

PREZENTACJE POWERPOINT. O KULTUROWEJ NATURZE TECHNOLOGII

Badacze zajmujący się zarządzaniem wiedzą głowią się niejednokrotnie, jak badać procesy kreowania i przekazywania wiedzy, i konstruują skomplikowane badania, które angażują znaczne zasoby. Tymczasem największe „eksperymenty” zachodzą w społeczeństwie „naturalnie”, a ich analiza zwykle niewiele kosztuje. Jednym z takich „naturalnych eksperymentów” było wprowadzenie na początku lat dziewięćdziesiątych nowej technologii — programu PowerPoint (PPT)¹. Z socjologicznego i antropologicznego punktu widzenia PPT to niezwykle ciekawy i złożony globalny fenomen — program rozwijany i sprzedawany przez światowego lidera na rynku technologii informatycznych, wykorzystywany zarówno w różnych organizacjach, w placówkach edukacyjnych, jak i w życiu prywatnym do rozmaitych celów. Poświęcenie mu uwagi badawczej to jednak nie tylko eksploracja frapującej technologiczno-społeczno-kulturowej hybrydy. To szansa na zrozumienie niezwykle istotnych wymiarów globalizacji — tego, w jaki sposób globalna technologia współuczestniczy w komunikacji i kształtuje ją, jak wpływa na procesy biznesowe, organizację pracy oraz procesy tworzenia i przekazywania wiedzy.

W niniejszym artykule poruszę dwie kwestie: w oparciu o wyniki prowadzonych przeze mnie badań opiszę społeczne praktyki używania PPT, które rozwinęły się w nowoczesnych organizacjach, i ich rolę w kreowaniu wiedzy i zarządzaniu zespołami, a następnie, odwołam się do pojęcia translacji, żeby wyjaśnić, w jaki sposób PPT — jako wynalazek techniczny i kulturowy — podlega procesom globalizacji. Na koniec odwołam się do koncepcji wiedzy tworzonej w sieci i zarysuję globalny wymiar tego procesu oraz wyjaśnię, dlaczego *powerpointowanie* znakomicie współgra z generowaniem i przekazywaniem wiedzy we współczesnych organizacjach.

¹ Prezentacje wykonywane w programie PowerPoint określać będę zamiennie prezentacjami, PPT lub *powerpointami* (rzeczownik pospolity). Czynność przygotowywania prezentacji w programie PowerPoint nazywać będę *powerpointowaniem*.

BADANIA

Materiał empiryczny, stanowiący podstawę niniejszego artykułu, to 33 wywiady przeprowadzone w ramach badania „Teoria zarządzania między nauką a praktyką. Pierwsze doświadczenia profesjonalne absolwentów Szkoły Głównej Handlowej” oraz prezentacje udostępnione przez rozmówców.

Na pierwszy rzut oka mogłoby się zdawać, że globalnej ekspansji programów zarządzania towarzyszy ich homogenizacja, jednak wnikliwsze analizy pozwalają dostrzec znaczące różnice między nimi (Hedmo, Sahlin-Andersson, Wedlin, 2005, 187). Poszczególne teorie nie wszędzie stają się równie popularne, a niekiedy w procesie przyswajania są dostosowywane do lokalnych uwarunkowań. Celem projektu było zbadanie lokalnych sposobów odczytania i przyswajania teorii zarządzania. Interesowały mnie procesy społecznego wytwarzania i przetwarzania wiedzy z zakresu zarządzania oraz sposoby jej legitymizacji w Polsce, a także to, w jaki sposób zarządzanie — poprzez to, że proponuje pewne metody działania, oceniania, a także promuje pewne wartości i postawy — staje się elementem inżynierii społecznej i kulturowej. Badania te miały także na celu sformułowanie odpowiedzi na pytanie, w jakiej mierze kształcenie w dziedzinie zarządzania oferowane przez SGH znajduje zastosowanie w praktyce zawodowej jej absolwentów. Czy teoria, która wykładana jest na studiach, sprawdza się, lub przynajmniej jest przydatna w praktyce? A jeśli nie: jak radzą sobie młodzi adepci zarządzania? W toku badań okazało się, że *powerpointowanie* jest niezwykle istotnym „elementem układanki”.

