

投稿類別：資訊類

篇名：
當代流行簡報

作者：
雷 芸。私立南山高中。資二忠
林郁書。私立南山高中。資二忠
鄭雅庭。私立南山高中。資二忠

指導老師：
莊娛珺老師

壹●前言：

一、研究動機

生活之中，經常有機會聆聽別人的報告或是解說，舉凡上課、聽演說、甚至逛街也會有銷售員來說明產品特色，這一場場的「簡報」發生在生活周遭，隨處可見。有時候，簡報是一種說故事的形式。整個簡報內容的進行就像是在敘述一個感人的故事，這個故事架構中，有觀眾、主講人、和簡報想要達到的目的、背景、劇情等等。

每一個簡報高手，基本上都會是一個說故事的高手。不管是整場的簡報故事架構，還是引用的小故事內容，能夠將故事內容說的越貼近觀眾、越是吸引人，自然而然就會是一個好簡報。事實上，在古代就有類似簡報的活動了。莊子，是中國春秋時代的偉大思想家，也是最有名的說故事專家，他可以把許多深奧的哲學，利用故事的方式表達，讓接受他學問的學生或是對手，都可以輕易地知道他哲學的意涵。

張儀，戰國時代的偉大縱橫家，有一次在楚國受到了拘捕，拷打了幾百下後被釋放，張儀的妻子傷心哀怨地對他說：“你要是不讀書遊說，就不會受這樣的屈辱了。”張儀就問她：“我的舌頭還在嗎？”他的妻子笑著說：“還在阿。”張儀說：“這就夠了。”後來，張儀憑藉著三寸不爛之舌，在戰國亂世中成就連橫計策、配帶六國相印，成為當時最有成就的政治人物(陳吉清，2011)。

如果將時間換到現在，這些口才極佳、很會說故事的名人肯定都是超級簡報專家。簡報的對象可多可少，但是都只有一次的機會，台下的觀眾是不會給第二次簡報說明的機會，所以如果事前可以做好擬稿動作，就可以在上台時發表的簡報內容更完美，也更能達到簡報的目標。

由於現在運用電腦做簡報投影片已經是非常自然的事，所以簡報內容相較於以往，可以有更多種類及形式上的變化，只要加入圖片、影音、圖表等等就可以變化出令人眼睛為之一亮的簡報。而除了投影片之外，每個人的演說方式又有不同風格，而在彼此的報導，和教學相長之後，漸漸演變成固定的形式和路徑，慢慢會有比較穩定的套路與方法。這些講者中較具特色的人物，大眾常常模仿這些始祖們的簡報方式，就成為像是武俠小說裡的「門派」一樣，例如：高橋征義使用的「高橋流」完完全全是用文字與語感呈現，已經吸引許多聽眾者；蘋果電腦的賈伯斯演講技術高超，活靈活現的演講技巧，人們稱其演講方式為「賈伯斯流」。

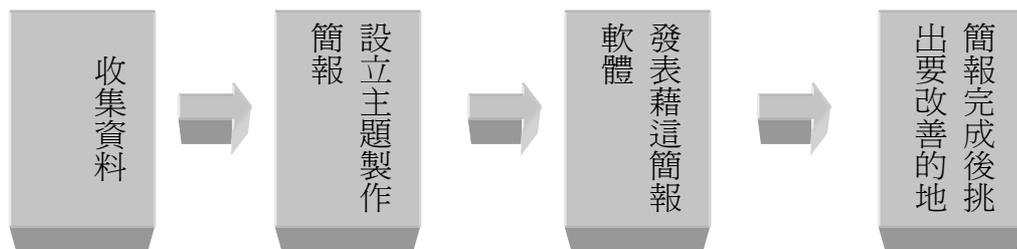
Lawrence Lessig 使用的「萊席格流」以說故事搭配圖片、影音等等的方式，向觀眾傳遞訊息。微軟電腦的比爾蓋茲常用大量的條列與圖表，搭配上註解，使其充分的表達了簡報的內容，可以稱之為「蓋茲流」。而真正專業的演說者，會從各種流派裡取其所需，結合自己個人的特色，創造屬於自己的流派，用自己的流派把訊息傳給聽眾。此為本研究之重點。

