



УДК 159.925.8 : 81'221

РОЛЬ ПРЕЗЕНТАЦІЙ В ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА

*О.П. Овечко, студент III курсу ВП Національного Університету біоресурсів і
природокористування України «Ніжинський агротехнічний інститут»;*

*В.І. Хомич, кандидат філологічних наук, доцент кафедри соціально-
гуманітарних дисциплін*

*ВП Національного університету біоресурсів і природокористування України
«Ніжинський агротехнічний інститут»*

*У статті досліджується питання про використання презентації в діяльності
менеджера. Подаються типи та рекомендації до їх використання.*

Ключові слова: публічний виступ, презентація, типи презентацій, менеджер.

Постановка проблеми. Особливо сьогодні постало питання щодо активного вивчення методики проведення публічного виступу. Адже «зростає культурно-просвітницький потенціал та риторична активність народу, актуалізується проблема екології духу людини – творчої особистості, яка прагне до органічної соціалізації в складних умовах формування ринкових стосунків» [5, с. 49].

Аналіз останніх досліджень. Сучасне мовознавство послуговується великою кількістю робіт, присвячених дослідженню теми, яка розглядається. Насамперед, у статті В. Громова [2], розглядається проблема володіння мистецтвом живого слова. Стаття Г. Сагача [5] становить собою опис публічного виступу з точки зору засобу ефективної комунікації, який створює позитивний образ. Великий доробок з цього питання мають Л. Мацько, С. Абрамович [4], Н. Голуб [7], І. Томан [6], що висвітлюють різноманітні аспекти, пов'язані з високим рівнем підготовки до публічного виступу, змісту виступу і по суті самим виступом.

Мета статті. Огляд навчальної та науково-популярної літератури дозволяє зазначити, що інтерес дослідників до проблеми культури виступу не згасає, тому й обрали за свій аспект дослідження «Роль презентації в професійній діяльності менеджера».

Виклад основного матеріалу. Публічний виступ – це усне монологічне висловлення інформації з метою досягнення впливу на аудиторію. Залежно від змісту, призначення, форми чи способу висловлення, а також обставин публічний виступ поділяється на такі жанри, як доповідь, промова, виступ, бесіда, лекція, репортаж. Старанна і ретельна підготовка до виступу загалом визначає його успіх, але не гарантує його. Усе залежить від того, чи зуміє оратор знайти підхід до слухачів, забезпечити відвідувачам відчуття бажаного гостя, тобто завоювати їхню увагу, викликати живий інтерес або ще так званий емоційний відгук. Про успіх виступу можна говорити лише тоді, коли в оратора є контакт з аудиторією. При цьому він може досягти цього за допомогою використання як вербальних (словесних), так і невербальних засобів (жестами, міміка, вираз обличчя тощо). Тобто високий прояв майстерності публічного виступу забезпечує контакт з аудиторією.

Поняття "ораторське мистецтво", або "красномовство", має два значення: 1) вид громадсько-політичної та професійної діяльності, мета якої – інформувати та переконувати аудиторію засобами живого слова; 2) високий ступінь майстерності публічного виступу, мистецьке володіння словом» [9, с. 180].

В античному світі ораторське мистецтво вважалося головним способом переконання людей. Ще 335 р. до н. е. було створено першу теорію ораторського мистецтва, що зберегла своє значення й досьогодні. Себто говоримо про "Риторику" Аристотеля, в якій він визначав її як мистецтво переконливого впливу, як можливість знайти безліч прийомів впливу на предмет.



Своєрідність ораторського мистецтва як засобу переконання полягає в тому, що будь-який публічний виступ має за мету викликати зацікавленість аудиторії і вплинути на неї. Метою переконання є передача інформації таким чином, щоб вона мала позитивний вплив на людей, активізувала настанови та принципи. Це можливо лише за активної діяльності аудиторії, її критичного сприйняття думок оратора. Коли промовець встановив зворотний зв'язок, то він разом з цим залучив присутніх домислительної діяльності. Тут слід уважити те, що відвідувачі, осмислено сприймають інформацію презентатора, інакше кажучи, відбувається процес розуміння. На основі цього формується власний погляд, який відповідає їхнім цінностям, певним нормам і правилам, вони також їх використовуватимуть у повсякденні [8].

