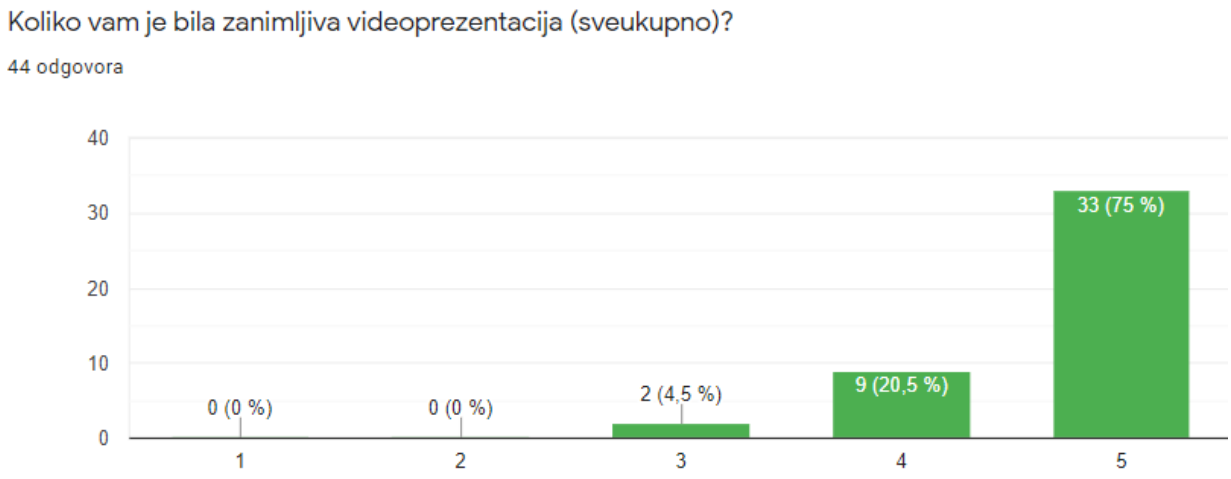


Slika 4.8 Odgovori na pitanje: Koliko vam se svidio dizajn videoprezentacije?

Pretposljednje, deveto, pitanje u ovoj kategoriji glasi: Koliko su vam se svidjele animacije u prezentaciji? (1 – Uopće mi se nisu svidjele, 5 – Iznimno su mi se svidjele). Ovo pitanje dobilo je najveći postotak odgovora 5, čak 91% ispitanika je reklo da su im se animacije iznimno svidjele. (Slika 4.9)

Slika 4.9 Odgovori na pitanje: Koliko su vam se svidjele animacije u prezentaciji?

Deseto, ujedno i posljednje, pitanje unutar ove kategorije: Koliko vam je bila zanimljiva videoprezentacija (sveukupno)? (1 - Videoprezentacija je bila iznimno dosadna, 5 - Videoprezentacija je bila iznimno zanimljiva) dobilo je odgovore od 3 do 5, a najviše je ispitanika reklo da im je videoprezentacija bila iznimno zanimljiva, točnije 75%. (Slika 4.9)



Slika 4.10 Odgovori na pitanje: Koliko vam je bila zanimljiva videoprezentacija (sveukupno)?

Napomena: svi postotci u tekstu zaokruženi su na cijele brojeve.

Zadnja kategorija sastoji se od 3 pitanja, prvo pitanje glasi: Što vam se nije svidjelo / što biste promijenili u videprezentaciji? Odgovori na ovo pitanje su bili različiti, dok je polovica naglasila da ne bi ništa mijenjala te da im se sve svidjelo druga polovica naglasila je nekoliko stvari koje bi promijenili. Dio odgovora upućivao je na nedostatak stvarnih primjera tijekom prezentacije, a dio upućuje na nezadovoljstvo s naracijom koja je neprirodna i s manjkom emocija. Neki od odgovora govore o dizajnerskim problemima poput lošeg odabira boja ili lošeg stila. Nekoliko ispitanika se požalilo na tempo videoprezentacije, ali dok su neki rekli da je prebrza, drugi su rekli da je prespora. Još par naglašenih nedostataka su pozadinski zvukovi, kratko trajanje, previše objašnjavanja, struktura prezentacije, uvod bez objašnjavanja strukture prezentacije, tema i nepostojanje postotaka na pita grafovima.

Drugo pitanje orijentirano je na pozitivne strane te glasi: Što vam se posebno svidjelo u videoprezentaciji? Najviše odgovora fokusiralo se na zanimljive i fluidne animacije te dobra i jednostavan dizajn s naglaskom da dobar odabir boja i način njihove upotrebe. Nakon toga dio komentara odnosi se na dobru strukturu prezentacije i njezinu informativnost i razumljivost. Manji dio odgovora upućuje na kvalitetnu upotrebu grafova i karti, dinamičnost, trajanje, odabir teme, naglašavanje bitnog, naraciju i odabir glazbe.