貳●正文

一、資料及文獻分析

何為簡報

簡報是指日常生活中，就一個主題，對聽眾簡述及報告的內容、傳達訊息或者敘述觀點的過程。（流程一）



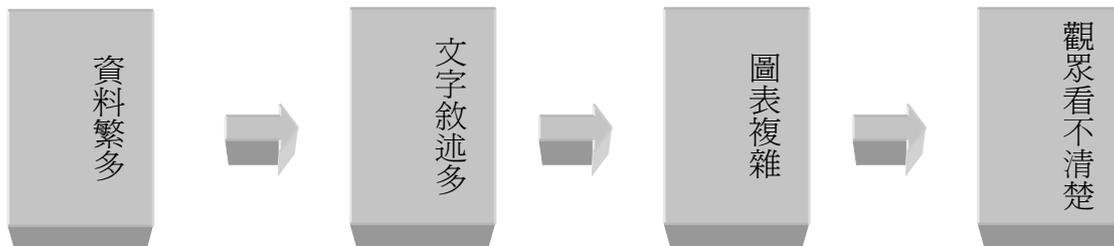
圖一 一般簡報製作過程

1.一般簡報

投影片其實可以做很多東西，只要添加一些圖片、影片等等，就可以做出豐富的資料，但是使用者通常不怎麼會使用，且投影片上面通常都會有不少的文字，導致讀者還來不及看完、演說者就按了下一頁；此外，演說者經常看著投影片照念，讓聽者覺得味同嚼蠟、枯燥乏味，讓人覺得聽你唸還不如自己看來得快。又放了那麼多字之後，投影片的字體通常就得縮小，導致觀眾較難看清楚。

許多初學者甚至坊間的簡報教學書籍，都會把圖表弄得很花俏、很複雜，外表看來，只是「漂亮難以理解的內容」。想像一下，如果簡報的場合很大，觀眾看著這樣複雜的圖表，它到底要移動眼球多少次、花多久時間去研究了解這個圖表呢？然而簡報的時間也許很快，在觀眾辨識這個圖表時，主講人的說明已經講完，並且換了下一張投影片，這時候，大家覺得底下的觀眾到底有聽到主講人在說明什麼嗎？甚至已經看懂上面的圖表內容了嗎？

還有一個最大原則，簡報的重點是人不是投影片，越複雜的圖表是有問題的，只要毫不留情的把一些資訊刪掉，保留焦點在說明上，這樣的圖表就是最好的了。（如流程二）



圖二 一般簡報過程

2.高橋流簡報法：

想製作高橋流簡報(高橋征義，2010)的投影片，首先要從選擇字型開始。有些讀者也許會覺得「字型這種東西，之後再決定就好了。」或許真的是這樣，但另一方面，不同字型的大小並非完全一致；就算全部指定為相同的字體尺寸，文字仍然會依據字型種類而有不同的尺寸差異。以高橋流來說，因為字體都要放到投影版面的最大極限，因此光是變更字型族系，就有文字擠出畫面的危險，為了止這種情況，時再有必要在一開始就先決定字型。

那麼應該要怎麼選擇字型才對？最重要的是字型的美感。從觀眾的角度來看，巨大的文字若用了沒有美感的字型，就會讓人一點都不想看；甚至外表醜陋的話，內容也許還會被認為很淺薄；加上高橋流本來就容易被當成玩笑般的手法，所以更需要釐清定位。也因此，請無論如何一定要用好看的字型。

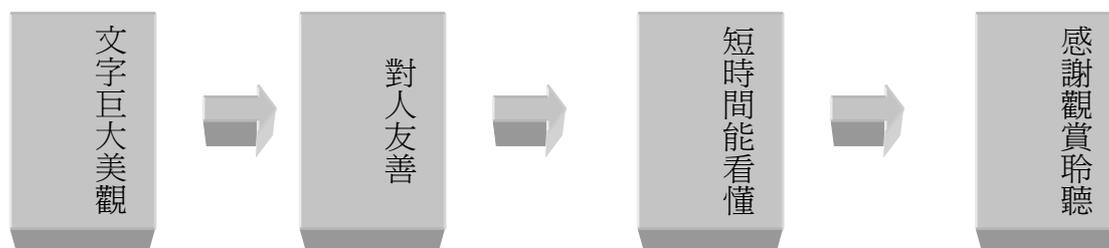
高橋流簡報法是由日本人高橋征義發明的簡報方式。根據維基百科，高橋流的來源十分有趣：「在 2001 年的一次演講中，因為恰巧沒有簡報工具，於是高橋使用了與一般主流簡報方式完全不同的方法：他使用 HTML 製作投影片，並用極快的節奏配上巨大的文字進行簡報，帶給聽眾有如與日本電視動畫《新世紀福音戰士》相同的視覺衝擊。」(維基百科，2010)。高橋征義每年都會來台灣參加技術研討會，並親自示範高橋流簡報法，如圖三。