TECHNOLOGIA JAKO KULTURA. PRZYJĘTA PERSPEKTYWA BADAWCZA

W dalszych rozważaniach dotyczących *powerpointowania*, przyjmuję za Davidem Bellem założenie, że technologia kształtuje procesy komunikowania i zarządzania, ale jednocześnie wymaga pracy kulturowej — wykształcenia się zbioru praktyk, które pozwalają jej zaistnieć w przestrzeni społecznej (Bell, 2006, 127). Bell pokazuje, że o technologii i nauce można — a nawet należy — myśleć jako o części kultury (dodajmy, że jest to część globalnej kultury współczesnej). W tym sensie upowszechnianie się technologii to nie tylko fizyczne rozprzestrzenianie się zasięgu dostępności danego produktu (czy będzie to materialny przedmiot, czy niematerialny program), ale również upowszechnianie się praktyk, pozwalających tej technologii zaistnieć.

TRANSLACJE. GLOBALIZACJA TECHNOLOGII

Jeżeli zaś przyjmiemy, że technologia jest częścią kultury i jej przyswojenie wymaga pracy kulturowej, wszechobecność danej technologii nie daje się wyjaśnić poprzez jej fizyczną dostępność w różnych zakątkach świata. Dostępność jest warunkiem wstępnym, ale niewystarczającym. Drugim warunkiem jest kulturowe przyswojenie.

Przeprowadzone przeze mnie wywiady rzucają nieco światła na to, w jaki sposób się to odbywa i na czym polega kulturowa praca przyswajania. Materiały te dobrze ilustrują tezę o tym, że w odniesieniu do świata biznesu należałoby raczej mówić o translacjach, dzięki którym wiedza i umiejętności mogą być stosowane w różnych kontekstach, niż o kopiowaniu, które zakłada przenoszenie niezmienionych elementów na zasadzie dyfuzji (por. Czarniawska, 2002, 7-8; Czarniawska, 2010, 162-164).

Barbara Czarniawska (2002, 7-8) łączy pojęcie translacji z tworzeniem czegoś na nowo w nowym miejscu. To społeczny akt tworzenia. Choć translacje odnoszą się do sfery symbolicznej, jednocześnie zawierają swój materialny komponent. To, co niematerialne, nie może zostać przeniesione z miejsca na miejsce. Praktyka czy instytucja muszą być najpierw zmaterializowane w słowach lub obrazach. W procesie materializowania są one upraszczane i wyodrębniane z kontekstu. „Podróżujące idee” napotykają w swych peregrynacjach różne układy odniesienia (Czarniawska, 2010, 163). Takie spotkania wiążą się z pewnym tarcieniem. Czarniawska proponuje, by nie postrzegać ich w kategoriach oporu — tarcia, które zmniejsza początkową energię — lecz twórczego zderzenia, które ma moc przekształcania obu stron. Zmiany takie nie tyle zaś wypaczają, czy wręcz niszczą oryginalne idee, ile raczej przekształcając, wzbogacają je. Przyjęcie takiego rozumienia globalizowania się idei umożliwi konceptualizowanie tego procesu w kategoriach tworzenia i zachowywania różnorodności, a nie postępującej homogenizacji.

Metafora przekładu i „podróżujących idei” dobrze oddaje to, w jaki sposób upowszechniają się pewne konwencje tworzenia prezentacji i stają się globalnym fenomenem. Styl tworzenia prezentacji à la konsultanci z Firmy X „podróżować” nie może, ale wyabstrahowane, uproszczone zasady zawarte w „manualach”, książkach czy prezentacjach PPT już tak — styl jest bowiem niematerialny, ale zapisane zasady mają już swoją materialną postać. Teoria dotycząca tego, w jaki sposób komunikować z wykorzystaniem PPT zmaterializowana jest też w konkretnych prezentacjach używanych przez rozmówców,

a także ucieleśniona, „zmagazynowana” jako wiedza milcząca w konkretnych pracownikach.

