
ПЕДАГОГИКА

УДК 37

В.Б. Овчинникова, В.В. Кульгавюк, Н.Ю. Павлова*Новочеркасский инженерно-мелиоративный институт им. А.К. Кортунова
Донской государственный аграрный университет**г. Новочеркасск, Россия**vika_ovch2011@mail.ru***ПРЕЗЕНТАЦИЯ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ
ДЕЛОВОМУ ОБЩЕНИЮ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ*****[Ovchinnikova V., Kulgavyuk V., Pavlova N.******Presentation during business communication training in a foreign language]***

The presentation of professionally relevant topics in Russian and Foreign languages is the hallmark of many companies. It is well known that the company's success may sometimes depend on how convincing the project or a product is presented but also on the personal success of the speaker. In this regard, professional relations and contacts in a foreign language are increasingly important in a constantly developing international relations. Business communication has now become the main mode of communication between people as specialists' relationship are realized in the most diverse spheres of activity and training of students in public speaking in a foreign language as well as competitions for the best presentation gives positive results. The article makes a conclusion that video contributes to higher levels of learner motivation and improves their communication skills, speaking and listening in particular.

Key words: presentation, company, business communication, public speech, foreign language, professional communication, multicultural interaction.

Сегодня во многих компаниях презентации являются неотъемлемой характерной чертой трудовой деятельности. Умение уверенно выступать перед аудиторией является одним из основных в сфере деловой коммуникации. В настоящее время особое внимание уделяется умению выступать с презентациями на профессионально значимые темы на иностранном языке. В зависимости от того, как в презентации представлен какой-либо проект или продукт и насколько убедительно звучит речь оратора, будет зависеть и личный успех самого выступающего, и финансовый успех компании. В связи с этим профессиональные связи и контакты на иностранном языке приобретают в условиях постоянно развивающихся межнациональных отношений все большее

значение. Деловое общение или профессиональная коммуникация становятся массовым видом общения людей в расширяющемся социальном пространстве. Взаимоотношения специалистов в настоящее время реализуются в самых различных сферах деятельности. Давать презентацию на иностранном языке является реальной проблемой, даже для тех, кто имеет хорошие знания языка. Отсюда и необходимость владения сотрудниками иностранным языком с целью осуществления делового общения. Как показывает опыт, обучение студентов публичной речи на иностранном языке и проведение конкурсов на лучшую презентацию дает положительные результаты [9].

Деловая речь подразумевает под собой совокупность письменной и устной речи и выступает в качестве средства делового общения в различных речевых ситуациях [5]. Для формирования риторических навыков и умений обучаемые должны усвоить основы речевого мастерства в профессионально значимых ситуациях, получить навыки эффективного речевого поведения в ситуациях профессионального общения. Развитие навыков публичной речи на иностранном языке в профессиональной сфере связано с растущим интересом к овладению искусством эффективного общения [8]. В настоящее время в обучении иностранному языку для специальных целей коммуникативный метод является главным, поскольку способствует не только поддержанию высокой мотивации к обучению, но и формированию навыка работы в команде, активизирует учебный процесс, приближая его к условиям профессиональной деятельности. На основании этого нам кажется правомерным при обучении профессиональному иностранному языку использовать реальные ситуации делового общения, а именно, конференции, деловые переговоры, собрания и презентации. Самой распространенной, конечно, является презентация.

Презентация – вид коммуникативной деятельности, направленной на донесения до слушателей структурированной информации. Учебные презентации могут подразделяться на информативные и убеждающие. Существуют определенные правила подготовки и представления результатов презентаций. Презентационная речь, приготовленная заранее, не читается перед слушателями, а представляется в свободной форме. В соответствии с нормами публичного жанра презентационная речь строится по определенным принципам. К ним относятся: принцип краткости; принцип последовательности; принцип целенаправленности и логической структурированно-