圖三 高橋征義示範高橋流

簡報技巧講師王永福認為「簡單來說，高橋流有以下的特色：投影片大多用文字構成，背景單純，少用圖片，利用文字的大小，及出現節奏的變換，來達成投影片效果，一般採用巨大文字（如 Size 50，甚至 Size 100 以上）投影片數量多，每張投影片只出現幾秒」（王永福，2008）。高橋流的投影片以色彩鮮豔巨大的文字方式呈現，演講者說話的語調、投影片流動的速度再加上投影片的數量多，是高橋流最大的特色。除了用看的簡單，做的也很簡單。製作高橋流簡報不需要花費太多寶貴的時間，而且駕輕就熟越做越快，對於初學者很適用。高橋流除了在電腦技術圈內廣泛流行，在國外許多研討會的講者也開始採用高橋法來製作簡報，刮起一陣高橋風！

由於高橋流簡報的呈現方式太獨樹一幟，大字體、流動快速、語調高昂，很容易帶給聽眾深刻且鮮明的印象。（如流程四）



圖四 高橋流簡報過程

3.賈伯斯簡報法：

賈伯斯的簡報向來秉持三重點法則，語言可以化做路標，幫助聽眾理解、跟隨著故事。當代科學家認為，最容易記憶的事物數目是三件或四件。因此不難想見，賈伯斯提出的重點訊息很少超出三或四項，就賈伯斯的簡報而言，三項重點遠比四項重點常見，是一種最強而有力的傳播概念。賈伯斯以口頭方式為觀點畫了一張路線圖，預示發表會的壓軸好戲，路線圖通常以三項事物為一組：簡報區分成三幕、產品描述強調三大功能、實際展示包含三個部分。賈伯斯對三的偏愛，至少可以上溯到 1984 年 1 月 24 日的第一代麥金塔發表會。那天賈伯斯來到加州庫帕提諾的弗林特中心，告訴全場觀眾：電腦業界至今只有二項產品堪稱是里程碑：1977 年的 Apple2 與 1981 年的 IBM PC。今天要介紹第三座里程碑麥金塔，而且它無比優越！由三個重點主導的語言路線圖，可以幫助聽眾循序漸進，不至於迷失方向(卡曼·蓋洛，2010)。

蘋果電腦的史蒂芬賈伯斯，在推銷自家的產品時都會搭配投影畫面，但賈伯斯並不會看著投影片唸，也不會在投影片上打太多文字。事實上，在賈伯斯的演講中，投影片很少會有文字出現，每張投影片都是高度視覺化、以搶眼的單張圖片取勝。賈伯斯知道圖片能吸引觀眾的目光，且口才流利，所以加上賈伯斯演講的感染力，要恍神也難。這就是「賈伯斯流」。

賈伯斯的投影片由於十分簡潔，文字都極為簡短、圖片通常每頁也只放一張，所以重點更能凸顯。此外，演說時經常使用富有情感的讚嘆語，例如當介紹蘋果最新的產品時，賈伯斯常會說：「它有棒透的螢幕」、「它的外觀顏色真是雖難以置信」以及「這展現的影片品質實在太棒了」等等。賈伯斯把熱情帶到簡報上，「把每一次的簡報都包裝成一場表演！」(Nick Wu 2009)，這樣每個畫面每個語調都計算精準的表演，就是賈伯斯流的特色。(如流程五)。



圖五 賈伯斯簡報過程

4.萊席格流簡報法：

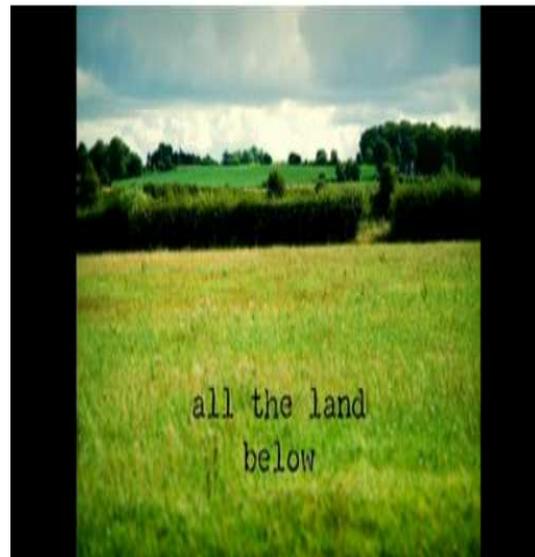
萊席格簡報法（Lessig Method）與高橋流簡報法十分類似，是由史丹佛法學教授 Lawrence Lessig 於 2002 年所開始使用的簡報方式。詹姆士·馬可廉南認為這兩種方式基本相同（James P. MacLennan, 2005），但是萊席格簡報法與高橋流最大不同之處是，萊席格使用了圖片、影片及音樂，而這不會出現在高橋的簡報上。