Standardy wypracowane przez różne firmy w nowych środowiskach są przekształcane, rozwijane, dopasowywane do lokalnych uwarunkowań i preferencji poszczególnych użytkowników. To, co jeden z rozmówców przyswoił w na początku kariery w konsultingu, jego koleżanki z nowego biura w banku, w którym później zaczął pracować, zaadaptowały na swój własny sposób. Te same elementy, ale różne wykonania. Nawet w ramach jednej firmy, która propaguje określony styl tworzenia PPT, poszczególni pracownicy wypracowują własne strategie realizowania tych konwencji. „Są różne szkoły. W zależności od tego, z jakim menedżerem się współpracowało, to trzeba było przybrać inną szkołę, więc człowiek też się uczył elastyczności i co więcej [...] potrzeb — jak te slajdy mają wyglądać na sam koniec.” — opowiadał jeden z moich rozmówców [w32].²

ŹRÓDŁA WIEDZY I NAUKA „MYŚLENIA SLAJDAMI”

Choć techniczne aspekty pracy z programem nie sprawiały moim rozmówcom żadnych kłopotów, to jednak nauka „wypowiadania się” z wykorzystaniem tego narzędzia nastroczała większości znacznych problemów. Natura tych problemów, podkreślę raz jeszcze, była nie tyle techniczna, ile raczej kulturowa. Wiązała się z koniecznością opanowania nowego gatunku wypowiedzi. Tak jak CV, raport czy notatka są pewnymi zglobalizowanymi gatunkami tekstów biznesowych, tak też *powerpoint* jest swego rodzaju gatunkiem, który rządzi się pewnymi zasadami i konwencjami (Yates, Orlikowski, 2007, 72). Zarówno formułowanie komunikatywnych i efektywnych PPT, jak i umiejętność ich poprawnego odczytywania, wymaga znajomości tych reguł.

W zgromadzonych w toku badań materiałach wiedza dotycząca sposobów używania prezentacji — *powerpointowania*, czyli „wypowiadania się” z wykorzystaniem programu PowerPoint — ma trzy wymiary. Z jednej strony przedstawiana jest jako wiedza milcząca (1) — *powerpointowania* można nauczyć się poprzez doświadczenie, poprzez przygotowywanie prezentacji i przekazywać ją tylko „w doświadczeniu”. Z drugiej strony przedstawiana jest jako coś, co można wyłożyć w prostych, wyabstrahowanych formułach i zasadach, w toku

² Cytat pochodzi z wywiadu przeprowadzonego w ramach wspomnianych badań. W nawiasie podany jest numer cytowanego wywiadu.

bardziej sformalizowanych szkoleń (2). Silnie rysuje się też kategoria „naoczności” (3) — wiedza dotycząca *powerpointowania* to coś, co można przyswoić przez patrzenie (oglądanie dużej liczby slajdów). W wypowiedziach o tym, jak rozmówcy uczyli się *powerpointowania*, pojawiają się motywy uczenia się od kolegów i bezpośredniego przekazywania wiedzy, przyswajania prostych ogólnie sformułowanych zasad. O wiele mniejsze znaczenie zdają się mieć formalne szkolenia czy wiedza zdobywana na etapie studiów. Nauka odbywa się na zasadzie indywidualnych konsultacji — kiedy jedna osoba pokazuje drugiej, co i jak trzeba poprawić — lub w toku konsultacji zbiorowych. Na przykład w jednej z warszawskich firm raz do roku jeden z managerów drukował najlepsze i najgorsze slajdy i rozwieszał je w biurze [w5_2]. Pracownicy je następnie komentowali i proponowali, co można by poprawić, by te najgorsze uzyskały akceptację. Te najlepsze zaś traktowano jako swego rodzaju wzory.

Poza poznaniem reguł organizacji treści na slajdach w wywiadach poruszana jest też kwestia nauki „myślenia slajdami”. Każda technologia — począwszy od pisma — kształtuje sposoby komunikowania i z każdą technologią, która ma służyć komunikacji, wiążą się określone efekty mediacji (Farkas, 2009, 1). Tak jest też w przypadku PPT. Myślenie slajdami to umiejętność ustrukturywania przekazywanych koncepcji, wniosków i działań zgodnie ze schematami konstruowania pojedynczych slajdów i całych prezentacji. PPT „redaguje” myśli i pomysły (Parker, 2001).

