

Оралност, писменост и пауърпойнтилизъм в историята

Юри Тодоров
<http://yuritodorov.hit.bg>

Предметът на изследване на настоящия материал е посветен на единството и различието между формата и съдържанието, на новите медии в обществената комуникация. Обикновено е прието да се счита, че формата не оказва никакво влияние върху съдържанието. На това място ще си поставим по-конкретно въпросът, какво е въздействието на мултимедийното представяне на историята върху съдържанието. Трябва да признаем още в началото, че участието на средата на представяне е решаващо за определяне на съдържанието. Същината на това твърдение е съсредоточена в цитата “медиумът е съобщението”¹ Съществуват редица примери, които са в подкрепа на твърдението, че средата на представяне има равнопоставено значение с това на участниците в информационния обмен върху селекцията на съдържанието. Степента, в която медията е определяща за съдържанието, нараства значително с повишаване на честотата на нейната употребата, заедно с различието ѝ спрямо алтернативните среди и с културната доминантност на медията.

В своя труд “От оралност към литералност”² Уолтър Онг показва значението на първичността на устния или писмен начин за представяне на сведенията и комуникация за възникване на културите. Той доказва, че звуковата обвързаност на комуникацията определя не само съдържанието но и системата от знания. В устно базираните култури знанията се обвързват напълно с паметта на човека и вербалното препредаване на спомените. Тук знанията перманентно са застрашени от процесите на деградация и загуба на паметта. Всеки един компонент на устната култура е свързан с паметта и езиковото съобщаване. Затова знанията в оралните култури се характеризират със схеми, които са пряко свързани с тяхното представяне. Такива характеристики са ритмичните езикови форми, ритуалност на представянето, шаблонност и използване на клишета в изразните езикови форми, като афоризми, поговорки и т.н. Действителността през погледа на литерализиращия човек се възпроизвежда в груби и отдавна възприети форми между “доброто” или “злото”, “истината” или “лъжата”. Конкретният начин на представяне на съдържанието може да се различава значително според ситуацията по време на интерактивното предаване от разказвача, затова за всеки мит или легенда съществуват разнообразни варианти. В същото време разказвачите са изкусни майстори на редуцирането на

действителността в малки, ритмични последователности, които благодарение на високата им прегнатност са съхранени и до днес.

Писмеността разширява пространството и хоризонта на знанията до безкрайност заради заложените в нея възможности за повторен прочит, непрекъснатата рефлексия и сравнение. Така се поставя предпоставката за абстракции, аналитично разчленяване и взаимно обвързване на фактологията. Знанията придобиват непознати до възникването на писмените култури точност и сложност, които са предпоставката за съвременните културни конфигурации. Според Маршал Мак Лухан откриването на писмеността поставя началото на развитието на медиите. Писмеността и книгопечатането пренареждат света. Великите европейски открития, ренесансът на изкуствата и науките, реформацията и политическите революции, както и техническите иновации не биха били възможни без медийната подкрепа на книгата. Хранилището на типографията промишлено разширява културната памет. Писменото съхраняване на информацията позволява повторението ѝ, с което се променя начина на аргументация и логично представяне. Без типографската памет не е възможно прилагането на сложни формално-логически анализи и доказателства.

В сърцето на типографската система се заражда нова медия, която има цифрова форма на съществуване. Централен момент при анализа на електронните и цифровите медии според Мак Лухан е т.нар. “разширение на човека”, т.е. допълването и удължаването на сетивата на човека. Медийното удължаване на сетивата чрез кабели, електрически и оптически сигнали се изразява в съчетанието на информатиката с медийната техника. Така възникват непознати до момента възможности за пространствено-времева свръхналичност на информация, за нейното съхранение и произволни начини на представяне и оформление. В информационната ера централната нервна система на човека се разширява технически до такава степен, че е в състояние да направи връзка с целия свят.

Когато средата решава за избора на съдържанието или, казано по-точно, когато медията е самото съобщение, тогава през растера на селекцията в медията компютър попадат всички текстови линейни последователности по следната схема: текстове, които са по-дълги от няколко страници, не се четат. Цифровите медии могат да се оприличат на динамична витрина с огромна вместимост, предназначени за бързо прелистване. Така идва краят на диктатурата на автора над текста. Всеки текст вече може да се комбинира със симфонична музика, историческа реч или видеофилм и се променя според желанието на неговия

читател. Медийната трансформация засяга непосредствено историята, пазителка на типографската обществена памет. От една страна мултимедийността обогатява всяко едно историческо представяне с допълнителни възможности за влагане на звук и образ. От друга страна съществуват опасности за ограничаване на медийния изказ до програмно обвързани схематизми и клишета, които се демонстрират в редица продукти на информационния век.

