

УДК 378.126

С.Б. Моркотун,
аспірант кафедри педагогіки
(Житомирський державний університет імені Івана Франка)

Презентація та презентаційні вміння студентів магістратури в академічній сфері

У статті розглядаються типи професійно-педагогічної презентації, розмежовуються терміни „презентація” та „репрезентація”, визначаються вміння, необхідні студентам для ефективного проведення презентацій.

У зв'язку зі зміною комунікативної ситуації в суспільстві внаслідок впровадження у повсякденне життя нових комунікаційних технологій в останні десятиліття для системи освіти особливо актуальним стало завдання формування вмінь публічного мовлення, серед яких особливе значення мають презентаційні вміння. У таких умовах презентаційні вміння викладача набувають нових властивостей: з процесу ретрансляції знань акцент переноситься на стимулювання аналітичного та критичного мислення, узагальнення, систематизацію та пошук додаткової інформації.

Основою для їх формування виступає риторика, адже саме вона розглядає закони мислення і мовлення, механізми продукування усного й писемного тексту [3: 7-9]. З моменту свого виникнення і за весь час існування риторика обслуговувала більшість сфер людського життя, про що свідчить класифікація видів і жанрів публічних виступів, представлена в підручниках та посібниках С.Д. Абрамовича, М.Ю. Чікарькової, Г.З. Апресяна, М.М. Кохтева, Л.І. Мацько, О.М. Мацько. Роботи науковців засвідчують універсальний характер риторики, її необхідність там, де мова є основною рушійною силою і засобом творення суспільних цінностей.

Одним з сучасних жанрів академічного виступу, на нашу думку, доцільно вважати презентацію: дослідники, описуючи жанри академічної промови, зазначають, що вони пропонують лише загальну класифікацію, яку можна доповнити виходячи з мети виступу і тих елементів мовного спілкування, які вводяться у промову. Саме тому предметом дослідження у нашій публікації стала професійно-педагогічна презентація (ППП) та презентаційні вміння студентів магістратури у процесі професійної підготовки. Згідно положення Кабінету Міністрів України про освітньо-кваліфікаційні рівні (ступеневу освіту) „освітньо-професійна програма підготовки магістра включає поглиблену фундаментальну, гуманітарну, соціально-економічну, психолого-педагогічну, спеціальну та науково-практичну підготовку” [6: 12-13]. Тобто, магістранти вже мають необхідну основу для формування презентаційних умінь, які є вищим рівнем розвитку базових професійних умінь. Мета статті – стисло описати найголовніші принципи класифікації презентації як жанру академічного красномовства, розмежувати поняття „презентація” та „репрезентація”, визначити, які вміння є необхідними та достатніми для проведення ефективних презентацій.

Поняття „презентація” останнім часом вживається все частіше в навчальному контексті. Незважаючи на поширеність терміна у літературі, нам не вдалося знайти його вичерпної дефініції. Проаналізувавши існуючі визначення (Арредондо Л., Драб Н.Л., Піл М., Попова О.Ю., Brieger N., Ellis M., O'Driscoll N., Ur P., [8: 532; 12: 501; 14: 1201]), у межах нашого дослідження ми розглядаємо *професійно-педагогічну презентацію* як підготовлену, публічну, професійно спрямовану промову, яка базується на результатах узагальнення інформації, дослідження певної проблеми, містить висновок щодо застосування інформації чи розв'язання проблеми, має чітке логіко-композиційне оформлення й націлена на

спонукання до дії, інформування, чи переконання студентів у корисності отриманих даних. Поряд з терміном „презентація” у літературі зустрічається і поняття „репрезентація”, які вживаються як взаємозамінювані, такі, що мають безпосереднє відношення до процесу презентування, а отже, потребують розмежування.

Репрезентація – формування мисленнєвого образу об’єкта, суб’єкта, явища, процесу чи події у вигляді інформаційно завершеного блоку. Презентація – процес передачі сформованого, композиційно завершеного блоку слухачам під час комунікації з метою впливу на них [7: 45-46]. Отже, репрезентація – це суто індивідуальний мисленнєвий процес, який залишається невидимим для стороннього спостерігача. Результатом цієї діяльності є презентація – спостерігаємий мовний процес.

