

## **ЗНАЧИМОСТЬ ПРЕЗЕНТАЦИОННЫХ УМЕНИЙ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

*Работа представлена кафедрой педагогики и педагогической психологии  
Удмуртского государственного университета.*

*Научный руководитель – доктор педагогических наук, профессор Г. С. Трофимова*

*В статье рассматривается важность формирования презентационных умений как интегративного профессионально значимого качества для студентов экономических специальностей; представлены результаты диссертационного исследования.*

**Ключевые слова:** презентация, презентационные умения, компетенции, профессиональные квалификации.

*M. Maletova*

## **SIGNIFICANCE OF PRESENTATION SKILLS IN THE EDUCATIONAL ACTIVITY SYSTEM**

*The article highlights the significance of presentation skills as professionally crucial ones for future careers of business students. The outcomes of the dissertation research are presented.*

**Key words:** presentation, presentation skills, competency, professional qualifications.

Говоря о значимости формирования презентационных умений для будущего экономиста, следует рассматривать этот феномен в контексте интегративности и профессиональной компетентности. В отечественной и профессиональной педагогике и психологии предпринимаются попытки определить профессионально обусловленные компоненты

личности. Так, Э. Ф. Зеер спроектировал четырехкомпонентную профессионально обусловленную структуру личности специалиста, которая включает профессиональную направленность, профессиональную компетентность, профессионально важные качества, профессионально значимые психофизиологические свойства [2, с. 267]. В процессе

профессионального развития и становления содержания подструктур происходит взаимодействие и интеграция, что приводит к образованию интегрированных профессиональных качеств (ключевых квалификаций), именно они обеспечивают конкурентоспособность, профессиональную мобильность, продуктивность профессиональной деятельности, способствуют профессиональному росту и продвижению в карьере.

Согласно личностной модели, созданной Б. Б. Косовым для менеджеров, важны практические склонности, практический интеллект, стремление к совместным действиям, сотрудничеству, хорошие отношения с людьми. Для экономико-коммерческой деятельности характерны общительность и коммуникативность, стремление достичь успеха, способность рисковать, действовать на грани риска. Мы можем констатировать, что вышеназванные качества и свойства формируются и развиваются в процессе формирования презентационных умений и подготовки к проведению презентации студентов-экономистов.

Профессиональная деятельность экономиста-менеджера осуществляется в компании и организации. По мнению известного американского специалиста в области менеджмента Г. Минцберга, в рамках своей повседневной деятельности руководитель-менеджер осуществляет следующие группы управленческих функций: межличностные («главный менеджер», «лидер», «связующее звено»); информационные («получатель информации», «распространитель информации» среди сотрудников, «представитель, передающий информацию во внешний мир»); решающие («предприниматель», «ликвидатор нарушений», «распределитель ресурсов и посредник, ведущий переговоры») [1, с. 109].

В соответствии с функциями менеджер должен обладать рядом компетенций и качеств, позволяющих ему быть успешным и конкурентоспособным на рынке труда. В западных странах выделяют: лидерство, эффективность руководства, видение перспектив, достижение согласия, предприимчи-

вость. В России ведущими требованиями к руководителю являются: личные достоинства, личные связи, лояльность, предприимчивость, лидерство [1, с. 110]. Таким образом, чтобы найти свою нишу в высоко конкурентном рынке труда, студенты экономического профиля должны сформировать и развить ряд умений, способствующих формированию их профессиональной компетентности [5, с. 77].