Одним із найвикористовуваніших нині жанрів публічного виступу є презентація. Презентація – це публічне представлення чого-небудь нового, що нещодавно з'явилося чи було створено. Метою презентації може бути переконання або спонукання людей до певних дій, а також представлення досягнень організації або окремої особи, висвітлення різноманітних заходів, перспектив розвитку інформаційних технологій, реклама певної продукції тощо. Презентації проводять під час конференцій та семінару, у навчальних аудиторіях, у торговельних залах та офісах, демонструють по телебаченню, транслюються на радіо [9].

Залежно від аудиторії дослідники виділяють зовнішню і внутрішню презентацію. При проведенні внутрішніх презентацій презентатор і аудиторія знаходяться в рамках однієї корпоративної структури. О. Попова вважає, що комунікації всередині будь-якої організаційної структури існують у двох видах: вертикальні, при яких інформація всередині організації переміщається з рівня на рівень у рамках вертикальної ієрархії, і горизонтальні, при яких відбувається обмін інформацією між підрозділами або співробітниками [11].

Тому внутрішні презентації поділяються на вертикальні і горизонтальні, а вертикальні презентації в залежності від ієрархічних позицій комунікантів можуть бути, у свою чергу як низхідні, так і висхідні [11]. Зовнішня презентація проводиться для запрошеної аудиторії (представників інших підприємств, установ, організацій) і не виключає присутності колег презентатора.

Залежно від кількості презентаторів і масштабу дії виділяють два види презентацій: колективні (ті, що готуються і проводяться групою фахівців з різних галузей) і індивідуальні (підготовка і проведення яких здійснюється однією людиною).

Л. Введенська і Л. Павлова пропонують розглядати презентації відповідно до розміру аудиторії і виділяють три типи презентацій: публічні, камерні і приватні [13].

О. Зарецька розподіляє презентаційні виступи на чотири категорії залежно від способу подачі матеріалу [12]: експромтна презентаційна промова; імпровізована презентаційна промова; завчена презентаційна промова; написана і прочитана презентаційна промова.

Відповідно до поставленої мети виділяють декілька типів презентацій.

Інформативна, як правило, є презентація інформативною, що несе нову інформацію. Проте на відміну від інших в інформативній презентації основний акцент ставиться на повідомлення і передачу інформації.

Інтерактивна презентація – це діалог користувача з комп'ютером. Користувач приймає рішення, який матеріал для нього важливий, і вибирає на екрані потрібний об'єкт за допомогою миші або натисненням на клавіші. У цьому випадку видається інформація, на яку є запит.



**Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції
«Сучасні тенденції соціально-економічного розвитку агропромислового
виробництва України в контексті інтеграції у світову економіку»**

Інтерактивна дає змогу здійснювати пошук інформації, заглиблюючись у неї настільки, наскільки це було передбачено розробником презентації. Вона захоплює користувача й утримує його увагу.

Автоматична презентація – це закінчений інформаційний продукт, перенесений на відеоплівку, дискету, компакт-диск і розісланий потенційним споживачам з метою виявлення їхньої зацікавленості.

Навчальна презентація призначена допомогти викладачеві забезпечити зручне і наочне викладання теоретичного і практичного матеріалу.

Навчальні презентації поділяються на такі види: презентації-семінари; презентації для самоосвіти; презентації-порадники.

У навчальних можуть використовуватися всі інші види презентацій. Успіх будь-якої презентації, незалежно від її мети, типу, теми, складу аудиторії, визначається умінням доповідача презентувати свій задум.

Спонукальна презентація проводиться для того, щоб переконати аудиторію змінити свою думку, ставлення, прийняти точку зору презентатора, запропоновані ним шляхи вирішення проблеми, купити рекламований продукт або послугу. Л. Арредондо називає її рекламною [14]. Залежно від того, який намір має презентатор, тобто на що спонукає аудиторію, на конкретну фізичну дію (купити продукт) чи розумову діяльність (обдумати певну проблему) виділяють два типи спонукальних презентацій: презентація спонукання до дії і презентація-спонукання до роздуму.

Презентації також можуть поділятися за стилем спілкування і бути офіційними чи неофіційними.