Слід зауважити, що у літературі не існує одноставної думки щодо принципів класифікації презентації як жанру публічної промови. Анісімова Т.В., Гімпельсон О.Г., Арредондо Л., Введенська Л.А., Павлова Л.Г., Драб Н.Л., Піл М., Попова О.Ю., Сопер П.Л., Томан І., Brieger N., Ellis M., O’Driscoll N., Lucas S.E. класифікують презентації за критеріями, які необхідно враховувати, починаючи з моменту планування виступу, і до його повного завершення. Слід зазначити, що хоча критерії, виділені вищезазначеними дослідниками, стосуються сфери бізнесу, всі вони придатні для класифікації ППП, адже спираються на компоненти та характеристики педагогічного процесу, здійснюваного у вищому навчальному закладі. Н.Є. Мойсеюк, І.П. Подласий, В.А. Сластьонін, І.Ф. Ісаєв, О.І. Мищенко, Є.М. Шиянов, М.М. Фіцула виділяють викладачів, студентів та умови як компоненти педагогічного процесу, який характеризується ціллю, завданнями, змістом, методами, формами взаємодії викладачів і студентів, досягнутими результатами. Критерії класифікації презентацій, запропоновані дослідниками, враховують компоненти і характеристики процесу професійної підготовки, виділені педагогами.

У зв’язку зі специфікою дослідження і, враховуючи думку О.М. Леонтьєва про те, що визначальною рисою будь-якої діяльності є ціль, ми пропонуємо вважати ціль діяльності **вихідним** критерієм для класифікації ППП, оскільки вона зумовлює структуру, вербальне та невербальне оформлення презентації, використання технічних засобів і опор.

Арредондо Л., Анісімова Т.В., Гімпельсон О.Г., Піл М., Сопер П.Л., Томан І., Ellis M., O’Driscoll N., Lucas S.E. залежно від наміру презентатора виділяють **інформативні, розважальні та агітаційні** публічні виступи. Відповідно до завдання педагогічного процесу (згідно з В.О. Сластьоніним, вирішувати розвиваючі та освітні задачі) під час професійної підготовки студентів магістратури найчастіше проводяться інформативні презентації. Розважальні виступи, таким чином, не мають практичної цінності в педагогічному процесі ВНЗ, лише їх елементи можуть вводитися до структури інших типів. Агітаційні презентації П.Л. Сопер поділяє на *надихаючі, переконуючі та спонукаючі*. Зауважимо, що з предметом нашого дослідження співвідносяться лише переконуюча і спонукаюча презентації. Крім того, термін „агітаційна” презентація ми вважаємо таким, що не відповідає змісту діяльності викладача ВНЗ, оскільки він виконує інформаційну, організаторську, трансформаційну, орієнтовно-регулятивну, мобілізуючу функції, але не агітаційну. Зважаючи на те, що переконання і спонукання є складовими елементами організаторської функції, в межах даного дослідження пропонуємо об’єднати ці типи і використовувати поняття „переконуючо-спонукаюча” презентація.

Ми підтримуємо думку П.Л. Сопера та Л. Арредондо, які вважають, що у кожному з перерахованих різновидів відбувається поєднання кількох цілей виступу: інформативна промова містить певні розважальні елементи, спонукаюча – не матиме успіху без прийомів переконання. Погоджуючись з дослідниками, ми вважаємо, що будь-яка презентація зрештою стає переконуючою, оскільки в міру отримання і засвоєння інформації адресат змінює або переглядає свої первинні погляди. Переконання (переконання розглянути певну інформацію, переконання діяти) – кінцева мета будь-якої презентації.

Інші критерії, наведені нижче, отже, є **додатковими**.

Залежно від того чи можна спостерігати дії презентатора (під час підготовки та виступу) і слухачів, поділимо усі критерії на дві групи – зовнішні та внутрішні. Ми наводимо лише ті типи презентацій, доповнені новими на основі спостережень за педагогічним процесом та аналізу літератури, які використовуються під час професійної підготовки майбутніх викладачів ВНЗ. Отже, **зовнішніми** критеріями є:

- тема – **вільна** чи **предметна** презентація [2: 79];
- предмет виступу – презентація **проекту** [7: 52];
- джерело інформації – **комбінована** презентація (під час підготовки використовуються внутрішні та зовнішні джерела інформації) [2: 80];
- ініціатор презентації – **за завданням викладача, за ініціативою презентатора** [2: 75-77];
- кількість ведучих – **індивідуальна, парна та колективна** [5: 57];
- приналежність учасників комунікативного акту до певного культурного соціуму – **інтракультурна** презентація може бути **зовнішньою і внутрішньою**; внутрішня поділяється на **горизонтальну і вертикальну**, яка, в свою чергу, є **висхідною чи низхідною** [2: 49];
- кількість слухачів – **приватна, камерна, публічна** презентація; остання може бути **масовою чи груповою** [7: 50-51];
- ступінь залучення аудиторії у презентаційний процес – **проактивна чи інтерактивна** [2: 328-329];
- стиль спілкування – **офіційна** чи **неофіційна** презентація [13: 64-66];
- форма передачі повідомлення – **електронна** [2: 28-29], **комбінована** презентація (усна вербальна з письмовою чи графічною наочністю);
- види допоміжних технічних засобів – **аудіо, візуальна, аудіовізуальна та мультимедійна** презентація; остання може бути *офіційною, офіційно-емоційною, презентацією-плакатом, презентацією-подвійною дією, інтерактивною, презентацією за матеріалом для самостійного вивчення* [11];
- спосіб подачі матеріалу – промова, **яка написана та читається, заучена, імпровізована, імпровізована з детальним конспектом, експромтна** презентація [10: 160-162];
- місце проведення – презентація **у знайомому чи незнайомому середовищі** [2: 32];
- тривалість презентації – **короткочасна чи довготривала**.

Представимо запропоновані критерії та типи ППП у вигляді схеми.

Схема 1.

Типи професійно-педагогічних презентацій за зовнішніми критеріями



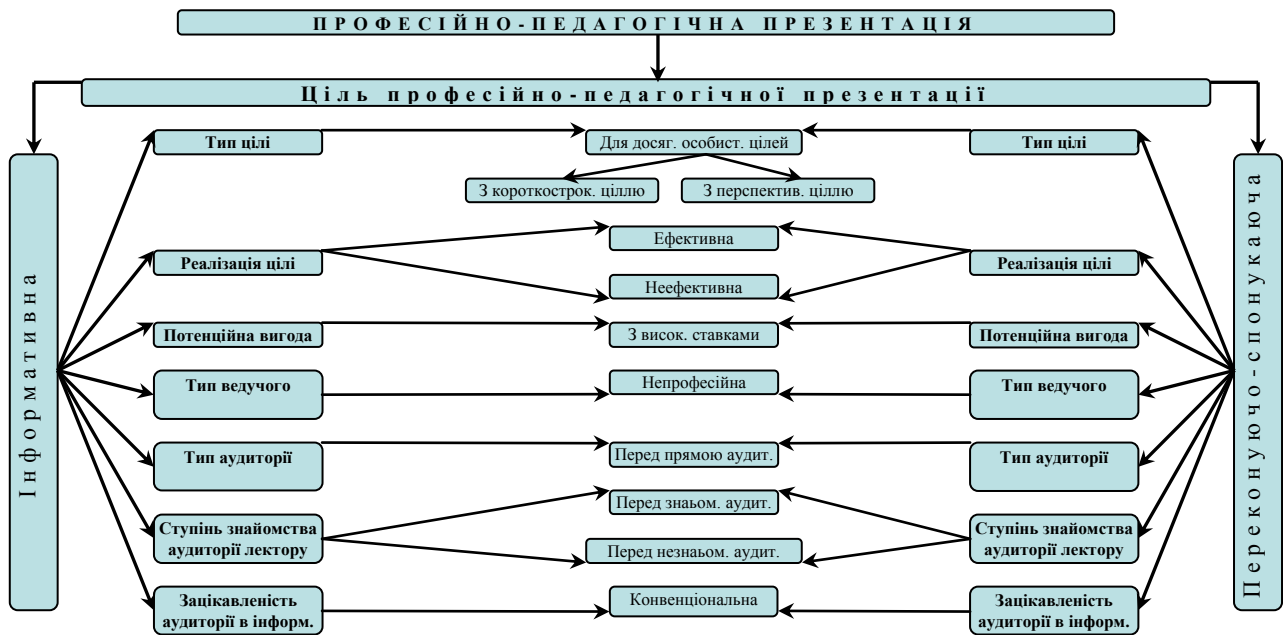
Внутрішні критерії (до внутрішніх належить і вихідний критерій):

- тип цілі – презентація для досягнення **особистих цілей**; вона, в свою чергу, може бути презентацією з **короткостроковою** або **перспективною ціллю** [2: 20-22];
- реалізація наміру презентатора – **ефективна** чи **неефективна** [2: 52-54];
- потенційна вигода від проведення – презентація з **високими ставками** [2: 71];
- тип ведучого – **непрофесійна** [2: 75-76];
- тип аудиторії – **перед прямою аудиторією** [1: 30];
- ступінь знайомства аудиторії лектору – **перед знайомою** чи **незнайомою аудиторією** [1: 27-28];
- зацікавленість аудиторії у сприйнятті інформації – **конвенціональна** презентація [1: 19].