ROLA PPT W PROCESACH KREOWANIA I PRZEKAZYWANIA WIEDZY

Kulturowa praca, którą wykonują młodzi pracownicy współczesnych organizacji, by przyswoić globalną technologię komunikacyjną, jaką jest PPT, ma zatem wiele wymiarów. A jak wykorzystywany jest *powerpoint* w pracy? Jak wpływa on na kulturę pracy? W jaki sposób kształtuje procesy przekazywania wiedzy?

W świecie biznesu użycia PPT wykraczają poza ramy nakreślone w akademickim schemacie wykładu. Nie zawsze też — wbrew temu, co pisał Hubert Knoblauch (2011) — prezentacje są wykonywane. Dla Knoblaucha przekazywanie wiedzy za pomocą prezentacji opiera się na performansie: to wykonania, w których mowa oraz obrazy są powiązane z technologiami takimi jak laptopy, projektory, wskaźniki laserowe i oprogramowanie do prezentacji; i te właśnie technologie umożliwiają mieszaniny tekstów pisanych, projekcji wizualnych i cielesnych trybów komunikacji. (...) Występy cielesne i werbalne oraz ak-

tywność widowni to niejedynie elementy charakteryzujące te zdarzenia. Prezentacja zawiera również „pośredniczące” elementy takie jak slajdy, papierowe kopie slajdów, tekst pisany lub notatki oraz „formy żywe”, takie jak przemowa przed „żywą publicznością”. Komponenty te są zintegrowane do tego stopnia, że konstytuują osobny gatunek: „prezentację”. Dlatego też prezentacje powerpointowe tworzą coś, co można określić mianem „hybrydowej” formy składającej się zarówno z bezpośredniej interakcji, jak i technologicznie zapośredniczonego działania. (Knoblauch, 2011, 322)

Rozważania Knoblauch, w których ujmuje on prezentację jako zdarzenie komunikacyjne, niewątpliwie wnoszą ciekawy głos do dyskusji na temat tego, czym są prezentacje, jak zmieniają nasze praktyki komunikacyjne i sposoby przekazywania wiedzy. Chciałabym jednak zwrócić uwagę na pewne aspekty wykorzystywania prezentacji we współczesnych organizacjach, które Knoblauch pominął.

Prezentacje wspomagają procesy zarządzania i wypracowywania nowej wiedzy. Po pierwsze są tzw. obiektami granicznymi (Star, Griesemer, 1989, 387-420). Dzięki temu, że mogą być różnie interpretowane w zależności od kontekstu, pozwalają różnym osobom na koordynację wspólnych działań. Dobrym przykładem mogą tu być sposoby, w jaki PPT wykorzystywany jest przez konsultantów. Stworzona na początku realizacji projektu prezentacja bez danych, wyznacza ramy projektu i określa, jakie informacje należy zdobyć. PPT pełni w ten sposób funkcję koordynującą dla zespołu konsultantów. Często prezentacje stają się też artefaktami emergentnymi — produktami procesu kreowania i transformacji wiedzy (Fonstad, 2005, 177). Proces redakcji i formatowania jest równoznaczny z procesem konceptualizowania, kreowania wiedzy. Prezentacja powstaje, krążąc między uczestnikami projektu (jest zatem jednocześnie obiektem granicznym) — niejako wylania się w toku pracy zespołu. PPT, ponieważ jest pewnym gatunkiem wypowiedzi rządzącym się określonymi regułami, jednocześnie „redaguje” powstającą wiedzę i nadaje jej określony kształt w ramach ustalonych konwencji oraz reguł poprawności i komunikatywności. Prezentacja wykorzystywana jako raport czy materiał informacyjny, przesyłana klientom czy udostępniana wewnątrz firmy, staje artefaktem stabilnym, którego zadaniem jest przekazanie wielu osobom tej samej treści w sposób niezmienny.

Praca z PPT przypomina majsterkowanie, w którym zamiast narzędzi, deseczek i kleju wykorzystuje się dostępne w programie szablony, istniejące już (wykonane wcześniej) prezentacje, szablony i firmowe „slajdowniki” oraz materiał ikonograficzny pobrany z Inter-

netu. Dla antropologa PPT to zatem przykład nie tylko awansu znaczeniowego form obrazowych (wizualnych), lecz także przykład na występowanie w audiowizualnej, globalnej kulturze współczesnej wspólnego udziału słów i obrazów w budowaniu i przekazywaniu znaczeń. Z punktu widzenia zarządzania wiedzą, istotna jest jednak tu inna kwestia — prezentacje przechowują i przekazują dalej wiedzę wypracowaną w organizacji.