сти; принцип усиления, т.е. влияние на слушателей возрастает к концу выступления; принцип результативности. Выступление предполагает наличие некоторых предлагаемых слушателям рекомендаций, формулировка которых предстает в емкой, запоминающейся языковой форме [6]. Именно на этих принципах основывается композиционное строение выступления. Структура публичной речи представляет собой обычно трехсоставную композицию, т.е. имеет вступительную (Introduction), основную (MainPart) части и заключение (Conclusion). Обязательным условием выступления является четкость и ясность для слушателя. Лишь при этом условии аудитория станет не пассивным, а активным участником презентационного сообщения и скорее воспримет предмет речи так, как хотелось бы выступающему. Основная цель делового общения – это решение поставленных задач, достижение определенного результата и склонение партнера по общению к нужному мнению. Здесь находит свое проявление языковая функция воздействия, которая реализуется с помощью определенных вербальных способов воздействия. Как считает С. Г. Тер-Минасова, воздействие в этой ситуации должно осуществляться тонко, незаметно, скрытно, стремясь при этом вызвать нужные оценочные и эмоциональные реакции у делового партнера [7]. Поэтому необходимым является обучение определенным психологическим, допустимым в сфере делового общения приемам и технологиям влияния и манипуляции. Не вызывает сомнения, что эффективность профессионального общения зависит от личностных характеристик и степени владения коммуникативными качествами речи коммуникантами [2]. По утверждению ученых, занимающихся исследованием прагматического аспекта речевого общения, здесь включается механизм скрытого воздействия, которое осуществляется на неосознаваемом уровне и актуализируется говорящим одновременно с реализацией средств прямого и непрямого воздействия в соответствии с его скрытыми интенциями. Сущность механизма скрытого воздействия заключается в интуитивном учете партнерами по общению экстралингвистических факторов. К таковым, как известно, относятся национально-культурные, психологические, профессиональные, языковые характеристики текста и ситуативные условия его функционирования [4]. Актуализация скрытого воздействия предполагает выбор лингвистических единиц, автоматизированных и

ушедших в область подсознательного. С помощью такого воздействия возможно влияние на отношение деловых партнеров к обсуждаемой информации и, соответственно, изменение их поведения. В качестве средств скрытого речевого воздействия используются лингвистические единицы (слова, словосочетания, речевые стереотипы). Так, например, при подготовке презентаций на английском языке активизация внимания слушателя достигается: 1) выделением структуры выступления: – What I'd like to present to you to day is ...; In this part of my presentation, I'd like to talk about ...; In conclusion I'd like to say that ... / Вот, что я хотел бы представить для вас сегодня...; В этой части презентации я хотел бы поговорить о ...; В заключение следует сказать, что ... – Furthermore, there are other interesting facts we should take a look at.../ Более того, есть другие интересные факты, на которые следует обратить внимание... – On the one hand..., on the other hand ... / С одной стороны..., с другой стороны ... / And finally, let me...; Finally, I'd like to highlight one key issue... / И, наконец, о .../ Наконец, я хотел бы раскрыть одну ключевую проблему.../ In conclusion, it should be mentioned that... / В заключение отметим, что ... 2) диалогизацией монолога. Характерными для данного вида речи являются скрытые формы диалога, т.е. вопросы, задаваемые самому себе: – You should know that... / Следует знать, что ... – What conclusion can we draw from this? – Какое заключение мы можем сделать из этого?/ I am of the opinion that... / Я представляю точку зрения ... – It seems to me that... 3) авансированием, которое представляет собой затягивание сообщения важной информации, которая наверняка заинтересуют слушателей: – I'd like to deal with this question later... / Об этом я буду говорить далее... 4) выделением наиболее важной информации: – I'd like to focus your attention on ... / Я бы хотел особенно обратить ваше внимание на ... – Let's look more closely at ... / Давайте посмотрим более внимательно на ... [1].

Таким образом, главным условием обучения иноязычному деловому общению является наличие лингвистической, коммуникативной, профессиональной, психологической, культурологической составляющих, причем, межкультурная коммуникативная компетенция наиболее важна, поскольку обеспечивает достижение целей общения представителей разных стран. Этому в большой мере способствует презентация и ее речевое оформление.

Согласно современным образовательным стандартам, обучение иностранному языку в вузе направлено на комплексное развитие коммуникативной, когнитивной, информационной, социокультурной, профессиональной и общекультурной компетенций студентов [3]. Изучение иностранного языка строится на междисциплинарной основе и тесно связано с преподаванием других дисциплин. Для преподавателей важно, чтобы студенты овладели необходимым уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности, для общения с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования. Процесс изучения иностранного языка направлен на формирование таких общекультурных и профессиональных компетенций как владение основными способами и средствами информационного взаимодействия, получения, хранения, переработки, интерпретации информации, наличием навыков работы с информационно-коммуникационными технологиями. На занятиях особое внимание уделяется развитию навыков и умений структурировать устную и письменную речь; развиваются навыки публичных выступлений. В процессе изучения дисциплины студенты знакомятся с основными принципами составления тезисов; различными способами убеждения и разнообразными формами языкового воздействия на аудиторию. Очень важно знать правила и приемы начала и завершения речи, владеть навыком установления речевого контакта, уметь правильно задавать вопросы и отвечать на вопросы слушателей; владеть приемами вербального и невербального воздействия, которые, несомненно, будут полезными в профессиональной деятельности. Очень полезно знать правила поведения во время публичного выступления на иностранном языке. Студенты должны уметь правильно выбрать тему публичного выступления и подготовить текст выступления; произнести речь перед однокурсниками; соблюдать правила поведения во время публичного выступления; умело использовать мимику и жесты во время публичного выступления; применять полученные навыки в профессиональной деятельности. Название презентации, содержащее тот или иной вопрос, в последующем сама презентация должна на него в заключение ответить, раскрыть суть поставленной проблемы. Далее студенты должны поработать над вступлением презентации. Во введении, как правило: 1) необходимо представиться аудитории, например, *Let me introduce my self. My name is... I am....*; 2) озвучить тему своей презент-