Posljednje pitanje bilo je opcionalno te služilo je za ostavljanje dodatnih komentara. Dio komentara bile su pohvale videoprezentacije, pohvale za odabir teme i istraživanje iste. Jedan komentar je naglasio sličnost stila videa s videima kanala Vox media.

4.2. Zaključak istraživanja

Iz istraživanja se lako može zaključiti da je videoprezentacija većini ispitanika bila zanimljiva, poučna i vizualno dobro osmišljena. Također ono što je bitno kod prezentacije je osmišljavanje prezentacije koja će biti razumljiva, koja će se lako pratiti, ali će ujedno biti i informativna, a prema rezultatima istraživanja to je ova prezentacija uspjela. Ono što je već naglašeno je problem prilagodbe prezentacije široj publici ljudi, a to se ovdje pokazalo u nekoliko aspekata. Ono što su neki istaknuli kao nedostatak, drugi su naveli kao prednost (na primjer: brzina prezentacije i korištenje boja). Ono u čamu je uspješno ostvaren balans je težina informacija koje su prezentirane budući da nitko u anketi nije označio da mu videoprezentacije nije (uopće) bila poučna te su svima prezentirane informacije bile većinom ili uglavnom jasne . Ono što je također bitno za naglasiti je to da je 88,6% ispitanika reklo da im je ovakav način prezentiranja izrazito zanimljiviji od klasičnih načina prezentiranja poput PowerPoint prezentacija. Upravo to govori o zasićenosti PowerPoint prezentacijama i nedostatku inovativnosti u današnjici, no iako su PowerPoint prezentacije opravdano jedan od najčešćih način prezentiranja uz pomoć različitih tehnika one se mogu znatno unaprijediti.

4.2.1. Analiza ciljeva

Prethodno postavljeni ciljevi ove videoprezentacije su:

- Poučavanje o temi
- Stvaranje interesa o temi i poticanje na djelovanje
- Stvaranje što dostupnije prezentacije

Sva 3 cilja su ostvarena. Rezultati ankete pokazali su da je videoprezentacija bila iznimno poučna 68,2% ispitanika, poučna 25% ispitanika, a svega 6,8% ispitanika prezentacija je dijelom bila poučna, a dijelom nije. Anketa je također pokazala da je videoprezentacija iznimno potaknula na razmišljanje i dodatno proučavanje 45,5% ispitanika, uglavnom potaknula 25%, dijelom potaknula, a dijelom nije potaknula 20,5% ispitanika, uglavnom nije potaknula 9,1% ispitanika, a nitko nije odgovorio da ga prezentacija uopće nije potaknula na razmišljanje i dodatno proučavanje o temi. Videoprezentacija je također široko dostupna iz nekoliko razloga. Prilagođena je lakom i jednostavnom dijeljenju putem interneta budući da se nalazi na YouTube-u, na engleskom je jeziku koji je široko raširen jezik, ali ima i hrvatske titlove. Sastavljena je na jednostavan i razumljiv i vizualno privlačan način što su pokazali komentari u anketi. Ovaj cilj bi se mogao dodatno

poboljšati dodavanjem titlova i na drugim jezicima, ali i prvenstveno na engleskom jeziku kako bi bio dostupnije osobama sa slušnim oštećenjima.

5. Zaključak

Vještine izrade prezentacija i prezentacijske vještine korisne su u mnogim današnjim situacijama. Njihovo stalno unaprjeđivanje ne samo da će pomoći u pripremi boljih prezentacija te uspješnijem prezentiranju, već će pomoći i u kreativnom razmišljanju, poboljšavanju dijalektike i retorike, svladavanju i razumijevanju informacija… Sve vrijeme koje se potroši u bilo kojem od procesa izrade i pripreme prezentacije kvalitetno je utrošeno vrijeme za kojim ne treba žaliti, a svaka dodatna uložena minuta može promijeniti cijeli tijek prezentacije u nekom novom i boljem smjeru.

Sva pravila i sve poruke koje su iznesene ne treba shvaćati doslovno već treba prilagoditi potrebama. Procese izrade i pripreme ne treba slijepo pratiti, već bi ti procesi trebali biti fleksibilan i prilagodljiv.

Pri izradi videoprezentacije važno je dobro poznavanje programa u kojemu će se prezentacija izrađivati kako bi se moglo ostvariti ono što je zamišljeno. Ukoliko je poznavanje programa slabije treba biti spreman izdvojiti dodatno vrijeme na proučavanje.

Program Ae koristan je program za izradu raznih vrsta videa jer omogućava upravljanje brojnim parametrima te nudi veliki broj efekata. To je program u kojem se može uvijek napredovati i učiti nešto novo kako bi se ljestvica podigla na višu razinu.

6. Literatura

[1] **Weissman, Jerry.** Presenting to Win: The Art of Telling Your Story, Updated and Expanded Edition. New Jersey : FT Press, 2008.