GLOBALNE SIECI WIEDZY

Powerpointowanie — jako sposób komunikowania i generowania wiedzy — współgra z tym, w jaki sposób tworzą ją moi rozmówcy i w jaki uczą się nowych rzeczy. Wiedza, z której na co dzień korzystają, to wiedza fragmentaryczna, składająca się z segmentów nieustannie „przepakowywanych” w nowe kombinacje. To także wiedza „zmagazynowana w ludziach”, którzy zmierzili się już z danym problemem i potrafią zaproponować rozwiązanie. Model akademicki tworzenia wiedzy — w którym stawia się problem, a następnie czyta się odpowiednią literaturę przedmiotu, aby udzielić odpowiedzi na postawione pytanie — nie sprawdza się w życiu zawodowym moich rozmówców. Przede wszystkim dlatego, że wiedza, której najczęściej potrzebują to „jednorazowe instrukcje obsługi” — wiedza, która pozwala na rozwiązanie unikatowego, jednostkowego problemu, z którym najprawdopodobniej już nigdy więcej się nie zetkną. Rozwiązywanie problemu i wykonywanie zadań biznesowych przebiega z wykorzystaniem własnego *networku* — sieci dobrych, trwałych kontaktów zarówno w ramach własnej organizacji, jak i szeroko rozumianego globalnego świata biznesu — który pozwala na uzyskanie potrzebnych informacji. Wiedza ta powstaje zatem nie tyle „w głowie” pojedynczej osoby, ile raczej w sieciach wiedzy, które tworzą wspólnoty wiedzy, technologie informacyjne (bazy danych, PowerPoint, Excel) i krążące w nich dane.

Poniższy przykład dobrze oddaje specyfikę procesu tworzenia „jednorazowej instrukcji obsługi”:

[M]usiałem, po pierwsze, zebrać historyczne dane, po drugie, zebrać pewne eksperckie opinie — jak to w przyszłości może się rozwijać i od czego to jest tak naprawdę zależne. [...] w pierwszej kolejności przeczytałem wszystkie możliwe raporty dotyczące danej branży w danym kraju, czyli tego było kilkas..... {.} no dobre kilka tysięcy stron, tak, żeby jakby poczuć, poczuć, jak ta branża się zachowywała w przeszłości, co będzie się dalej z tą branżą robiło, działo. W drugim kroku poprosiłem naszych analityków

z „biura w Polsce”, aby przygotowali mi bardzo duży zestaw danych dotyczący rozwoju rynków Europy Wschodniej, Europy środkowo-wschodniej oraz pewne wybrane przypadki {.} sytuacji, kiedy ta branża znajdowała się w kryzysie, dlatego że wtedy mieliśmy rok 2009 i echo kryzysu zaczęło się odbijać po poszczególnych branżach i te branże też zostały dotknięte. Chcieliśmy zrobić jak najlepszą prognozę, więc musieliśmy zobaczyć, jak w poprzednich latach w poszczególnych krajach ta branża przeżywała kryzys i od czego to zależało. Więc dostałem, dostałem olbrzymią ilość danych, którą później analizowałem pod względem elastyczności reakcji danej branży na wzrost lub spadek PKB lub innych czynników. Kolejnym krokiem było zebranie danych historycznych dotyczących poszcze... pozostałych czynników wzrostu [...] polegało na zebraniu danych z innego biura z «miasto w zachodniej Europie», od specjalistów od «nazwa branży». Innego typu dane pochodziły z „miasto w zachodniej Europie”, z „miasto w zachodniej Europie” i od innych analityków z naszego biura {.} i pewne, pewne, pewne dane udało się uzyskać bezpośrednio, kontaktując się z analitykami z urzędów statystycznych. {.} Natomiast mieliśmy jeszcze cały czas sporo białych dziur, białych plam, które musieliśmy wypełnić eksperckimi opiniami. Wobec czego zorganizowaliśmy szereg wywiadów, z osobami, które zajmowały kluczowe stanowiska od... jakby we wszystkich urzędach, które były blisko tej branży, czyli zrobiliśmy wywiady z osobami takimi jak minister zdrowia, jak szef urzędu statystycznego, szef czy prezes urzędu regulacyjnego dla danej branży i szereg innych osób, które były ekspertami, ale także które [...] siedziały głęboko w tym biznesie, czyli dealerzy, czyli osoby, które pracowały już na stanowiskach sprzedażowych w terenie i miały bardzo dobre wyczucie tego, co się dzieje powiedzmy na ziemi, blisko klientów. W związku z tym przeprowadziliśmy z zespołem łącznie 40-50 różnych wywiadów. [w23]³

