

Eunika Baron-Polańczyk
Uniwersytet Zielonogórski

WYKORZYSTANIE PROGRAMU POWERPOINT W KSZTAŁCENIU Z ZAKRESU TECHNOLOGII INFORMACYJNEJ

Celem edukacji przyszłości jest stworzenie społeczeństwa ludzi uczących się i posiadających umiejętności właściwego korzystania z dóbr technologii informacyjnych (TI). Do tego celu prowadzi między innymi „nowe spojrzenie na edukacyjną rolę elektronicznych środków komunikacji” oraz „nauka korzystania z komputera i Internetu” (Dryden, Vos 2000, s. 84). Aby sprostać wymaganiom teraźniejszych czasów, proces kształcenia informatycznego wymaga wykorzystania nowoczesnych aplikacji komputerowych. W erze mediów na szczególną uwagę zasługują programy prezentacyjne, które umożliwiają konstruowanie dokumentów multimedialnych. Programy nauczania technologii informacyjnej — przedmiotu wchodzącego w skład kształcenia w zakresie podstawowym dla szkół ponadgimnazjalnych — wśród osiągnięć ucznia wyróżniają między innymi umiejętność przygotowania prezentacji z wykorzystaniem źródeł informacji dostępnych za pomocą komputera i nowoczesnych technik multimedialnych. Określając działania podejmowane przez uczniów w stosowaniu narzędzi TI (wszelkiego rodzaju oprogramowania), zakłada się, że uczniowie wykonują prezentacje multimedialne, w tym również dostępne w sieci, oraz opracowują informacje w postaci hipertekstu (Sysło 2002, s. 11, 13).

Pokazy wielomedialne możemy tworzyć za pomocą różnych programów prezentacyjnych (np.: Harvard Graphics, Freelance Graphics, Compel, Impresse, Astound, Persuasion), jednak największą popularnością cieszy się aplikacja PowerPoint firmy Microsoft®, wchodząca w skład pakietu Office.

Nauczyciel, wskazując na liczne zalety multimedialnego przekazu, powinien uświadomić uczniom, że wielomedialna prezentacja, będąca formą komunikowania się, pozwala dane treści przekazywać w sposób efektywny, atrakcyjny i skuteczny. Poprawnie opracowany i przeprowadzony pokaz, ukierunkowany na kilka zmysłów, gwarantuje lepsze zrozumienie i zapamiętanie przekazywanych treści. Efektywność wielomedialnego, najlepiej interaktywnego, przekazu informacji można wyjaśnić, wskazując na fakt, że nowych treści uczymy się w następujący sposób: 10% z tego, co czytamy; 20% z tego, co słyszymy; 30% z tego, co widzimy; 50% z tego co, widzimy i słyszymy; 70% z tego, co mówimy; 90% z tego, co mówimy i robimy (Magnesen [w:] Dryden, Vos 2000, s. 100).

Prezentacja ułatwia skupienie uwagi na dłuższy czas, a jest to istotne, gdyż „człowiek potrafi się skoncentrować zaledwie przez sześć minut. W dodatku aż ponad 80 procent informacji dociera do nas za pośrednictwem wzroku. Zrozumienie informacji przyswajanej za pomocą wzroku zajmuje o połowę mniej czasu niż zrozumienie tej samej informacji podanej jedynie za pomocą słów. Wiadomości docierające do nas drogą wzrokową są także o przeszło połowę dłużej zachowywane w pamięci” (Nowicki 2002, s. 78 – 81).

