

**HAVZA MESLEK
YÜKSEKOKULU**



**BÜRO YÖNETİMİ VE
YÖNETİCİ ASİSTANLIĞI
PROGRAMI**

BYA208-Araştırma Yöntem ve Teknikleri

Öğr. Gör. Halil YAMAK

Sunuma Hazırlamak 2

BYA208-Araştırma Yöntem ve Teknikleri

Hafta-11



Sunum Konusu ve Ana Başlıkların Görsel-İşitsel Araçlar / Teknoloji ile Desteklenmesi

Sunum'u Konuşma/Konferans' tan ayıran özellik Görsel-İşitsel Araçlar/ Teknolojik Donanım ile desteklenmesi ve bu biçim gereği yapılan açıklamalardır. Kapsamlı bilgiyi tablo ve şemalarla, başlıklar altında, öz haline ekranda açıklamak etkin bir anlatımdır. PowerPoint slayt kullanımı bu amaç için renk, hareket ve sesi slayt çerçevesinde bir araya getirici özelliğinden çok uygun olsa da, ancak anlatımla paralel gitmesi ve çok fazla cümlelerle yazılı bilgi içermemesi koşuluyla etkindir. Ses veya müzik seçiminin de gürültü niteliğinden uzak, ancak konuyla bağlantısı halinde kullanımı gerekir.

Anlatımı güçlendirecek görsel malzemeler Őu Şekilde belirtilebilir:

- a. Diyagramlar
- b. Tablo / Haritalar
- c. İstatistikler/ Ölçümler
- d. Resimler
- e. Posterler/ Resim kartları
- f. Filmlerden kesitler/ müzik
- g. Denek nesnelere

Elektronik Ekran

- a. Slayt veya tepegöz hazırlamaya vakit yoksa elektronik ekran kullanılabilir.
- b. 100 kişiye kadar olan gruplarda ve salon çok büyük değilse, geniş ekranlı cihaz,
- c. 25-50 kişilik gruplarda ise LCD panel,
- d. 5 kişilik gruplarda 14 veya 17' monitör, kullanılabilir.

Video, Tepegöz, Slayt

- a. Tiyatro veya büyük konferans salonlarında, büyük gruplara uygun, büyük ekran video kullanılabilir.
- b. 35-40 kişiden daha fazla olmayan gruplarda, tepegöz kullanılabilir.
- c. 50 kişiden fazla her türlü dinleyiciye ve ilgi çekici olmayan konferansları renklendirmek amacıyla 35 mm slayt kullanılabilir.

Slayt Hazırlarken Altın Kurallar

- a. Az slayt
- b. Az satır
- c. Az sözcük

Slayt Kalitesi

- a. Ana kural “kötü bir slayt olacağına hiç olmasın daha iyi” dir.
- b. Netliđi bozuk slaytlar kullanılmamalıdır.
- c. Başkasının slaydı asla kullanılmamalı, dinleyiciler arasında bu slaydı hatırlayan çıkabilir.
- d. Tüm slaytlar yatay bir düzlemde planlanmalı.

Slayt Kompozisyonu

- a. Basitlik, açıklık, anlaşılabilirlik önemlidir.
- b. Dinleyici kitlesi ne kadar büyük ve heterojen ise slayt dili de o derece basit ve anlaşılır olmalıdır.
- c. Gereksiz bilgilerden arınmış, kısa cümleler kullanılmalıdır.
- d. Genelde kısa bir slayt toplam 15 kelimeden daha az olacak şekilde düzenlenmelidir.
- e. Slaytlar esas mesajdan dikkati uzaklaştıracak derecede süslü, ya da abartılı grafikler içerecek şekilde hazırlanmamalıdır.

Slayt Gösterirken

- a. Slaydı koyup bekleyin.
- b. Bilgilere dinleyicilerin hâkim olmalarına fırsat tanıyın.
- c. Her bilginin kelime kelime okunması gerekmez.
- d. İzleyicinin kendi okuması beklenmelidir.
- e. İzleyiciler genellikle okuma bilirler!
- f. Slaytların hızlı değiştirilmesi kafa karıştırıcıdır.
- g. İdeal süre 30 saniyedir.

Slayt Renkleri

- a. Renk seçimi mesajdan uzaklaştırmayacak şekilde yapılmalıdır.
- b. Az veya fazla kontrast izleyicinin dikkatinin dağılmasına neden olacak şekilde göz yorgunluğu yapar.
- c. İdeal kombinasyon yüksek görünürlükle iyi bir kontrast sağlayan, gözleri yormayacak şekilde mavi zemin üzerinde beyaz veya sarı yazılardır.
- d. Kırmızı-yeşil kombinasyonu kullanmamalıdır, renk körü olanlar için sağlıklı olmaz.
- e. Bilgisayar yardımıyla yapılan aşırı renkli slaytlar ana mesajdan uzaklaşmaya neden olmaktadır.
- f. Bir slaytta en fazla 4 renk olmalıdır.