[2] **Edwin A. Locke, Karyll N. Shaw, Lise M. Saari, and Gary P. Latham.** Goal setting and task performance: 1969-1980. Psychological Bulletin. 1981.

[3] **Rawlinson, J. Geoffrey.** Creative Thinking and Brainstorming. New York : an., 2017.

[4] **Clark, Richard.** Some thoughts on writing slide presentations: Avoiding 'death by PowerPoint'. The Journal of the European Medical Writers Association. 2008., str. 79.

[5] **Cohen-Or, Daniel, Olga Sorkine, Ran Gal, Tommer Leyvand, Ying-Qing Xu.** Color Harmonization. ACM SIGGRAPH 2006 Papers. 2006., str. 624-630.

[6] **Sartori, Andreza, Dubravko Culibrk, Yan Yan, Nicu Sebe.** Who's afraid of itten: Using the art theory of color combination to analyze emotions in abstract paintings. In Proceedings of the 23rd ACM international conference on Multimedia. 2015., str. 311-320.

[7] **Seđek, Ivona.** Boje u marketingu,. Završni rad, Sveučilište sjever. Koprivnica : an., 2020.

[8] **Petterson, Rune.** Graphic Design. Tullinge : an., 2021.

[9] **Hemenway, Priya.** Tajni Kod, Zlatni rez - tajanstvena formula koja vlada umjetnošću, prirodom i znanošću. Zagreb : vbz, 2009.

[10] **Marković, Mirela Španjol.** Moć uvjeravanja : Govorništvo za manadžere (i sve one koji to žele postati). Zagreb : Profil, 2008.

[11] **Čerepinko, Darijo.** Komunikologija: kratki pregled najvažnijih teorija, pojmova i principa. Varaždin : Veleučilište u Varaždinu, 2011.

Popis slika

Slika 2.1 Prikaz gotovih tema u programu Microsoft PowerPoint 10
Slika 3.1 Prikaz glavnih boja koje će se koristiti u prezentaciji 21
Slika 3.2 Tipografsko pismo – Playfair Display u rezovima: regular, bold i black 21
Slika 3.3 Geometrijski uzorci 22
Slika 3.4 Grafički prikaz karte Europske Unije i graf koji prikazuje porast globalne temperature 22
Slika 3.5 Fotografija prije i nakon obrade 23
Slika 3.6 Prikaz grube verzije artboard-a izrađenog u Adobe Illustratoru 24
Slika 3.7 Način izrade pozadine 25
Slika 3.8 10 različitih okvira napravljenih potezima kista u Adobe Photoshopu 25
Slika 3.9 Postavljanja Alpha Matte-a 26
Slika 3.10 Dio kompozicije s animacijom grafa 26
Slika 3.11 Lijevo – pogled na kompoziciju iz 3D kamere, desno – pogled iz druge prespektive 27
Slika 3.12 Naslov videoprezentacije 28
Slika 3.13 Dio kompozicije s animacijom karte 29
Slika 3.14 Razlika pokreta elemenata s isključenim i uključenim Motion Blur-om 29
Slika 4.1 Odgovori na pitanje: Koliko vam je zanimljiva tema videoprezentacije? (Europski zeleni plan) 31
Slika 4.2 Odgovori na pitanje: Koliko ste inače zainteresirani za teme ekologije, zaštite okoliša, globalnog zatopljenja... 32
Slika 4.3 Odgovori na pitanje: Koliko vam je zanimljiv ovakav način prezentiranja informacija u usporedbi s klasičnim prezentacijama poput PowerPoint prezentacija? 32
Slika 4.4 Odgovori na pitanje: Koliko razumno su vam prezentirane informacije? 33
Slika 4.5 Odgovori na pitanje: Koliko su vam bile zanimljive prezentirane informacije? 33
Slika 4.6 Odgovori na pitanje: Koliko vam je videoprezentacija bila poučna? 34
Slika 4.7 Odgovori na pitanje: Koliko vas je videoprezentacije potaknula na dodatno promišljanje i proučavanje teme? 34
Slika 4.8 Odgovori na pitanje: Koliko vam se svidio dizajn videoprezentacije? 35
Slika 4.9 Odgovori na pitanje: Koliko su vam se svidjele animacij u prezentaciji? 35
Slika 4.10 Odgovori na pitanje: Koliko vam je bila zanimljiva videoprezentacija (sveukupno)? 36

Prilozi

Videoprezentacija: Europski zeleni plan

Sveučilište
Sjever

SVEUČILIŠTE
SJEVER

IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Leo Gere pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor završnog rada pod naslovom Videoprezentacija informacija te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
Leo Gere

Leo Gere
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnost i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Leo Gere neopozivo izjavljujem da sam suglasan s javnom objavom završnog rada pod naslovom Videoprezentacija informacija čiji sam autor.

Student/ica:
Leo Gere

Leo Gere
(vlastoručni potpis)