Praktyczne metody nauczania pozwalają uczniom poprzez ćwiczenia i konkretne tematy zadań wytwórczych, poznać możliwości (funkcje) programu prezentacyjnego PowerPoint. Tu można zaproponować opracowanie prezentacji na różne tematy, na przykład:

1. Zaprezentowanie własnej osoby, swoich osiągnięć lub osobistych przemyśleń i propozycji.
2. Prezentację przedstawiającą daną osobę, grupę osób, całą klasę czy swoją szkołę.
3. Sporządzenie wizualizacji własnych zainteresowań (hobby) lub planów i zamierzeń związanych z danym zawodem.
4. Pokaz jako pomoc w wystąpieniu i wygłoszeniu referatu (przemówienia) na dany temat. Mogą to być powierzone zadania na lekcje innego szkolnego przedmiotu lub opracowanie zagadnień na zajęcia pozalekcyjne (koła zainteresowań i organizacje w których się uczestniczy: harcerstwo, szkolny samorząd).
5. Skonstruowanie interaktywnych testów sprawdzających wiadomości z danego zakresu tematycznego.
6. Opracowanie tła jako elementu scenografii dla przedstawienia artystycznego, spektaklu teatralnego, wystawy tematycznej, targów szkolnych.

Programy prezentacyjne umożliwiają tworzenie różnych rodzajów pokazu mających odmienne zastosowania. Rodzaj prezentacji uzależniony jest zarówno od przedstawianych treści (obranego przez ucznia tematu), jak i od sposobu ich podawania. Przygotowanie dobrej prezentacji, o prawidłowej formie i treści, wymaga więc dokładnego przemyślenia co i jak chcemy pokazać. Opisane poniżej możliwości i funkcje programu Microsoft PowerPoint dotyczą wersji 2003.

Pokaz automatyczny slajdów (*Pokaz slajdów / Przejsie slajdu z zaznaczeniem Przełączanie slajdu / Automatyczne*) nie wymaga obecności prelegenta. Ta forma prezentacji zapewnia przesuwanie się ekranów samoczynnie, po kolei, w określonym czasie: ustalonym eksperymentalnie (*Pokaz slajdów / Próba tempa*) lub w tempie z góry określonym — wskazując liczbę sekund ekspozycji slajdów, wszystkich na raz lub każdego z osobna (*Pokaz slajdów / Przejsie slajdu / Automatycznie po z zaznaczeniem Zastosuj lub Zastosuj do wszystkich*). Jeśli komputer zaopatrzony jest w mikrofon i posiada zainstalowaną kartę dźwiękową, program umożliwi wzbogacenie pokazu o narrację (*Pokaz slajdów / Nagraj narrację*). Po zapisaniu narracji w plikach dźwiękowych PowerPoint przypisuje go do danego slajdu i odtwarza automatycznie podczas prezentacji. Istnieje również możliwość obejrzenia pokazu z pominięciem narracji lub osadzonej animacji (*Pokaz slajdów / Przygotuj pokaz z zaznaczeniem Pokaz bez narracji lub Pokaz bez animacji*). Pokaz automatyczny może być powtarzany w pętli (*Pokaz slajdów / przygotuj pokaz / W pętli ciągłej aż do naciśnięcia klawisza Esc*), co może znaleźć praktyczne zastosowanie podczas realizacji przedstawionej powyżej propozycji tematu szóstego.

Prezentacja interaktywna posiada strukturę nieliniową oraz nawigację podobną do witryny internetowej, a to poprzez zastosowanie odpowiednich odnośników-hiperłączy,

które tworzą powiązania pomiędzy poszczególnymi slajdami (*Wstaw / Hiperłącze*). Dużym udogodnieniem w tym względzie są tak zwane przyciski akcji (*Pokaz slajdów / Przyciski akcji / ustawienia akcji*), które pozwalają na: przejście do wybranego slajdu, uruchomienie dowolnej, zainstalowanej w systemie aplikacji, otwarcie wskazanej strony internetowej, wyświetlenie dowolnego dokumentu stworzonego za pomocą innych programów. Przyciski akcji mogą przybierać atrakcyjne formy, gdyż mogą nimi być praktycznie dowolne elementy slajdu: teksty, tabele, autokształty. Taka forma konstruowania dokumentów prezentacyjnych szczególnie nadaje się do przedstawienia tematu piątego. Może być również z powodzeniem wykorzystywana dla pokazów zawierających slajdy ze spisami treści, z których odnośniki prowadzą do dowolnego miejsca (slajdu) w dokumencie. Na slajdach tych znajdują się hiperłącza kojarzące ze stroną wyjściową (główną).