- g. Zemin düşük yansımaya sahip, yumuşak bir renkte olmalıdır.
- h. Ana kelimeleri vurgulamak için üçüncü bir renk kullanılabilir, ancak bu iki kelimedenden fazla olmamalıdır.
- i. Başlık için “kalın” karakter kullanılabilir.
- j. Renk kullanımında basitlik ve tutarlılık önemlidir.
- k. Okunabilirliğe özen gösterilmelidir.
- l. Verilmek istenilen mesajlara uygun renkler seçilmelidir.
- m. Vurgulanmak istenilen yerlerdeki renk seçimine dikkat edilmelidir.
- n. Slaytlarda kullanılacak renkler ve uyumları ile ilgili olarak aşağıdakiler söylenebilir.

Slaytlarda tercih edilebilecek renkler ile ilgili bilgi ařađıda verilmiřtir.

Turuncu

- a. Sıcak hayranlık verici, canlı ve samimi bir renktir.
- b. Sayfanın göz alıcı ve dikkat çekici olması istenirse turuncu kullanılabilir.
- c. Zemin rengi olarak kullanılması tercih edilmez.
- d. Mavi ile kullanmak sıkıntı verebilir.

Siyah

- a. Mali, muhasebe verilerini sunmak için kullanılabilir.
- b. Gücü ve tutkuyu temsil eder.
- c. Genellikle, keder, ağır ve depresyon rengidir.
- d. Fakat doğru bağlamda kullanılırsa, yanıtıcı ve gizemli olabilir.
- e. Çalışmalar, siyah zemin üzerinde on-line okumada çok zorlanıldığını ortaya koymaktadır.

Mavi

- a. Sakinlik, güvenirlik simgesidir.
- b. Duvarları mavi olan okullarda çocukların daha az yaramazlık yaptığı saptanmıştır.
- c. Çok kullanılan ve tercih edilen popüler bir zemin rengidir.

Yeşil

- a. Geri besleme (Feedback) isteniyorsa kullanılabilir.
- b. Güven veren renktir, sadakat ve zekâyı simgeler.
- c. Bankaların logolarında hâkim renktir.
- d. Yaratıcılığı körükler,
- e. Büyük lokanta mutfaklarında yeşil tercih edilir.
- f. Rahatlatici, sakinleştirici ve şifa vericidir.
- g. Denge ve dayanıklılığın simgesidir.



Kırmızı

- a. Şiddetli ve güçlü her şeyi temsil eden tüm renklerin en sıcakıdır.
- b. Bir grubu motive etmek için kullanılabilir.
- c. Kırmızı ve yeşil bir arada kullanılmamalıdır. (Renk Körleri)
- d. Mavi ve mor ile uyum sağlamaz.
- e. Kırmızı, iş hayatında başarısızlığı, finans sektöründe kaybı temsil eder.
- f. Her zaman bir uyarı olarak algılanır.
- g. İştah açar.
- h. Kan akışını hızlandırır.

Mor

- a. Asaleti simgeler. Bilgelik, lüks ve gücün simgesidir
- b. Nevrotik duyguları açığa çıkardığından, insanları bilinçaltının korkuttuğu saptanmıştır
- c. Ekranda gözü oldukça fazla yorar.

Kahverengi

- a. İnsanın hareketlerini hızlandırır.
- b. Kansas Üniversitesi, Sanat Fakültesi'nde bir deney için bilgisayar yardımıyla duvarların rengi değiştirilebilir hale getirilmiş. Fon kahverengiye döndüğünde insanlar daha hızlı hareket etmişler. Bu yüzden fastfood restoranları iç mekanda kahverengi kullanılmaktadır.

Sarı

- a. İyimserliği temsil eder.
- b. Geçiciliğin ve dikkat çekiciliğin sembolüdür, bu yüzden dünyada taksiler geçici olduğu bilinsin ve dikkat çeksin diye sarıdır. Araba kiralama şirketleri de sarıyı genellikle sarıyı kullanmaktadır.
- c. Sarı rengi bu özelliğinden dolayı bankalar kullanmak istemez.
- d. Zıt renkler ile kullanıldığında okunabilirliği kolay olan iyi bir zemin rengidir.

Slayt Nasıl Olmamalı?

- a. Bol renkli,
- b. Konuyu saptıran,
- c. Dikkat dağıtan,
- d. Okunamayacak kadar küçük yazılı.

Slayt Nasıl Olmalı?

- a. Slaytlara numara konması tavsiye edilir.
- b. 666 kuralı uygulanmalıdır:
- c. Her slaytta en fazla altı satır,
- d. Her satırda en fazla altı kelime olmalı,
- e. Altı slayttan sonra mutlaka grafik veya resim içermelidir.
- f. En azından slaytlarda 6-10 satır sayısı kullanmaya özen gösterilmelidir.
- g. Her satırda bir düşünce h. Hedef kitleye uygun tasarım seçilmelidir.