W wypowiedzi tej pojawia się kilka grup aktorów społecznych i różne typy zasobów informacyjnych biorące udział w procesie tworzenia wiedzy na temat specyfiki działania pewnego rynku (konkretnej branży, w konkretnym państwie): analitycy z oddziałów organizacji mieszczących się w różnych krajach, analitycy z urzędów statystycznych, rozmaici eksperci, wiedza zmagazynowana w raportach, w bazach danych. Duże zadanie, podzielone zostaje na kilka mniejszych, niezależnych, którym odpowiadają kolejne segmenty in-

³ Objasnienie znaków stosowanych w transkrypcji zamieszczam na końcu artykułu.

formacji. Tworzenie wiedzy polega zatem na ustanowieniu chwilowych połączeń między różnymi wspólnotami wiedzy, zaangażowaniu rozmaitych technologii, które umożliwią przepływ informacji-segmentów, ich zmagazynowanie w jednym miejscu i przetworzenie, zmontowanie spójnej całości. Wiedza wytwarzana jest tym samym przez sieć działań aktorów ludzkich i nie-ludzkich. Warto podkreślić globalny charakter tego procesu: sieci wiedzy — choć działają na rzecz wytworzenia wiedzy, która wykorzystywana jest często lokalnie — angażują globalne zasoby.

Sekwencja slajdów w prezentacji doskonale odpowiada takiemu „pokawalkowaniu” — kolejne plansze prezentują istotne dla rozwiązania problemu informacje zebrane z różnych źródeł i mające odmienny charakter oraz wnioski płynące z nich. Pozwala także na przedstawienie złożonych kwestii w rozbiciu na elementy składowe i zredukowanie tego, co złożone, do zestawu czynników i zagadnień wyodrębnionych za pomocą punktorów: uporządkowanie chaosu. Podobnie rzecz ma się z innym programem — Excelem — który pozwala na magazynowanie danych w poszczególnych komórkach i łączenie poszczególnych segmentów za pomocą różnych operacji, które wykonuje na nich program. Technologia ta doskonale wpisuje się zatem w kulturę współczesnego globalnego biznesu.

ZAKOŃCZENIE

Globalizacja wiąże się z różnorodnymi zmianami we współczesnym świecie pracy. To nie tylko obecność transnarodowych korporacji i zależność od globalnych przepływów kapitału, lecz także obecność globalnych technologii, które kształtują środowisko i sposób pracy. Nie należy jednak bagatelizować tego wymiaru. Przypomnijmy trzy najważniejsze kwestie poruszone w artykule: (1) PPT jest globalnym fenomenem, który wymaga kulturowego przyswojenia (2) jeśli chodzi o naukę posługiwania się PPT rozmówcy znacznie większe znaczenie przypisują kształceniu nieformalnemu niż formalnemu, i w znacznej mierze odbywa się ono w pracy; (3) PPT odgrywa niezwykle ważną rolę w procesach transmisji i kreowania wiedzy oraz w codziennej komunikacji.