Możliwość zapisywania prezentacji w postaci **pliku HTML** (*Plik / Zapisz jako stronę sieci Web*) oraz wbudowane narzędzia transmisji „online” zapewniają współpracę z siecią WWW. Zapisując plik w formacie HTML, postępujemy zgodnie z poleceniami kreatora, a we wskazanym przez użytkownika folderze powstanie folder plików o takiej samej nazwie jak plik prezentacji. Uzyskany efekt można obejrzeć w przeglądarce. W tym celu odnajdujemy i otwieramy, poprzez dwukrotne kliknięcie, plik o nazwie *index.htm*. Stwarza to sposobność do publikowania opracowanych przez uczniów dokumentów prezentacyjnych w Internecie. Wykorzystując szkolny serwer intra- i internetowy prezentować w Sieci można przede wszystkim opracowania z grupy tematycznej drugiej i czwartej.

Tworzenie prezentacji multimedialnych i prowadzenie pokazu wymaga respektowania zaleceń w tym względzie. Zadaniem nauczyciela jest uświadomienie uczniom o obowiązujących tu zasadach i regułach. Zalecenia dotyczą elementów wchodzących w skład slajdów, takich jak:

- tło (*Format / Tło z zaznaczeniem Zastosuj lub Zastosuj do wszystkich*);
- tekst (*Wstaw / Pole tekstowe*) i czcionka (*Format / Czcionka*);
- rysunek (*Wstaw / Obraz*); ClipArt, Z pliku, Ze skanera lub aparatu fotograficznego, Autokształty, WordArt, Schemat organizacyjny;
- tabela (*Wstaw / Tabela*);
- wykres (*Wstaw / Wykres*);
- dźwięk, specjalne efekty audialne (*Wstaw / Filmy i dźwięki*); Dźwięk z programu Clip Organizer, Dźwięk z pliku, Odtwórz ścieżkę audio CD, Nagraj dźwięk;
- animacja i wideo (*Wstaw / Filmy i dźwięki*); Film z kolekcji programu Clip Organizer, Film z pliku. Dostępne są ustawienia dotyczące zarówno animacji wszystkich obiektów, jak i odtwarzania elementów multimedialnych znajdujących się na danym slajdzie (*Pokaz slajdów / Animacja niestandardowa*).

W pierwszej kolejności należy podkreślić, że prezentacja nie jest wykładem, nie jest nawet jego streszczeniem. Stanowi jedynie plan, który pomaga przedstawić poruszane zagadnienia. Zatem jej zadaniem jest wspieranie, a nie zastępowanie prezentera.

Bardzo ważnymi cechami prezentacji są spójność i konsekwencja, czyli zachowanie, w obrębie danego dokumentu, na wszystkich płaszczyznach prezentacji, tego samego formatu czcionki, koloru tła, czy też animacji tekstu. Poszczególnym elementom prezentacji (slajdom, tekstom, grafice) mają być przypisane stałe i takie same efekty animacyjne. Tak na przykład zaleca się, by wszystkie slajdy pojawiały się w identyczny sposób, przy zastosowaniu jednego efektu ich przejścia. Wyjątkowo można wyróżnić, odmiennym efektem