тации – The theme of my presentation is ... ;3) обозначить цель – The aim of my presentation is ...; 4) указать продолжительность презентации (It will take 5-8 minutes...); 5) сформулировать основную идею презентации, то есть дать утверждение, которое раскрывает суть вашего выступления.

Сама презентация состоит из нескольких частей, которые взаимодополняют друг друга логически и по смыслу. Подтемы презентации помогут раскрыть суть выступления; выбрать одну из тем, которая будет интересна слушающим и раскрыта в течение нескольких минут; каждый абзац необходимо начинать с главного предложения, которое повествует о ком или о чем пойдет речь и которое несет ответ на поставленный вопрос в названии презентации.

Заключительная часть презентации состоит из 2-3 предложений обобщающего характера и заключает в себе ответ на вопрос, поставленный в названии презентации. Языковые средства в презентации должны быть выбраны в соответствии с нормами устной речи, так как презентация по своей сути – публичное выступление. Отсюда следует, что предложения не должны быть длинными, а должны быть короткими без сложных грамматических конструкций, использовать общеупотребительные слова и минимум терминологии (если презентация составляется по профилю специализации, для того чтобы суть презентации была понятна обширной аудитории). Презентация будет успешной, если выступающий говорит медленно, обдумывая сказанное, речь плавная, используются при этом невербальные средства общения.

Необходимо отметить, что иноязычная компетентность в сфере делового общения включает в себя профессиональные ценности, личностные и профессионально-значимые качества, необходимые специалисту для успешного осуществления различных видов деятельности в избранной профессии. Для повышения мотивации студентов на занятиях по иностранному языку используются различные формы и методы работы, среди которых особый интерес представляет конкурс на лучшую презентацию.

У студентов-магистрантов Новочеркасского инженерно-мелиоративного института подготовка презентаций осуществляется в течение одного семестра. Нам представляется целесообразным еще раз напомнить студентам о правилах составления презентации, об этапах ее подготовки и структуре, помочь с выбором темы. English for Presentations – Английский для презентаций – идеальный краткий курс для профессионалов, которым необходимо делать

презентации на английском языке, использовался на занятиях по иностранному языку в группах магистрантов, что позволило за короткий период времени пройти все этапы обучения для проведения презентации. Курс рассчитан на 25-30 часов. Задания построены так, что полученными навыками можно пользоваться немедленно. Цель курса – в короткие сроки обучить необходимому запасу слов и выражений для проведения презентации на английском языке. Кроме необходимого словарного запаса, программа курса также включает изучение структуры презентаций, способы воздействия на аудиторию во время проведения презентаций.

- Секция STARTER – использует опыт студентов для того, чтобы ввести их в тему каждого раздела.
- Рамки с подсказками представляют ключевые языковые явления, полезные выражения и стратегии.
- Секция OUTPUT – в конце каждого раздела поощряет к дискуссии и немедленному использованию на практике усвоенного материала.

На занятиях по иностранному языку студенты овладевают лексико-грамматическим материалом, необходимым для составления презентаций. Студенты приобретают навыки поисковой работы при сборе текстового материала для подготовки презентации. Используя информацию из интернета, они изучают статьи, работают с аудио- и видеоматериалами, дающими возможность ознакомиться с презентациями на профессиональные темы. Студенты учатся делать комментарии к графикам, таблицам, схемам и диаграммам, которые могут использоваться в качестве иллюстративного материала в презентациях. При подготовке презентаций особое внимание уделяется самостоятельной работе студентов. Она призвана обеспечить следующие задачи: выработку навыков восприятия и анализа аутентичных иноязычных текстов и отработку стратегий работы с ними; формирование навыков критического мышления, поиска путей самостоятельного решения поставленной коммуникативной задачи; развитие и совершенствование творческих способностей.

Использование аутентичных видеоматериалов в процессе обучения иностранному языку позволяет формировать у студентов умения различать сходства и различия в процессе делового общения на межкультурном уровне [5]. Студенты приобретают следующие навыки: представление фактов и цифрового материала, выражение мнения, прогнозирование, сравнение, аргументиро-

вание. В зависимости от специализации студентов темы презентаций могут быть связаны с различными аспектами защиты окружающей среды, строительством гидросооружений, методами орошения сельскохозяйственных культур и проблемами водоснабжения не только в нашей стране, но и во всем мире.