「萊斯格流」本身並非正式的簡報方法。創辦人 Lawrence Lessig 使用的「萊席格流」以說故事的方式，再搭配圖片、影片、音樂等等的方式，去傳遞給聽眾。這種說故事的方式再搭配投影片的流動，讓聽眾別有一般風味！

雖然國內討論萊席格的人不多，但在國外，看過他簡報的人，對他的簡報手法都津津樂道。大衛·霍尼克(2003)在討論簡報技巧的文章中，稱許萊席格的簡報「是內容、藝術與風範的絕妙結合」。萊席格教授曾多次受邀在知名研討會 TED 上演講，（如圖六及圖七）。



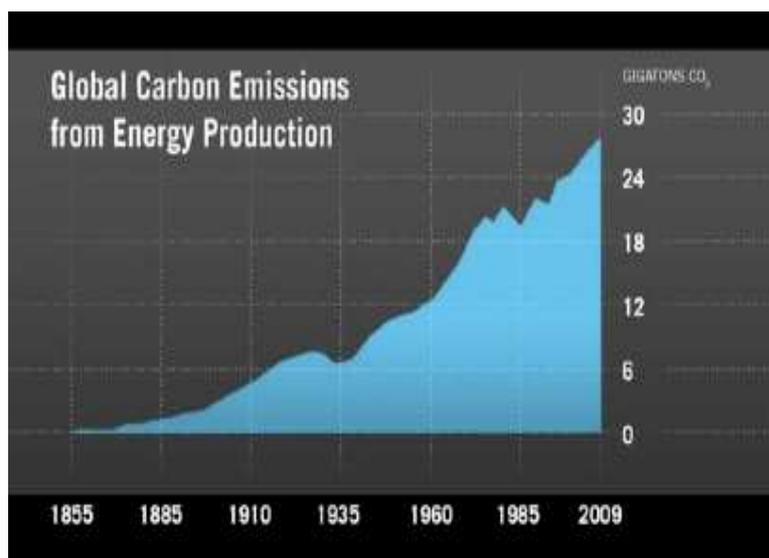
圖六 萊席格在 TED 演講



圖七 萊席格簡報

5. 蓋茲流簡報法：

「蓋茲流」的簡報和一般的簡報差不多，而他的特色與一般簡報差別是，蓋茲流的簡報標題明確、座標軸線清晰、圖表選擇正確、字體顏色搶眼、資訊充足不繁雜、簡報設計一致性，相較於一般簡報文字的繁雜與不一致性。如圖八。



圖八 蓋茲座標軸

(二)簡報流派比較：

綜合上述介紹，將各種流派的特色與可能產生之效果整理如表一：

表一：當代流行簡報流派特色與適用場合比較表（本文整理）

流派比較	高橋流	Steve Jobs	Lawrence Lessig	比爾蓋茲
特色	<ol style="list-style-type: none"> 1.巨大的文字 2.鮮豔的字體 3.製作速度快 4.簡短的語句 5.投影片量多 	<ol style="list-style-type: none"> 1.生動的演說 2.畫面簡潔 3.文字要點少 4.簡報停留時不長 	<ol style="list-style-type: none"> 1.一小段引述 2.一張圖片 3.簡報停留時不長 4.流暢的演說 5.說故事的方式 	<ol style="list-style-type: none"> 1.標題明確 2.座標軸線清晰 3.圖表選擇正確 4.大量的條列與圖表 5.與一般簡報類似
結果	集中聽眾目光	聽眾印象深	聽眾印象深	明確的了解
常見使用場合	時間較短、強調概念的演講	商業簡報、產品發表會、鼓舞人心的演說	說明理念、鼓舞人心的演說	商業簡報、產品發表會、公司介紹

由此表格可知，各種流派產生的效果可能有不少的差異，也造成某些人認為特定的流派只適用於特定類型簡報的觀感，使各種流派都有不同的常見使用場合。詹姆士·馬可廉南認為高橋流與萊席格法基本相同（**James P. MacLennan, 2005**），但筆者認為是完全不同的方式。高橋流投影片數量多，演講者以簡潔有