animacyjnym, te przejścia slajdów, które niosą z sobą przewodnie myśli wystąpienia, główne punkty, przyciski nawigacyjne. Stosując najróżniejsze efekty specjalne (animacyjne, dźwiękowe) i wyszukane ornamenty (tzw. ozdobniki), należy pamiętać, że rządzi tu umiar. Kiedy zapomina się o stosowaniu tej zasady, może dojść do przeładowania prezentacji wszelkimi dostępnymi efektami. Nadmierny przepych powoduje odwrócenie uwagi słuchaczy od przekazywanych informacji w stronę efektów audiowizualnych. W rezultacie wśród audytorium ogólny zachwyty i podziw budzi forma przekazu, zaś zasadnicze jego treści schodzą na dalszy plan. W ten sposób pamięci słuchaczy umyka przekazywana informacja, która powinna stanowić istotę i główny cel prezentacji (Schatz 2004). Dobrze zaprojektowaną i wykonaną prezentację powinna charakteryzować oryginalność. Nie zachęca się do częstego wykorzystywania, pochodzących od producenta programu, gotowych elementów, takich jak: szablony, dźwięki, kliparty, rysunki, zdjęcia, wykresy. Co prawda, nakład pracy jest wówczas sporo mniejszy, ale tym sposobem zatracą się indywidualność i niepowtarzalność prezentacji. Zachęca się więc do włączania do prezentacji własnych elementów, odmiennych od gotowych wzorców, co pozwala trafniej dostosować je do przedstawianego tematu i zagadnień oraz budować charakterystyczny styl prezentacji utożsamiany z jej autorem. Każdy przedstawiany obraz powinien być objaśniony. Ważne jest również wykorzystanie wizualizacji dla zebrania prezentacji w całość. Przedstawiane wartości liczbowe (ilościowe) i związki między nimi lepiej przedstawiać w postaci graficznej np. wykresów.

Tekst jest podstawą prawie każdej prezentacji, gdyż w większości pokazów stanowi on 60 – 70% slajdów. Powinien być prosty i jasny, w postaci równoważników zdań (pozbawiony znaków interpunkcyjnych), tak by podkreślał najważniejsze zagadnienia, a nie opowiadał o nich. Jego treści, zawierające jedynie zasadnicze myśli w formie krótkich, hasłowych komunikatów, będą rozwijane przez autora w trakcie pokazu. Dlatego powinien być skrócony do minimum, gdyż obowiązuje tutaj zasada: „im mniejsza ilość słów, tym lepiej”. Należy więc wyrzucić wszystkie zbędne słowa, których brak nie powoduje zatarcia sensu przekazu, oraz unikać (oprócz cytatów) zdań złożonych. Trzeba również uważać, by tekst zawarty na slajdach nie pokrywał się z tekstem narratora. Zachęca się do używania tzw. słów kluczowych (zwrotów kluczowych) oraz częstego ich powtarzania.

Zalecana jest **czcionka** jednego stylu (o takim samym charakterze rysunku liter) i jednego rozmiaru — o minimalnej wielkości 20 punktów typograficznych, najczęściej proponowana jest 32 punkty typograficzne (w Europie — z wyjątkiem Wielkiej Brytanii — 1 punkt typograficzny wynosi 0,376 mm, w USA i Wielkiej Brytanii 1 punkt typograficzny równa się 0,351 mm). W rodzinie obranego jednego kroju pisma dopuszczalna jest jedynie modyfikacja w obrębie jej odmian, jak: antykwa — pismo proste, kursywa — pismo pochyle (italic), antykwa półgruba (bold), kursywa półgruba (bold italic). Nie bez znaczenia są również następujące zasady typograficzne:

- Pismo tekstowe (minuskuly, małe litery) jest czytelniejsze od wersalików (mająskuly, wielkie litery).
- Wyrazy składane kursywą są mniej czytelne od złożonych antykwa.
- Występowanie lub niewystępowanie tzw. „szeryfów” (ornament dodawany do zakończenia laseczek, co dzieli kroje liter na szeryfowe i bezszeryfowe) nie wpływa na czytelność liter.
- Sposób złożenia tekstu z poszarpanym brzegiem (chorągiewka) czy o wyrównanym brzegu (justowanym) nie wpływa na czytelność, a jedynie na odbiór estetyczny.