Известно, что для делового общения очень важно уметь не только хорошо слушать, но и отвечать на вопросы слушателей. При подготовке к презентации на иностранном языке студенты научатся задавать вопросы, связанные с темой презентации, и отвечать на них. Преподавателю надо помочь разрабатывать критерии оценки содержания, оформления презентации, мастерство публичной речи. Одним из важных критериев, о которых должен помнить оратор – это особенности аудитории, перед которой ему предстоит выступать. При проведении учебных презентаций надо всегда использовать целевые установки. Студенты должны знать, для какой аудитории они готовят презентацию, и какова цель их выступления.

За последние годы на кафедре иностранных языков собралась целая копилка презентаций. Конечно, сегодняшние студенты-первокурсники уже владеют основными навыками составления презентаций, так в школе им приходилось делать презентации к разным темам уроков. В институте мы обобщаем их умения, систематизируем их знания и подсказываем наиболее результативные способы ее представления. Кроме уже упоминавшийся магистрантов, которые представляют презентации по темам своих дипломов, презентации готовят и студенты-старшекурсники, изучающие курс делового иностранного языка. Они делают презентации своих компаний, продуктов, изготавливаемых этими компаниями, состоянии рынка этой продукции. В прошлом учебном году в рамках деловой игры «Экологически чистый город» студенты-механики представили презентации новых видов экологически чистых двигателей и новых, предложенных ими усовершенствований для контурной обрезки ветвей кустарников и деревьев, а студенты факультета лесного хозяйства, а именно, специализации «Ландшафтная архитектура» предложили реальные планы озеленения города, с которыми можно выйти на администрацию города. Таким образом, подготавливая свои презентации, студенты используют не только свои знания иностранного языка, но и развивают свои профессиональные умения решать профессионально-значимые задачи в ситуациях, моделирующих условия межкультурного взаимодействия с партнерами.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Восканян А.А., Одарюк А. А., Постукян М. М.* Особенности использования презентация в процессе обучения деловому общению на иностранном языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2015. № 4 (46): в 2-х ч. Ч. II.
2. *Гарифуллина Э. И.* Переменные коммуникационного процесса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 8 (38): в 2-х ч. Ч. I.
3. *Масалова С. В.* Использование аутентичных видеоматериалов при обучении иностранному языку // Молодой ученый. 2015. №15.2.
4. *Матвеева Г. Г.* К вопросу о скрытом воздействии отправителя научного текста на его получателя // Грамматико-стилистические особенности языковых единиц в тексте. Саратов, 1990.
5. *Овчинникова В.Б., Кульгавюк В.В., Павлова Н.Ю.* Формирование аудитивных умений студентов в ситуациях делового общения // Гуманитарные и социальные науки. 2014. №4.
6. *Пост Э.* Этикет. М., 1996.
7. *Тер-Минасова С. Г.* Война и мир языков и культур. М., 2007.
8. *Чикилева Л.С.* Учитесь говорить публично. Одинцово, 2012.
9. *Chikileva L.S.* Cultural Orientation Through Public Speaking Contests // Sino-US English Teaching. Volume 10, Number 10, October 2013. David Publishing.

REFERENCES

1. *Voskanyan A.A., Odaryuk A.A., Postukyan M.M.* Features use the presentation in training business communication in a foreign language // Philology. Questions of theory and practice. Tambov: Diploma, 2015. № 4 (46): in 2 parts. Part II.
2. *Garifullina E.I.* Communication process variables // Philology. Questions of theory and practice. Tambov: Diploma, 2014. № 8 (38): in 2 parts. Part I.
3. *Masalova S.V.* Using authentic video when learning a foreign language // Young scientist. 2015. №15.2.

4. *Matveeva G. G.* On the issue of hidden effects of the sender of the scientific text on its recipient // Grammar - stylistic peculiarities of language units in the text. Saratov: SSPI. 1990.
5. *Ovchinnikova, V.B., Kulgavyuk V.V., Pavlova N.Y.* Formation auditive abilities of students in situations of business communication // Humanities and Social Sciences. №4. 2014.
6. *Post E.* Etiquette. M., 1996.
7. *Ter-Minasova S.G.* War and world languages and cultures. M., 2007.
8. *Chikileva L. S.* Learn to speak in public. Odintsovo, 2012.
9. *Chikileva L.S.* Cultural Orientation Through Public Speaking Contests // Sino-US English Teaching. Volume 10, Number 10, October 2013. David Publishing.

21 января 2017 г.