- g. Görsel malzeme çok fazla yazılı metinle, resimlerle veya çok farklı renklerle doldurulmamalıdır.
- h. Sıra önemli olmadıkça numaralı liste olmamalı,
- i. Ekranda öncelikle belirmesini istediğiniz en önemli unsurlar göze çarpmalı,
- j. Yazım ve dilbilgisi hatası kontrol edilmeli,
- k. Slayt geçişlerinin çok fazla dikkat çekici ve ilgi dağıtıcı olmamasına dikkat edilmeli,
- l. Animasyonlar yerinde ve anlamlı kullanılmalı,
- m. Ekrandaki elemanların hareketi, göz hareketlerine uygun olmalı ve gözü yormamalı,
- n. Sunum özel efektler, sesler, değişik fontlar, göz alıcı renkler veya resimleri çok fazla kullanarak düzenlenmemelidir.

Sunum hazırlarken animasyon kullanımının önemi

- a. Gereksiz animasyon kullanımından kaçının,
- b. Dinleyiciyi rahatsız edecek animasyonlardan kaçının,
- c. İçerikle bağdaşmayan animasyonlardan kaçının.
- d. Verilen bir metnin gerektirdiği grafik ya da resim, metinle birlikte aynı ekranda yer almış olmalı
- e. Kullanılan resim ya da grafikler gereksiz ayrıntılardan arındırılmalı

Slaytlar Arası İlişki

- a. Bir önceki slayt üzerine kurulan, birbirini izleyen slayt serileri oluşturmak sunuşu etkili kılar.
- b. Çok sayıda veri içeren slaytları ardı ardına göstermekten sakının, dinleyiciyi sıkacaktır.
- c. Aralara mümkünse resim slaytlar veya başlık slaytları serpiştirerek, dikkatlerinin dağılmasına engel olun. Dinleyici kolay izler, anlar ve sıkılmaz.

Slayttaki Yazı Özellikleri

- a. Önemli noktaları dinleyiciye iletebilmek için başlıkla veya grafiklerle güçlendirin.
- b. Yazılar kısa ve öz olmalı.
- c. Kelimeleri hiç bir zaman (-) işaretiyle ortasından bölmeyin.
- d. Tüm kelimeleri bütün olarak yazın.
- e. Sayfa numaralaması, aralarında mantıksal dizilim gereken durumlarda kullanılmalı.
- f. Normal bir sıralama yapılacaksa “Madde” olarak bilinen nokta veya benzeri işaretleri her sıra başına koyabilirsiniz.
- g. Yazım şekli için en uygun font’u Arial/ Times New Roman seçin.

- h. Yazım biçimi font style'ı Regular/ Bold olarak belirleyin.
- i. Gerek olmadıkça Italic kullanımından kaçının.
- j. Font büyüklüğünü başlıklar için: 36 - 44 metin için: 20 -32 olarak saptayın.
- k. Büyük veya küçük harf seçimini belirleyin. En uygun olan küçük harf – (Title Case) ve gerek olmadıkça büyük harf (Upper Case) kullanımından kaçının.
- l. Açık renk seçiminde okunaklılığı sağlamak için gölge (shadow) kullanabilirsiniz.
- m. Anahtar kelimeler kullanın.

- n. Uzun cümlelerden kaçınıp takım sözcükler ve maddeler kullanın.
- o. Sembol ve işaretlemeleri işlevsellik amacıyla organizasyon için kullanın.
- p. Sözcük ve maddeleri takım halinde, bütünlük içinde, mesafelere dikkat ederek gruplandırın.
- q. Boş alan/ sütunları anlamlı düzenleyin. En uygun: Sol-Sağ/ ÜstAlt boş alan en az 1 cm.
- r. Slaytları yazıyla doldurmayın. En uygun: Her slayt'ta 6-10 satır. 14 satırı aşmayın.
- s. Renkleri anlamlı bir içerik için kod olarak kullanıp, uyumlu 4 renkten fazla seçim yapmayın.

GRAFİKLER

- a. Düzgün planlanmış
- b. Çizimler,
- c. Diyagramlar,
- d. Tablolar ve
- e. Grafikler dinleyici ile iletişimde çok etkilidir.
- f. Bilgiyi hem sözlü olarak hem de grafik şeklinde vermek mesajı pekiştirir.
- g. Slayt üzerindeki kelimeler grafikler kadar etkileyici değildir.

Grafikler konusunda şunları bilmemiz gerekir:

- a. Çizgili grafikler çubuk grafiklerden daha iyidir.
- b. Dikey çubuk grafikler yatay çubuk grafiklerden daha iyidir.
- c. Çizgi ve çubuk grafik tablodan daha iyidir.
- d. Grafikler verilerin irdelenmesinde uygulayıcılara etkin anlamlı mesajlar veren araçlardır.
- e. Görsel olmaları nedeniyle uygulayıcı ve okuyucuya ilk bakışta çok anlamlı bilgiler verirler.
- f. Doğru seçilmiş bir grafik veriler hakkında en isabetli yorum yapmayı sağlayan yegâne araçtır.

Slaytlar için hazırlanan en çok grafik çeşitleri

- a. Çubuk grafik
- b. Pasta grafik
- c. Alan grafik
- d. Piramit grafik
- e. Çizgi grafik