- Oko wybierające informację zostanie przyciągnięte przez tekst wyróżniony np. czcionką grubą. Jednak zastosowanie w nadmiarze wyróżnień niweczy zamierzenie — oko potraktuje wszystkie elementy jako jednakowo ważne.
- Unikać należy podziału wyrazów (Pastuszek 2000, s. 144 – 151).

Ray Anthony, zachęcając do stosowania jednego rodzaju fontu, odmiennie do powyższych wskazań typograficznych, twierdzi, że czcionki bezszeryfowe (np. futura, helvetica, arial) są bardziej czytelne przy projekcji niż szeryfowe (np. Times New Roman). Podobnie Jarosław Gromadka zdecydowanie odradza czcionkę szeryfową na korzyść prostego fontu, gdyż jak twierdzi, oprócz tego, że łatwiej się go czyta, jest również przyjemniejszy dla oka. Po zdecydowaniu się na określoną czcionkę należy dochować jej wierności w całej prezentacji, we wszystkich miejscach: w tytule, w opisach wykresów, legendzie, podawaniu źródła itd. (Gromadka 1999, s. 11).

Doborowi kroju czcionki, która musi korespondować z ogólnym przesłaniem projektu, Roger Parker przypisuje ogromną rolę wynikającą z tego, że krój pisma zawiera w sobie dwa zagadnienia: 1. *emocji* — czcionka niesie z sobą niewerbalne nastawienie oraz emocjonalne przesłanie i oddźwięk (np. może uspokajać, relaksować, skłaniać do medytacji, a nawet wzbudzać agresję); 2. *czytelności* — łatwość, z jaką publiczność, również ta z tyłu sali, może czytać treści prezentowane przez dany, bardziej lub mniej czytelny, krój pisma. Dodaje również, zgodnie z zasadą mikroczytelności typograficznej, że treści pisane wielkimi literami są trudniejsze do czytania niż treści pisane z użyciem wielkich i małych liter. Te pierwsze (majuskuły) zawierają więcej miejsca i tracą unikalny kształt formowany przez zwiększenia i zmniejszenia wynikające z architektury liter pisma tekstowego (minuskuły).

Ray Anthony radzi dalej, by ograniczając liczbę słów w opartej na tekście wizualizacji, kierować się regułą: pojedynczy slajd powinien mieścić mniej niż 45 słów, 6 do 8 słów na linię i nie więcej niż 5 do 7 linii. Dobierając wielkości czcionki i liczbę wierszy tekstu warto także uwzględnić, sugerowane w tym względzie przez program prezentacyjny, wartości domyślne. Na przykład MS PowerPoint proponuje: liczbę użytych czcionek nie przekraczającą 3, rozmiar czcionki tytułu nie mniejszy niż 36 punkty typograficzne, rozmiar czcionki tekstu nie mniejszy niż 24 punkty, liczbę wypunktowań nie przekraczającą 6, nie więcej niż 2 wiersze na tytuł i elementy wypunktowane. Powyższe reguły i zalecenia w przybliżeniu potwierdza również Jarosław Gromadka (Gromadka 1999, s. 12). To czy tekst jest czytelny, dla wszystkich zgromadzonych osób w danym pomieszczeniu, warunkowane jest również wielkością sali i ekranu oraz rodzajem i jakością oświetlenia.

Barwa, jako psychofizyczna cecha percepcji wzrokowej, definiowana jest przez trzy atrybuty: kolor (odcień, walor), nasycenie i jasność (jasność, ciemność). Oko nie jest jednakowo wrażliwe na różne barwy. Na przykład barwy zielona i żółta, leżące w środkowej części widma widzialnego, oddziałują na oko w dużo większym stopniu niż barwy czerwona i fioletowa, leżące na krańcach widma. Oprócz tego, że każdy z nas ma swoje ulubione barwy, to także każdy nieco inaczej je postrzega. Aby sprawdzić, które zakresy barw są lepiej, a które gorzej percypowane, konstruowane są specjalne testy diagnozujące percepcję barw (Pastuszek 2000, s. 67).