Висновки. Отже, володіння вміннями і навичками презентації займають важливе місце у професійній діяльності фахівця будь-якої галузі, зокрема й економічної. Тому на сьогодні є досить важливо, щоб менеджер зумів пристосуватися до сучасного середовища, був обізнаний і професійно підготовлений до проведення різних типів презентацій. Саме цьому ми класифікуємо презентації за характерними особливостями, що допоможе не тільки у створенні і проведенні презентацій, а й сформує комунікативність, уміння і навички для публічного виступу.

Розглянувши питання, які присвячені різновидності презентацій, потрібно зазначити, що наведена класифікація та коротка характеристика дають підстави для необхідності вивчення питання про особливості презентації. Перспектива дослідження простежується в особливостях презентацій з урахуванням гендерних аспектів.

Список літератури

1. Абрамович С.Д. Риторика: навч. посібник для студентів. – Л.: Світ, 2001. – 304 с.
2. Арредондо Л. Искусство деловой презентации / Л. Арредондо. – Челябинск: Урал LTD, 1998. – 513 с.
3. Введенская Л. А., Павлова Л. Г. Деловая риторика / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. – Ростов-на-Дону: МарТ, 2001. – 512 с.
4. Гриценко Т.Б., Гриценко С.П., Іщенко Т.Д., Мельничук Т.Ф., Чуприк Н.В., Анохіна Л.П. Етика ділового спілкування / За редакцією .Б. Гриценко, Т.Д. Іщенко, Т.Ф. Мельничук: Навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
5. Громовий В.А. Мистецтво живого слова // Українська мова та література в школі. – 1999. – №48. – С. 7- 8.



6. Зарецкая Е. Н. Деловоеобщение / Е. Н.Зарецкая. – Т. 1. – М.: Дело, 2002. – 696с.
7. Мацько Л.І. Наука переконувати // Педагогічна газета. – 2001. – № 11. – С. 4- 5.
8. Павловская Г.А., Кузьмина Л.Г. Лингводидактическая характеристика презентации как формы устного профессионального общения / Г.А. Павловская, Л.Г. Кузьмина. – Воронеж: Вестник ВГУ. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2006, – № 2. – С.143-149.
9. 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.
10. Риторика: Навч.-метод. комплекс / Черкаський національний університет ім. Богдана Хмельницького, каф. методики викладання і культури укр. м. / Уклад.: Н.Б. Голуб. – Черкаси: Вид-во ЧНУ, 2003. – 72 с.
11. Сагач Г.М. Похвальне красномовство як засіб ефективної комунікації, створення позитивного іміджу // Шкільна бібліотека. – 2003. – №1. – С. 49-51.
12. Томан І.Д. Мистецтво говорити / Уклад. І. Д. Томан. – К.: Політвидав України, 1989. – 317 с.
13. Шевчук С.В. Українське ділове мовлення / Уклад. С.В. Шевчук: Навч. Посібник – 7-ме вид., переробл. і доповн. – К.: Алерта, 213. – 308 с.
14. Шевчук С.В. Ділове мовлення для державних службовців / Укладач Шевчук С.В.: Навч. посібник – 4-те вид. виправл., доповн. та переробл. – К.: Алерта, 2012. – 428с.

РОЛЬ ПРЕЗЕНТАЦИЙ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
МЕНЕДЖЕРА

А.П. Овечко, студент III курса ОП Национального университета биоресурсов и природопользования Украины «Нежинский агротехнический институт»;

В.И. Хомич, кандидат филологических наук, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин ОП Национального университета биоресурсов и природопользования Украины «Нежинский агротехнический институт»

В статье рассматривается вопрос об использовании презентации в деятельности менеджера. Подаются типы и рекомендации к их использованию.

Ключевые слова: публичное выступление, презентация, типы презентаций, менеджер.

THE ROLE OF PRESENTATION IN THE PROFESSIONAL PRACTICE OF
MANAGER

Alexander P. Ovechko, third year student of SS National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

«Nizhyn Agrotechnical Institute»

Victoria I., Khomych candidate of philological sciences, associate professor of social and human sciences SS National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

«Nizhyn Agrotechnical Institute»

The article deals with the issue of presentation usage namely in manager's work. Some types and recommendations for presentation usage are pointed out.

Key words: public address, presentation, types of presentation, manager.