Antropolodzy zwykle ograniczają się do opisywania badanych fenomenów i stronią od formułowania zaleceń o charakterze normatywnym czy postulatów naprawczych. Jednak w tym przypadku pewne uwagi nasuwają się same. Konieczne wydaje się podjęcie refleksji nad tym, czy aby na pewno wystarczająco dużo uwagi poświęca się na studiach rozwijaniu świadomego, krytycznego korzystania z PPT. Jeśli weźmiemy pod uwagę rolę, jaką prezen-

tacje odgrywają w procesach tworzenia i dystrybucji wiedzy, warto też sformułować kolejne pytania badawcze: czy organizacje potrafią efektywnie wykorzystywać ten model organizowania i konceptualizowania pracy zespołu? Jak można wyróżnić lokalne różnice? Jakie metody efektywnego wykorzystywania prezentacji i dzielenia się nimi, a także ponownego ich wykorzystania wypracowują współczesne organizacje? A może firmowe serwery stają się raczej „cementarzyskami prezentacji”, które nie są ponownie przetwarzane? Jak globalne technologie takie, jak PowerPoint, kształtują procesy tworzenia i dystrybucji wiedzy w różnych typach organizacji? Niestety większość prac napisanych do tej pory albo stanowi otwartą i radykalną krytykę *powerpointowania*, albo poświęconych jest ilościowym analizom efektów przyswajania informacji przekazywanych przy wykorzystaniu tej technologii (Knoblauch, 2011, 319).

Objaśnienie znaków stosowanych w transkrypcji:

„ „ zakodowane dane personalne, informacje zmienione
 [...] dokonuję skrótu wypowiedzi i pomijam jakiś fragment
 {} krótka pauza, namysł
 przedłużenie dźwięku

Bibliografia

- Bell, David; 2006, *Science, Technology and Culture*, Open University Press, Berkshire, New York.
- Czarniawska, Barbara; 2002, *A Tale of Three Cities. Or the Glocalization of City Management*, Oxford University Press, Oxford, New York
- Czarniawska, Barbara; 2010, *Trochę inna teoria organizacji. Organizowanie jako konstrukcja działań*, Poltext, Warszawa
- Dudek, Karolina; 2012, *Powerpointowanie. Nowe konwencje tworzenia graficznych reprezentacji wiedzy*, w: *Kultura i Edukacja* nr 1, ss. 83-106
- Farkas, David, K.; 2009, *Managing Three Mediation Effects that Influence PowerPoint Deck Authoring*, w: *Technical COMMUNICATION*, 56(1), ss. 1-11
- Fonstad, Nils Olaya; 2005, *Tangible Purposes and Common Beacons: The Interrelated Roles of Identity and Technology in Collaborative Endeavors*, referat wygłoszony podczas “The Sixth European Conference on Organizational Knowledge, Learning, and Capabilities”, Bentley College, Waltham, Massachusetts, USA, 17-19.03.2005,

<http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/wbs/conf/olkc/archive/oklc6/papers/fonstad.pdf>,

[20.05.2011]

- Knoblauch, Hubert; 2011, Performans wiedzy: wskazywanie i wiedza w prezentacjach powerpoint, przeł. Wojciech Walczak, w: Maciej Frąckowiak, Krzysztof Olechnicki, Marek Krajewski (red.), *Badania wizualne w działaniu. Antologia tekstów*, Warszawa: Fundacja Nowej Kultury Bęc Zmiana, ss. 319-349
- Parker, Ian; 2001, Absolute PowerPoint. Can software package edit our thoughts?, "The New Yorker", 28.05.2001,
http://www.newyorker.com/archive/2001/05/28/010528fa_fact_parker?currentPage=all,
[31.05.2011].
- Star, Susan, Leigh, Griesemer, James, R.; 1989, Institutional Ecology, 'Translations' and Boundary Objects: Amateurs and Professionals in Berkeley's Museum of Vertebrate Zoology, 1907-39, "Social Studies of Science", 19(4), ss. 387-420
- Hedmo, Tina, Sahlin-Andersson, Kerstin, Wedlin, Linda; 2005, Fields of imitation: The Global Expansion of Management Education, [w:] Czarniawska B., Savón G., *Global Ideas. How Ideas, Objects and Practices Travel in the Global Economy*, Liber & Copenhagen Business School Press, Malmö
- Yates, JoAnne, Orlikowski, Wanda; 2007, The PowerPoint Presentation and Its Corollaries: How Genres Shape Communicative Action in Organizations, [w:] M. Zachry, C. Thralls (red.), *Communicative practices in workplaces and the professions: cultural perspectives on the regulation of discourse and organizations*, Baywood Pub. Co., Amityville