В зарубежной литературе презентационные умения рассматриваются как интегративные умения, среди которых можно назвать организаторские, коммуникативные, проектировочные, прогностические, умение анализировать, работать в команде и др. Этот аспект профессиональных умений рассматривался в отечественной педагогической литературе Н. В. Кузьминой, А. К. Марковой, Г. Н. Михалевской, Г. С. Трофимовой, изучавших профессионализм учителя. Принимая во внимание тот факт, что презентационные умения интегрируют все вышеназванные умения и формируются в разнообразных видах деятельности, мы предлагаем студентам ряд упражнений и практик, способствующих развитию интегративности умений. Перечислим виды деятельности, требующие высокой сформированности презентационных умений: выступление перед клиентами, администрацией; проведение дебатов, переговоров и т. д. (политики, администраторы, руководители компаний); собеседование при приеме на работу (отделы кадров, управление персоналом); представление компании (бизнес, топ-менеджмент); самопрезентация (в различных ситуациях); установление связей с внешними партнерами (PR, рекламный, бизнес).

В контексте коммуникативной деятельности презентационные умения можно рассматривать как умения социальные, включающие умение и желание эффективной коммуникации. Мы рассматриваем презентационные умения как часть коммуникативного процесса, где коммуникативные умения играют доминирующую роль. Многие западные исследователи утверждают, что значи-

мой характеристикой коммуникации является ее многомерность (многосторонность). Вацлавик и другие обратили внимание на то, что процесс происходит на двух отдельных, но взаимосвязанных уровнях. Существует, однако, другая, менее заметная сторона коммуникативной деятельности, это – личностная проекция того, каким образом собеседники определяют свои связи. В процессе выбора темы дискуссии адаптируются определенные формы и модели выражения, выбираются скорость речи, комплекс средств невербального поведения и характеристик, которые называются «самопрезентация» или «управление производимым впечатлением» (*impression management*). Это подразумевает публичное представление себя в положительном свете как наиболее желательный тип личности. Умение произвести правильное впечатление предполагает несколько возможных преимуществ. Это приводит к социальному признанию, такому как одобрение, дружба, влияние [4, с. 16–18]. Следует отметить, что выбор модели невербального поведения, поддержание интереса, умение вызвать симпатии, можно рассматривать как компонент, оказывающий большое влияние на формирование презентационных умений. То есть, рассматривая презентации как один из элементов профессиональной деятельности, мы можем прийти к выводу о том, что презентационные умения могут быть соотнесены с группой коммуникативных умений, связанных с саморегуляцией деятельности (классификация Г. И. Михалевской, Г. С. Трофимовой). Вербальный аспект связан с таким понятием, как объяснение. Эффективность объяснения зависит от планирования и представления этого объяснения [4, с. 180–184]. Ясность объяснения, без сомнения, один из самых сложных моментов, с которым нужно уметь справляться будущему профессионалу. Наблюдается четкая взаимосвязь между объяснением и знанием. Это знание должно быть сообщено аудитории ясно, структурировано. Другой чертой является краткость, беглость, паузы, приемлемые речевые модели, выделение значимых частей и т. д. Несомненно, эффективность объяснения является

той характеристикой гностического и проективного аспектов деятельности, которая вносит свой вклад в формирование презентационных умений [3, с. 13–14].

В процессе формирования презентационных умений следует также отметить важную роль умения слушать. Слушание (*listening*), по мнению социологов, – это умственный процесс, умение слышать (*hearing*) – физический. Процесс слушания незаслуженно игнорируется, хотя это умение считается одним из ключевых для успеха коммуникации в любой профессиональной сфере деятельности. Многие исследователи имеют идентичное мнение и считают, что способность быть хорошим и понимающим слушателем – это одно из фундаментальных умений и основа для других коммуникативных умений. Эффективное слушание, по мнению Сью Смитсон [5, с. 28], – это активный процесс коммуникативной деятельности, поскольку обратная реакция – это один из центральных моментов в развитии успешного диалога, особенно в системе профессий «человек-человек».

Процесс презентации – это интерактивный процесс коммуникации, связанный с представлением подготовленного сообщения для аудитории. Каждая презентация – это результат многоаспектной работы. Однако, как и в любом виде деятельности, в подготовке презентации существуют определенные универсальные принципы коммуникации. По мнению Сью Смитсон и Иана Уайтхеда, определение процесса коммуникации просто – это процесс, при помощи которого сообщение передается от одного человека или группы другому, предполагая требуемый ответ. Однако при изучении процесса коммуникации вы осознаете, насколько процесс коммуникации сложен.