利的速度演說；萊席格則是以說故事的方式演說，這就是他們最大截然不同之處。

參●結論：

簡報的內容有常有短，但都擁有一個共同的目標，主講人要說服觀眾，將觀眾推到主要的目的。不然就算製作了內容娛樂性超高的簡報內容，最後觀眾沒有與筆者的目的做連結，這樣的簡報就算是失敗了。簡報的共同目標就是說服觀眾，達到主講人想要的目的。在說服的過程中，一定要注意表達內容的清楚程度。

我們常常會在簡報相關書籍上見到所謂的主講人姿勢，說明姿勢怎麼擺、眼神怎麼看、腳步怎麼站等等。其實，當你說對故事內容，你的身體就會自然擺出適當的表達方式。聽起來好像很神奇，其實這也不過就是「熱情」這樣的心理因素影響。當我們的心理情緒處於興奮、高昂的熱情狀態下，自然就會作出各種讓人感受熱情的動作，透過情緒的感染，這樣的動作就變成自然產生、適合的簡報姿勢。

不管是簡報專家高征義、蘋果執行長賈伯斯、萊席格還是比爾蓋茲，都一直在信奉著所謂的簡潔理論。在簡報的場合之中，主角永遠是主講人，而投影片總是一個輔助的配角，濫用簡報功能製作出來的絢麗內容，只會搶了主角的風采、混淆了觀眾的焦點與注意力。

高橋流簡報每一頁只有幾個短短的大標題、賈伯斯的投影片裡大部分都是一兩張圖或是幾個文字而已，如果從來沒有聽過高橋征義及賈伯斯的演講，光只看投影片內容，那麼一定會傻眼，甚至懷疑這些人根本是極度偷懶，一點都不重視簡報設計。事實上，這些越簡單的投影片內容，因為畫面上的元素變少了，所以觀眾的視覺焦點就會集中，就越能接收到這張投影片要強調的重點，同時對主講人來說，也越容易將這個內容作延伸，達到更清楚的說明。

綜合上述介紹的四種流派當中，各個簡報的風格具特色，也都吸引了很多人爭相採用。使用這幾種簡報方法的時候，簡報的演講者不需要對簡報內容及次序要記得很熟才不會出錯。此外，簡報製作時必須要對內容充分考慮周詳，因為不像一般簡報可以適時的做修改調整說明的內容，而演講者的表達也比較沒有彈性，所以各種簡報不見得適用於所有的主題與場合，但仍不失為原有特色的簡報方式。

這四種流派中，筆者對高橋流式的簡報方式印想深刻，因為高橋流讓人一看就懂，把要說的、要打的都放到投影片上面，而簡潔話語加上超大的字體，帶給聽眾深刻的印象。而演講的部份，賈伯斯派略勝一籌，賈伯斯那種富有感染力的熱忱，讓聽到演說的人會覺得蘋果的產品非買不可。

此研究僅對這四種流派之展現方式有所介紹，未來仍可就準備方式、花費時間等著手進一步的研究，便於迅速編排出美觀有條理的簡報。換言之，優秀的簡報，除了內容清楚明白、主講人表達技巧完美外，最重要的就是了解觀眾需求、滿足他們，帶給他們強大的驚喜。

肆●引註資料：

註一、陳吉清(2011)。簡報超厲害。台北市：博碩文化。

註二、卡曼·蓋洛(2010)。大家來看賈伯斯。台北市：美商麥格羅·希爾國際股份有限公司 台灣分公司。

高橋征義。高橋流簡報。(台北市：電腦人文化，2010年) 頁 151-155

維基百科 (2010)，高橋流簡報法

<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E9%AB%98%E6%A9%8B%E6%B5%81%E7%B0%A1%E5%A0%B1%E6%B3%95>

福哥的部落格 (2008)，簡報技巧之高橋流

http://www.afu.tw/index.php?option=com_content&view=article&id=51&catid=14&Itemid=18

Nick Wu (2009)，Apple 創辦人賈柏斯的簡報技巧

<http://www.wretch.cc/blog/nick2581/7941823>

James P. MacLennan (2005)，The Good， the Bad， and the Ugly of Powerpoint

<http://www.cazh1.com/blogger/thoughts/2005/10/good-bad-and-ugly-of-powerpoint.shtml>

b6s (2007)，「萊斯格流」簡報法

<http://article.yeeyan.org/view/1719/657>

David Hornik (2003)，Putting The "Power" In PowerPoint

<http://www.ventureblog.com/2003/07/putting-the-power-in-powerpoint.html>

比爾蓋茲

<http://www.zna.com.tw/blog2/?p=66>