Barwa liter powinna w sposób łagodny kontrastować z kolorem tła, gdyż w ten sposób chroni się narząd wzroku, opóźniając jego zmęczenie. Unikać należy kontrastujących barw dopełniających (np. czerwona z zieloną), które co prawda dają maksymalny kontrast, ale jednocześnie wzbudzają niepokój. Proponuje się użycie barw tworzących harmonię, zale-

cając stosowanie ciemnych liter na jasnym tle lub na odwrót. Częściej jednak spotyka się rady, by stosować tekst pogrubiony w kolorze jasnym na ciemnym tle (wówczas tekst jest łatwiejszy do czytania z daleka), na przykład: tekst w kolorze białym na niebieskim tle, czerwony na zielonym (sprzecznie z wcześniejszą uwagą), zielony lub czarny na żółtym. Dobrze wykorzystamy zasadę kontrastu — jasne kolory „wychodzące” z ciemnego tła — kiedy zastosujemy biały bądź żółty tekst z szarym cieniem na ciemnogramatowym, zielonym albo czarnym tle (Gromadka 1999, s. 11). Celem zachowania spójności w jednej wizualizacji należy używać nie więcej niż trzech kolorów i jednocześnie stosować te same obrane trzy barwy przez całą prezentację (Anthony 2004).

Ogromna jest rola tła, jego barwa oddziałująca na zmysły. Istotny staje się dobór odpowiedniej barwy tła w zależności od celu, charakteru i intencji danej prezentacji, gdyż oprócz wartości czysto estetycznych, dana barwa niesie z sobą pewną przypisaną jej symbolikę. Kolorystyka, oddziałując na zmysły, wpływa na nasze odczucia, buduje nastrój, wzbudza emocje i zainteresowanie, może ekscytować, przynosić radość i wpływać na kształtowanie wrażliwości. I tak na przykład barwa:

- *Czarna* — symbolizuje dominację nad emocjami; zalecana jest jako efektywne tło dla prezentacji wymagającej powagi, np. finansowych.
- *Czerwona* — wpływa pobudzająco na organizm, podnosi ciśnienie krwi i przyspiesza bicie serca; proponowana bywa jako skuteczne tło dla prezentacji o charakterze ekscytującym, emocjonalnym i motywacyjnym, np. ofertowych, sprzedażowych.
- *Zielona* — symbolizująca bezpieczeństwo, spokój i równowagę, działa zachęcająco i mobilizująco, pobudza do nawiązywania interakcji i do wyrażania opinii, poglądów; barwa proponowana jako dobra dla prezentacji integracyjnych.
- *Żółta* — pożytywana jest jako barwa optymistyczna i dynamiczna, niosąca radość, ale i rozprasza ją uwagę; nie powinna być używana w prezentacjach wymagających skupienia, np. biznesowych.
- *Niebieska* — kojarzona jest jako barwa niosąca spokój, bezpieczeństwo, wiarygodność i działająca wyciszająco; może stanowić dobre tło dla prezentacji bardzo często używanych, np. dydaktyczno-wychowawczych stosowanych przez nauczycieli.
- *Szara* — traktowana jest jako bezstronna (obojętna), niosąca neutralność, wywołująca uczucia niezaangażowania; jest dobrą barwą na tło „suchych” przekazów i sprawozdań.
- *Fioletowa* — symbolizuje sobą wszelkie treści pozbawione realizmu, niewytkłe, magiczne; będzie więc dobrym tłem dla prezentacji humorystycznych, ironicznych, satyrycznych (Wroński 2002).

Projektując prezentacje dla zastosowań dydaktycznych godnym polecenia kolorem na tło wydaje się kolor niebieski bądź zielony.