Эффективная коммуникация – это двусторонний процесс, направленный на понимание и необходимый результат; при условии обратной реакции и реагировании он может рассматриваться как успешный.

По мнению многих зарубежных исследователей, основными принципами хорошей

коммуникации можно считать 6 основных положений эффективной коммуникации (the six essential Cs of effective presentations): clear – ясность; complete – полная информация; concise – краткость и емкость; constructive – конструктивность; correct – корректность, правильность; courteous – вежливость [5, с. 11].

В русле нашего исследования и реализации экспериментальной программы нам представлялось целесообразным сконцентрировать большее внимание на устной презентации. В контексте изменений, происходящих в сфере образования и в связи с переходом на многоуровневую систему обучения умение публичных выступлений представляется значимым для будущих экономистов.

Опыт, которым делились зарубежные партнеры и коллеги в данной области обучения, собственный опыт прохождения стажировок в Метрополитен университете г. Манчестер и г. Солфорд (Великобритания) подтвердили наши идеи о создании экспериментальной программы по формированию презентационных умений, где возможно обобщение опыта и адаптация форм и методов работы зарубежных авторов. В период стажировок за рубежом нами было отмечено, что студенты владеют презентационными умениями на высоком уровне. Причиной успеха является, возможно, тот факт, что элементы проведения презентаций вводятся уже в средней школе. Подход к обучению презентаций основывается на принципах целостности и системности. Формирование умений проведения презентаций находится в прямой связи с профессиональным успехом и косвенно связано с успешностью в построении жизненной траектории. На основании всего вышеизложенного мы можем заключить, что инкорпорирование программ по формированию презентационных умений в общий учебный план университетов продиктовано объективными условиями реальных ситуаций.

В процессе проведения экспериментального обучения выборку составила группа студентов экономического факультета в количестве 30 человек, остальные студенты со-

ставили контрольную группу ( $n = 90$ ). Анализ и интерпретация результатов проводилась на контрольном этапе. Повторная диагностика параметров для оценки уровня сформированности презентационных умений, позволила подтвердить эффективность учебно-педагогических условий, положенных в основу экспериментального обучения. Для проведения более эффективной диагностики мы выделили следующие тестируемые показатели: 1) самооценка; 2) мотивация; 3) направленность личности; 4) самоконтроль в общении и умение слушать, это позволило впоследствии проследить динамику формирования презентационных умений. В ходе диагностического исследования была проведена проверка результатов на уровень статистической значимости с помощью статистических критериев Манна-Уитни, Вилкоксона. Данные обрабатывались в статистической программе SPSS.

Нами был проведен сравнительный анализ показателей у испытуемых экспериментальной группы (ЭГ) и контрольной группы (КГ) до эксперимента с использованием не параметрического критерия Mann-Whitney. По результатам получены незначимые различия по показателям: самооценка, внешняя отрицательная мотивация, направленность на дело. То есть мы можем говорить об однородности групп на начало проведения эксперимента.

После экспериментального обучения были получены значимые различия по показателям самооценка и направленность на дело (НД).

Согласно результатам диагностики и сравнения показателей, мы заключили, что уровень внешней самооценки незначительно снизился у испытуемых ЭГ. В КГ показатель остался прежним. Данная ситуация объясняется тем, что уровень самооценки до эксперимента в ЭГ группе был несколько завышенным. Личностный рост испытуемых, а также значимая социальная адаптация повлияли на изменение самооценки. По мнению многих исследователей неадекватно завышенная самооценка создает достаточно широкую зону конфликтных ситуаций. Мы

считаем, что фактор конфликтности не желателен в ходе проведения презентации. Изменение показателя направленность на дело (НД) демонстрирует значимое изменение. У испытуемых проявляется больший интерес к деятельности в целом, и познавательный интерес в частности. Эта тенденция может считаться положительной.