Рок-звездата Дейвид Бърн издаде книга за ролята на Пауърпойнт в комуникацията между хората. Книгата, с придружаващо DVD, под заглавие "Да съзреш емоционалната епистоломогична информация" ¹ на известния повече като музикант за интелектуалци автор струва 80 долара и вече има продадени хиляди копия. Тази публикация, както и книгата на Едуард Тъфти, "Когнитивният стил на Пауърпойнт" ² провокират сериозен дебат. Мнозина смятат Пауърпойнт за кулминация в изкуството да съчетаваш и онагледяваш. Едуард Тъфти, професор в Йеил, е най-известен противник на Пауърпойнт. Той също така публикува статия в Wired под заглавие "Пауърпойнт е зло" ³. Питър Норвиг, директор в Google, е общопризнатият автор на първата Пауърпойнт-пародия: през 1999 г. той създава слайд-шоу на "Гетисбъргско обръщение" на Ейбръхам Линкълн ⁴. Д-р Винтън Сърф, председател на борда на ICANN ⁵, често предизвиква усмивки на своите презентации с думите, че "Power corrupts and PowerPoint corrupts absolutely" ⁶.

Боб Гаскинс, предишен докторант в Бъркли, предвижда Пауърпойнт първоначално като лесна за използване програма за правене на презентации. През 1984 г. той ангажира програмиста Денис Остин за да направят съвместно прототип на програма, която първоначално наричат Презентър. По-късно те променят името на програмата на Пауърпойнт заради авторските права. Пауърпойнт 1.0 излиза през 1987 г. за компютри Епъл Макинтош. По-късно през същата година Майкрософт закупува фирмата на Гаскин заедно с програмата за сумата от 14 милиона долара. Първите Ундоус и ДОС версии на Пауърпойнт се появяват през 1988 г. Пауърпойнт става съставна част от офис-пакета на

¹ David Byrne: E.E.E.I. (Envisioning Emotional Epistemological Information). Steidl Publishing; Bk&CD-Rom edition (August 2003).

² Edward R. Tufte: The Cognitive Style of PowerPoint. Graphics Press LLC, Cheshire 2006 (2nd ed.)

³ Edward R. Tufte: PowerPoint is Evil. Wired 11.09 September 2003;
<http://www.wired.com/wired/archive/11.09/ppt2.html>

⁴ Peter Norvig: The Gettysburg PowerPoint Presentation. <http://www.norvig.com/Gettysburg>

⁵ Internet Corporation for Assigned Names and Numbers <http://www.icann.org>

⁶ игра на думи - power означава и власт, т.е. "властта развращава, а PowerPoint развращава напълно – Вж. CSUN 2004 Keynote Speech by Dr. Vinton Cerf <http://www.dinf.ne.jp/doc/english/access/04csun/keynote.html>

Майкрософт през 1990 г. Според Майкрософт всеки ден, навсякъде по света се правят повече от 30 милиона презентации.

Обичайният начин за представяне на информация пред публика днес е чрез прожектиране на данните под формата на текст и графика върху екран, използвайки първоначално аналогови и по-късно цифрови носители. От 1990 г. насам най-често използваната форма на презентация е тази, която е направена с преобладаващо инсталираната програма на Майкрософт от жанра “презентационен софтуер” – програмата Пауърпойнт. Тя измества показваните с оуверхед-проектори прозрачни фолии, които на фона на новата медия си остават само едно реторично-естетическо упражнение. Новият стил на представяне доминира в средите на държавно управление, в научната сфера, дори в ежедневието. Превръщайки се в норма, презентацията измества другите начини на дискурс и представяне на данни, знания и за информационен обмен въобще. Методът на оскъдните думи, записани във вертикален ред и поставени на цветен фон, методът на Пауърпойнт, се превръщат в нов стандарт, който измества груповата комуникация чрез разговор. Пауърпойнтският слайдуер редуцира комуникацията до вида на презентация. Този подход се благоприятства от визуалното възприятие на самото изложение, когато театралността на презентацията започва да властва над съдържанието. В действителност, именно тази доминантност определя, кои идеи да се възприемат най-лесно от аудиторията. Този лесен стил на представяне става индикатор за образния и лидерския стил на информационната ера. Стилът на Пауърпойнт, пауърпойнтизмът, както на ниско ниво, в отделни неформални презентации, така и на високо ниво, демонстриран от авторитетни личности и организации, действа днес като средство за контрол и дисциплинираност. И не на последно място, това е удобен начин за налагане на специфична идеология и за пропаганда.