Пропонуємо узагальнити викладений матеріал за допомогою схеми, яка графічно показує типи ППП відповідно до внутрішніх критеріїв.

Схема 2.

Типи професійно-педагогічних презентацій за внутрішніми критеріями



Ефективність проведення ППП, досягнення високих результатів у навчанні та вихованні студентів залежить передусім від правильно сформульованих цілей (у межах нашого дослідження – інформувати, переконувати і спонукати), а також теоретичної і практичної підготовки до здійснення презентаційної діяльності. Теоретичну складову становлять загальні (психолого-педагогічні, риторичні, лінгвістичні, соціально-економічні та ін.) й спеціальні знання (підготовки і проведення презентації). Теоретико-практичною та методичною основою розв’язання поставлених завдань є презентаційні уміння.

Враховуючи запропоноване визначення ППП, під **презентаційними вміннями** ми розуміємо готовність свідомо і самостійно виконувати теоретичні та практичні дії з узагальнення інформації, дослідження певних проблем, підсумування міркувань щодо застосування інформації чи розв’язання проблеми, композиційно чіткого і логічного оформлення промови, яка націлена на спонукання до дії, інформування чи переконання студентів на основі засвоєних знань і життєвого досвіду. Таке тлумачення сутності вказаних умінь підкреслює головну роль теоретичних знань у формуванні практичної готовності майбутніх викладачів, єдність теоретичної і практичної підготовки, багаторівневий характер презентаційних умінь (від репродуктивного до творчого) і можливість їх удосконалення.

Теоретичні дії майбутніх викладачів ВНЗ, необхідні для проведення ППП передбачають сформованість у студента прогностичних, проєктивних, а також рефлексивних умінь. *Практичні дії* вимагають сформованості організаторських (соціально-організаторських та інформаційних) і комунікативних умінь (перцептивних, комунікативно-організаційних, соціально-комунікативних) [4: 147-154]. Крім того, перелічені уміння можна об’єднати у групу загальних (необхідні для проведення будь-якої презентації) та спеціальних умінь (необхідні для проведення інформативних та переконуючо-спонукаючих ППП).

Порівняємо інформативну й переконуючо-спонукаючу презентації та вміння, необхідні для їх проведення, за допомогою таблиці, яка базується на дослідженнях Л. Арредондо, П. Сопера, І. Томана, N. Brieger, S. Lucas:

Порівняльна характеристика інформативної й переконуючо-спонукаючої презентацій

Тип презентації / Критерій	Ціль презентатора	Вміння презентатора					
		Загальні			Спеціальні		
		Теоретичні	Практичні		Теоретичні	Практичні	
			Організаторські	Комунікативні		Організаторські	Комунікативні
І н ф о р м а т и в н а	Інформувати студентів з метою: – допомогти у засвоєнні навчального матеріалу; – формування уявлення про об'єкт презентації; – активізування допитливості; – виклику реакції; – переконання слухача, що отримані знання варті витраченого часу й уваги	Прогностичні – визначити актуальні проблеми; – формувати загальні та спеціальні цілі; – планувати процес презентації Рефлексивні – відслідковувати результати презентації	Соціально-організаторські – організувати аудиторію; – організувати власну діяльність і роботу слухачів; – керувати; – переконувати Інформаційні – добирати необхідний матеріал; – „виділяти” певну інформацію; – користуватись технічними засобами	Перцептивні – аналізувати аудиторію з лінгво-соціально-психологічної точки зору Комунікативно-організаційні – планувати презентацію; – працювати з планом; – добирати необхідний лінгвістичний матеріал; – знаходити контакт з аудиторією; – захоплювати увагу; – окреслювати рамки і план презентації; – формувати уявлення про об'єкт презентації; – структурувати матеріал; – викликати довіру; – пристосовуватись	Прогностичні – визначити чи зацікавить матеріал слухачів Проективні – звужувати тему доповіді	Інформаційні – випускати нецікаві подробиці, матеріал, який переобтяжує презентацію; – використовувати додаткові дані чи зауваження, які стимулюють зацікавленість; – пов'язувати стару тему з новими фактами і суттєвими інтересами; – розвивати нову тему, спираючись на загальновідомі факти і життєвий досвід; – створювати відчуття впорядкованого поступального руху	Соціально-комунікативні – втілювати загальновідомі думки у нову форму; – робити звичайну інформацію цікавою, а невідому – зрозумілою
	Переконувати студентів з метою: – надихання на подальшу роботу; – внесення ясності у питання; – виклику активної реакції, бажання діяти; – спростування		Соціально-комунікативні – прямо, ясно виразити основну думку; – зацікавлювати; – збуджувати допитливість; – підтримувати увагу; – створювати драматичну напругу; – використовувати вербальні та невербальні засоби впливу; – використовувати найефективніші методи і напрацювання	Інформаційні – добирати докази; – перетворювати презентацію на інформативну, якщо не вдається спонукати аудиторію до дії чи переконати	Перцептивні – визначити чи здатні слухачі до дії, чи вдається переконати аудиторію виконати прохання Соціально-комунікативні – створювати атмосферу доброзичливого ставлення до змісту виступу чи пропозиції; – створювати примирливий настрій, якщо аудиторія проти пропозиції; – збуджувати намір іти назустріч побажанням презентатора; – надихати; – переконувати; – викликати бажання діяти; – апелювати до альтруїстичних почуттів		