Данные второй диагностики позволили проследить динамику развития тестируемых показателей в экспериментальной группе до и после экспериментального обучения. Все полученные результаты были подвергнуты математической обработке в статистической программе SPSS. Сравнительный анализ показателей у испытуемых ЭГ до и после эксперимента проводился с использованием коэффициента Wilcoxon.

В ходе эксперимента были получены значимые сдвиги по показателям: внутренняя самооценка и внешняя отрицательная мотивация (ВОМ). При сравнении результатов диагностики наблюдается позитивная динамика по данным показателям. Это свидетельствует о том, что внутренняя самооценка и внешняя оценка внутри группы становится более адекватной и студенты ощущают более благоприятную атмосферу и содействие в условиях учебно-профессионального взаимодействия. Студенты начинают понимать проблемы и эмоции других, рефлексировав на ситуации реальной профессиональной среды. Снижение показателя ВОМ свидетельствует о том, что у студентов исчезает страх публичных выступлений, ощущение дискомфорта перед критикой преподавателя и товарищей по группе. Студенты развивают позитивное мышление в отношении критических замечаний и учатся извлекать из них полезную информацию. Впоследствии будущие экономисты могут успешно применить подобный опыт в условиях реальной профессиональной среды. Следует отметить, что в КГ значимых

сдвигов до и после эксперимента не выявлено. Изменения по показателю направленность на дело находятся на уровне тенденции

Далее обратимся к анализу результатов параметра «умение слушать». Сформированность этого умения проверялась по двум показателям. В тесте 1 студентам предлагалось выбрать из 25 ситуаций только те, которые вызывают раздражение. Показателем в среднем по ЭГ составил 33,2%. Второй тест выполнен в виде анкеты, по количеству набранных баллов студенты могли иметь представление о том, насколько хорошими собеседниками они являются. Средний балл до эксперимента составил 62 балла. При проведении повторного теста после эксперимента мы получили следующие результаты. 31% и 65 баллов соответственно.

Изменения показателей в тестах 1 и 2 дают возможность констатировать, что студенты учатся слушать собеседника более внимательно и доброжелательно, что, безусловно, необходимо при формировании презентационных умений и успешном проведении презентации.

Результаты диагностики представляют значимые изменения по показателю «коммуникативные умения». Из сравнения результатов до и после эксперимента мы можем заключить следующее: уровень сформированности коммуникативных умений до эксперимента был средневысоким. После эксперимента студенты достигли высокого уровня развития коммуникативных умений. Вся ситуация свидетельствует о том, что студенты готовы к учебно-профессиональным ситуациям общения, что также свидетельствует о сформированности презентационных умений. В заключение следует отметить, что результаты исследования подтверждают предположения о значимости формирования презентационных умений, что создает основу для профессионального потенциального успеха студентов – будущих экономистов.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Веснин В. Р. Менеджмент: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ТК Велби, Проспект, 2005. 504 с.

## **ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ОБУЧЕНИЯ**

---

2. *Зеер Э. Ф.* Психология профессионального образования: Учеб. пособие. 2-е изд. перераб. М.: Изд-во Московского психолого-социального института; Воронеж: Изд-во НПО «МОДЭК», 2003. 280 с.

3. *Трофимова Г. С.* Педагогические основы обучения иностранным языкам (Предметная дидактика): Монография. Ижевск: Издательский дом «Удмуртский университет», 1999. 283 с.

4. *Hargie O., Saunders C. and Dickson D.* Social skills in interpersonal communication. New York, 1999. 369 p.

5. *Smithsons S., Whitehead J.* Interpersonal skills, Handbook for management trainees. Croner publishers Ltd, 1990. 312 p.