Един от най-острите противници на Пауърпойнт, Едуард Тъфти, казва, че Пауърпойнт е “тъп” и “дяволски”, и затова никой “сериозен” човек не би трябвало да го използва³. “Дяволски” – защото е сила, която бавно и почти незабелязано ерозира нашите стандарти, завоалира точните критерии в мъгла. Противниците на Пауърпойнт са противници на фрагментарното мислене. Те са против разрушаването на логическите връзки, откъсването на данните от техния произход, от широкия и сложен за анализиране контекст. Според Тъфти Пауърпойнт е “тъп”, защото не кара хората да правят интелигентни неща с информацията, с която разполагат. Кара ги да поставят мислите си в ограничени

рамки, които са захаросани с графични украшения. В крайна сметка Пауърпойнт е кулминацията на една десетилетна, демонстрирана по всички медии тенденция за изчистване на сложната информация и редуцирането ѝ до малки парчета, които са лесни за употреба. Това е една еволюция до съвременния начин на безсъдържателно изразяване. Тази тенденция много добре се оползотворява в света на бизнеса, политиката и масовото осведомяване и не случайно там Пауърпойнт е особено популярен.

Можем да открием сегашните потребители на Пауърпойнт в широкия спектър, започващ от обикновения четвъртокласник и достигаш до оратора пред Общото събрание на Обединените нации. Пауърпойнт е не само стандарт, има случаи, когато представянето на проблем само под формата на вербална дискусия, не се приема като правилен начин за комуникация. Вече трудно може да се намери аудитория, в която се представя информация и това да не става под формата на групово четене от стена. Пауърпойнт се превръща в съставна част на системата за контрол и въздействие, давайки предимство на театралността пред субстанцията, на простите идеи пред сложните дискурси, защото форматът под вид на списък ограничава мисленето и изключва възможността за представяне на сложни идеи. Трябва да признаем, че се е наложило мнението, хората, които бързо излагат своите идеи, да се считат за “умни”, а хората, които не правят това – мислите на които са преплетени и сложни и се нуждаят от много време за разопаковането им, са трудни за слушане и затова ирелевантни. Готови сме да възприемем американския начин на живот и работа, където най-хубавите неща са прости и парите са по-достойни за уважение отколкото интелекта. Това е същинската форма на анти-интелектуализъма, която винаги е съществувала в американското общество – общество, което диспропорционално глорифицира физическите достойнства и красотата над интелектуалните способности, основаващи се на знанията.

Пауърпойнт работи зле и добре – програмата може да бъде ужасно средство за представяне на информация, но в същото време, в ръцете на опитния потребител, с нея се произвежда отлична мултимедия. Презентиращият може да използва простота и ефектност за представяне на аргументите си на един слайд в стил “касова бележка”, който не предизвиква никаква дискусия. Сама по себеси програмата подтиква работещия с нея към определен начин на презентация. Размерът на слайдовете ограничава количеството информация, което може да се покаже на един екран, графичните средства на програмата, особено тези за правене на диаграми, не позволяват изразяването на сложни количествени

характеристики. В крайна сметка презентацията се редуцира най-често до списък с незавършени изречения. Ако пък слайдовете са препълнени с информация, те стават неудобни за четене, а това затруднява както аудиторията така и презентацията. С това Пауърпойнт-презентациите много често се превръщат в помощно средство за лекторите при организиране на устното им изложение.

Пауърпойнт предлага в повечето случаи една линейна среда за представяне на графика и текст. Разклоненията не са силната страна на Пауърпойнт. Списъци с изброявания демонстрират правилност и са истина от устата на лектора, но не дават възможност да се вникне в причините и да се разкрият сложните взаимовръзки между отделните аргументи. По този начин Пауърпойнт канализира семплите идеи и ограничава информационния поток. Типичният брой думи на един обичаен слайд е около 40. Всички слайдове в една презентация взети заедно имат много по-нисък коефициент на трансфер на информация лектор-слушател отколкото в един обикновен разговор.