Stosowany w prezentacjach **dźwięk** (najlepiej wysokiej jakości, spełniający wymagania Hi-Fi) przyjmuje najróżniejsze formy: słowo mówione, w dialogach, jako muzyka i ilustracja muzyczna, specjalne efekty audialne itp. Ilustracja dźwiękowa nie powinna ustępować walorom warstwy obrazowej i nie może nosić cech przypadkowości. Dźwięk przypisywany całej prezentacji i poszczególnym jej elementom powinien być „słyszany w tle” na wzór dobrej muzyki filmowej, tak by nie rozpraszał i nie odwracał uwagi od przekazywanych treści (Skrzydlewski 2002). Twórcy programów prezentacyjnych oferują szereg stan-

dardowych efektów dźwiękowych, które „ożywią” każdą prezentację. Oprócz tego użytkownik może wstawić własne obiekty dźwiękowe — w tradycyjnym formacie Wave, pliki muzyczne Midi oraz ścieżki audio zapisane na płycie kompaktowej.

Ray Anthony radzi, aby każdą wizualizację projektować z jednym głównym tematem (punktem). Na początku należy zrobić dobre pierwsze wrażenie; tu przedstawiany temat (idea, pomysł) powinien w dynamiczny sposób (gwałtownie) wpłynąć na publiczność, a tuż po nim wyróżnione znaczkami streszczenie informacji, które go wspierają. Według niego najważniejsze jest to, aby prezentację utrzymać prostą, gustowną i niechaotyczną. David Eastman uważa, że nie ma większego znaczenia przedstawiany temat ani rodzaj publiczności, do której mówimy. Nie ważne co i gdzie wygłaszamy. Każda prezentacja osiągnie swój cel (zakończy się sukcesem), jeśli tylko odpowie na trzy „niewypowiedziane” pytania: What’s up? (O co chodzi?), So what? (I co z tego?), Now what? (Co teraz?).

W odróżnieniu od powyższego większość zaleceń dotyczących prowadzenia pokazu wskazuje na zależność doboru tematu i formy przekazu od rodzaju audytorium — podkreślając, że ważne jest, aby podczas przygotowywania prezentacji uwzględnić kim będą słuchacze. Efektywność przekazu warunkowana jest przestrzeganiem podstawowych zasad prowadzenia wystąpienia; należy pamiętać, by: używać prostych, nieskomplikowanych słów i wyrażeń, budować krótkie zdania, mówić wyraźnie, sprawdzić zasadność swoich argumentów przed prezentacją, posiadać dogłębną wiedzę na dany temat, obserwować słuchaczy (utrzymywać kontakt wzrokowy). Żartobliwa teoria głosi, że podczas prowadzenia pokazu najpierw w skrócie mówimy, o czym powiemy (zarys), potem o tym mówimy (właściwa prezentacja), a później mówimy, o czym powiedzieliśmy (podsumowanie, wnioski) (Gromadka 1999, s. 96 – 100).

Mimo że występuje coraz większe zainteresowanie sztuką multimedialną i estetycznie zorientowaną teorią mediów elektronicznych, to trudno stwierdzić, że istnieje estetyka nowych mediów. Krystyna Wilkoszewska mówi, że istnieją jedynie „jej fragmenty, rozproszone pośród prac teoretyków nowych mediów, teoretyków i filozofów kultury, estetyków wreszcie”. Dalej wyraża nadzieję, że być może w przyszłości „fragmenty te złożą się w jedną, choć problemowo złożoną, estetykę mediów elektronicznych” (Wilkoszewska 2000, s. 290). Dlatego też trudno mówić o zasadach dotyczących tworzenia prezentacji multimedialnych, raczej należy mówić o zaleceniach w tym względzie. Niemniej jednak są one istotne, gdyż od ich respektowania zależy skuteczność komunikacyjna konstruowanych przekazów. Mam nadzieję, że przedstawiony powyżej przegląd zaleceń dotyczących multimedialnej prezentacji ułatwi konstruowanie poprawnych i atrakcyjnych pokazów wspomagających proces nauczania-uczenia się.