Успіх будь-якої презентації, незалежно від її типу, визначається презентаційними вміннями ведучого. Спостереження за навчальним процесом свідчать про те, що студенти не вміють структурувати текст виступу, добирати мовні засоби, поводити себе перед аудиторією. Саме на вирішення цих проблем, а також формування вміннь долати внутрішнє хвилювання перед аудиторією, одягатись відповідно обставин має бути спрямована робота у процесі професійної підготовки майбутніх викладачів ВНЗ. Перспективи дослідження презентації в академічній сфері ми вбачаємо у розкритті питання формування презентаційних умінь у майбутніх науковців та освітян, адже зазначені вміння затребувані у різних сферах життя суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Анисимова Т.В., Гимпельсон Е.Г. Современная деловая риторика: Учебное пособие. – М.: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: Издательство НПО „МОДЭК”, 2002. – 432 с. – (Серия „Библиотека студента”).
2. Арредондо Л. Искусство деловой презентации. – Челябинск: Урал LTD, 1998. – 513 с.
3. Мацько Л.І., Мацько О.М. Риторика: Навчальний посібник. – К.: Вища школа, 2003. – 311 с.
4. Мойсеюк Н.Є. Педагогіка: Навчальний посібник. – 3-є вид., доповн. – К., 2001. – 608 с.
5. Піл М. Успішна презентація. – К.: Британська Рада в Україні, 2000. – 96 с.
6. Положення про освітньо-кваліфікаційні рівні (ступеневу освіту) // Інформаційний збірник Міністерства освіти України. – 1998. – № 10. – К.: Педагогічна преса, 1998. – 32 с.
7. Попова О.Ю. Методика обучения иноязычным презентационным умениям студентов неязыковых вузов (на материале английского языка): Дис... канд. пед. наук: 13.00.02. – Волгоград, 2005. – 199 с.
8. Словник української мови / За ред. І.К. Білодіда. – В 11 т. – К.: Наукова думка, 1976. – Т. 7. – 723 с.
9. Сопер П.Л. Основы искусства речи. – 2 испр. изд. – М.: Прогресс; Прогресс-Академия, 1992. – 416 с.
10. Томан І. Мистецтво говорити / Пер. з чес. В.І. Романця. – К.: Політвидав України, 1986. – 223 с.
11. Ястребов Л.И. Классификация презентаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://vio.fio.ru/vio_33/cd_site/Articles/art_1_1.htm. – Последнее обращение 02.04.2007. – Заглавие с экрана.
12. Cambridge Learner’s Dictionary. – Cambridge: Cambridge University Press, 2001. – 767 p.
13. Emden J. van, Becker L. Presentation Skills for Students. – New York: Palgrave Macmillan, 2004. – 142 p.
14. Longman Exams Dictionary. – 2nd impression. – Edinburgh: Pearson Education Limited, 2006. – 1834 p.

Моркотун С.Б. Презентация и презентационные умения студентов магистратуры в академической сфере.

В статье рассматриваются типы профессионально-педагогической презентации, разграничиваются термины „презентация” и „репрезентация”, определяются умения, необходимые студентам для эффективного проведения презентаций.

Morkotun S.B. Presentation and master students’ presentation skills in academic sphere.

The article focuses on the types of a professional pedagogical presentation, the terms "presentation" and "representation" are differentiated, students’ necessary skills for the effective conducting of presentations are determined.