Лошите Пауърпойнт-презентации всъщност не са дефект на самата програма, а на презентатора, който ги прави. В ръцете на майстори Пауърпойнт може да се превърне в мощен мултимедиен инструмент. Критиките към програмата са оправдани, защото тя стимулира потребителите да правят нещата по определен начин и не им позволява да правят други - например да поставят повече от седем реда в изброявания. Множеството хумористични начини, по които хората сега прилагат Пауърпойнт, всъщност са известни отдавна. Първата версия е позната още от времето на Христофор Колумб, когато той използва списък със знаци, подобни на тези от споменатата програма, за да убеди Кралица Изабела от Испания, да финансира неговото пътуване. Питър Норвиг, директор в Google, е общопризнатият автор на първата Пауърпойнт-пародия: през 1999 г. той създава слайд-шоу на "Гетисбъргско обръщение" на Ейбръхам Линкълн⁴. Д-р Винтън Сърф, председател на борда на ICANN, често предизвиква усмивки на своите презентации с думите, че "*Power corrupts and PowerPoint corrupts absolutely*"⁵.

Известни са примери от съвременната история, които са свързани с използването на Пауърпойнт при представянето на факти и излагането на хода на събития в един упростенчески, линейно последователен маниер. Първият известен случай е свързан с катастрофата на совалката Колумбия⁶ и представянето на фактите от инцидента с помощта на Пауърпойнт презентация, показана по всички медии за масово осведомяване. Анализите сочат, че програмата Пауърпойнт помага на НАСА да изпусне ключови моменти около

инцидента, използвайки визуалния начин на представяне с прекалено ниска информационна плътност. Една по-добра презентация, разбира се, дори направена с Пауърпойнт, би предложила много повече сведения. Но именно тук е естеството на програмата да благоприятства подобни форми на неадекватно представяне. Друг популярен и класически пример за онагледяване на несъществуващи факти е речта на Колин Пауъл пред Обединените нации на 5 февруари 2003 г., съпроводена от Пауърпойнт презентация ⁷. В този случай програмата е използвана като удобно средство за представяне на желаната реалност вместо действителните факти. Подреждането на графики, таблици и идеи под формата на списъци в презентацията на Пауъл е предупреждение за използването на програмата Пауърпойнт в критикувания бюрократичен стил.

Програмата Пауърпойнт създава нов комуникационен жанр в сферата на социалната комуникация на съвременните бюрократични структури. В такъв смисъл Пауърпойнт се превръща в един от най-влиятелните жанрове от нашето съвремие. Комуникационните жанрове в рамките на социални структури или организации се придържат към определени норми със следните особености: причина, съдържание, форма, време и място. Влиянието на Пауърпойнт е толкова силно, че вече с успех замества всички останали форми на комуникация. Голяма част от фактите и документите на институционално ниво днес се представят под формата на Пауърпойнт брифинги. Те рядко се разпечатват и почти никога не се съхраняват. А когато са запазени, това става без съпровождащ текст. Поради това те остават неразбираеми.

Пауърпойнт подпомага културата, която предпочита действието пред диалога, която няма доверие на хора, говорещи със завършени изречения. Тя е отражение на културата, която я създава - обикновен продукт на нашето време.

Бележки

¹ **McLuhan, H. M.** The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man. Univ. of Toronto Press, Toronto 1962.

² **Ong, W.** Orality and Literacy. The Technologizing of the World. London 1982.

³ **Tufte, E.R.** The Cognitive Style of PowerPoint. Graphics Press LLC, Cheshire 2003.

⁴ **Norvig, P.:** The Gettysburg PowerPoint Presentation. <http://www.norvig.com/Gettysburg>

⁵ игра на думи - power означава и власт, т.е. "властта развъртава, а PowerPoint развъртава напълно – Вж. CSUN 2004 Keynote Speech by Dr. Vinton Cerf <http://www.dinf.ne.jp/doc/english/access/04csun/keynote.html>

⁶ http://www.edwardtufte.com/bboard/q-and-a-fetch-msg?msg_id=0001yB&topic_id=1

⁷ <http://www.state.gov/documents/organization/17434.pdf>