Literatura

- Altman R., *Po prostu PowerPoint 2003 PL*, przełożył B. Czogalik, Wyd. Helion, Gliwice 2004.
- Anthony R., *10 Tips for Designing Effective Presentation Visuals*, <http://www.3m.com/meetingnetwork/presentations/creating.html> [15.08.2004].
- Dryden G., Vos J., *Revolucja w uczeniu*, przełożyła B. Józwiak, Wyd. Moderski i S-ka, Poznań 2000.

- Eastman D., *Answer These Three Questions for a successful Presentation*, <http://www.3m.com/meetingnetwork/presentations/creating.html> [15.08.2004].
- Gromadka J., *Wytyczne dla autorów prezentacji*. Chip 1999, nr 7.
- Habraken J., *PowerPoint 2002 w 10 minut*, przełożył J. Żmuda-Trzebiatowski, Wyd. Info-land, Warszawa 2002.
- Kulisiewicz Cz., *Podstawy dydaktyki ogólnej*, Wyd. BGW, Warszawa 1996.
- Lach A., *Tworzenie prezentacji w PowerPoint*, Wyd. Wyższej Szkoły Humanistyczno-Ekonomicznej, Łódź 2001.
- Microsoft, <http://www.microsoft.com/office/using/default.asp> [23.01.2005].
- Nowicki M., *Profesor staje na głowie*, Wprost 2002, nr 42.
- Okoń. W., *Wprowadzenie do dydaktyki ogólnej*, Wyd. Żak, Warszawa 1998.
- Parker R., *10 Tips for using Type*, <http://www.3m.com> [15.08.2004].
- Pastuszek W., *Barwa w grafice komputerowej*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2000.
- Schatz S., *Make Your Slideshows Interactive with Branches and Buttons*, <http://www.3m.com/meetingnetwork/presentations/creating.html> [15.08.2004].
- Skrzydłowski W., *Niektóre aspekty estetycznych uwarunkowań mediów*, [w:] W. Strykowski (red.), *Media a edukacja: IV międzynarodowa konferencja naukowa: Media a procesy integracji europejskiej*, UAM, Poznań 2002, http://www.kmti.uz.zgora.pl/pages/media_index.htm [21.05.2004].
- Sysło M., Gurbiel E., Hardit-Olejniczak G., Kołczyk E., Krupicka H., *Technologia informacyjna. Program nauczania w liceum ogólnokształcącym, liceum profilowanym i technikum*, WSiP, Warszawa 2002.
- Wilkoszewska K., *Nowe inspiracje w estetyce drugiej połowy XX wieku*, [w:] *Estetyki filozoficzne XX wieku*, K. Wilkoszewska (red.), Wyd. Universitas, Kraków 2000.
- Wroński R., *Tworzenie prezentacji w formacie Powerpoint*, [w:] W. Strykowski (red.), *Media a edukacja: IV międzynarodowa konferencja naukowa: Media a procesy integracji europejskiej*, UAM, Poznań 2002, http://www.kmti.uz.zgora.pl/pages/media_index.htm [21.05.2004].

Eunika Baron-Polańczyk

THE MICROSOFT POWERPOINT USING IN THE AREA OF INFORMATION TECHNOLOGY EDUCATION

Summary

The article presents selected problems related Microsoft PowerPoint using in teaching-learning process in the area of information technology. It introduces following subject fields: 1. Indication of curriculum of information technology subject in relation to the presentations design. 2. Possibilities and functions of the PowerPoint program (the automatic slide-show, the interactive presentation, converting of the presentation to the hypertext markup language file). 3. Recommendations concerning design of the multimedia presentations and carrying on the show (guidelines concerning: desirable features of the presentation, text, font style and size, colour, sound).