

Восканян Алина Акоповна, Одарюк Анна Александровна, Постукян Мария Мелконовна  
**ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРЕЗЕНТАЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ДЕЛОВОМУ  
ОБЩЕНИЮ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ**

В статье рассматривается деловая коммуникация как необходимая составляющая профессиональной культуры работника. Исследуется проблема овладения стратегиями и тактиками делового общения на иностранном языке. Особое внимание уделяется деловой игре как технологии обучения деловому общению, а также презентации и презентационной речи как одному из способов представления результатов деловой игры и овладения межкультурной профессиональной коммуникацией.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2015/4-2/14.html](http://www.gramota.net/materials/2/2015/4-2/14.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2015. № 4 (46): в 2-х ч. Ч. II. С. 60-63. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2015/4-2/](http://www.gramota.net/materials/2/2015/4-2/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

**CONCEPT "BOOK" IN RUSSIAN LINGUISTIC CULTUROLOGY: ASPECTS OF RESEARCHES**

**Volkov Valerii Vyacheslavovich**, Doctor in Philology, Professor  
**Volkova Natal'ya Vasil'evna**, Ph. D. in Philology, Associate Professor  
*Tver State University*  
*Volk7Valery@yandex.ru; volknat@mail.ru*

The article considers the necessity of complex interdisciplinary approach to the concept "Book", including general scientific, "narrow culturological", every-day, professional concept-terminological and pragmalinguistic ("pragmaphilological") aspects. These aspects of researches generate original notions about books and their destinies, publishing business and reading that is founded, from one side, on commonplace notions, on the other hand, on general scientific knowledge about books and publishing business.

*Key words and phrases:* linguistic culturology; sphere of concepts; bibliography; picture of the world; icon (sacred image); book; information; document; author; reader.

УДК 372.881.111.22

**Педагогические науки**

*В статье рассматривается деловая коммуникация как необходимая составляющая профессиональной культуры работника. Исследуется проблема овладения стратегиями и тактиками делового общения на иностранном языке. Особое внимание уделяется деловой игре как технологии обучения деловому общению, а также презентации и презентационной речи как одному из способов представления результатов деловой игры и овладения межкультурной профессиональной коммуникацией.*

*Ключевые слова и фразы:* профессиональная культура; деловое общение; компетенция делового общения; презентация; речевое воздействие; презентационное выступление

**Восканян Алина Акоповна**

**Одарюк Анна Александровна**

**Постукян Мария Мелконовна**

*Южный федеральный университет*

*timalina1@ya.ru; odaryukanna@mail.ru; mmpostukyan@gmail.com*

**ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРЕЗЕНТАЦИЙ В ПРОЦЕССЕ  
ОБУЧЕНИЯ ДЕЛОВОМУ ОБЩЕНИЮ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ<sup>©</sup>**

Глобальные изменения в современном информационном пространстве расширяют возможности коммуникации, делают ее более разноплановой и содержательной. 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. Таковыми являются существовавшие издавна экономические, правовые, финансовые, коммерческие, административные, дипломатические отношения и, например, появляющиеся в нынешних исторических условиях отношения в сфере компьютерных технологий. По свидетельству ученых, более 70% рабочего времени делового человека занимают различные виды профессионального общения [2]. Поэтому владение навыками коммуникации в организации является сегодня неотъемлемой частью профессиональной культуры любого работника, начиная от рядового сотрудника и заканчивая руководителем высшего звена.

Очевидным также является и умение общаться в профессиональном плане с представителями разных культур. Отсюда вытекает и необходимость владения сотрудниками иностранным языком с целью осуществления делового общения. Правомерной становится тогда и содержащаяся в Федеральных государственных образовательных стандартах (далее ФГОС) компетенция, заключающаяся в формировании способности свободно использовать родной и иностранный языки в деловом общении [10].

Как известно, существуют традиционные формы деловой коммуникации, к которым относят деловые беседы, переговоры, совещания, собрания, конференции, деловые встречи разного уровня. С интенсификацией коммуникации в организациях и развитием информационных технологий появилась необходимость мгновенной и обязательной доставки деловой информации. В связи с этим появляются и новые, инновационные формы делового общения, как, например, интернет-переписка, пресс-конференции, брифинги, презентации, ярмарки и выставки товаров, услуг и т.д.

Обучение данным видам делового общения на иностранном языке осуществляется с помощью коммуникативных методов обучения, в том числе и деловой игры, которая представляет собой модель определенной деловой ситуации с постоянно меняющимися условиями. Обычно задействованными бывают несколько

групп участников с разными, возможно, противоположными интересами. Каждой группе предлагается решить свою проблему, чтобы достичь нужного результата [2]. Приведем примеры заданий деловых игр, которые организовываются в ходе учебного процесса в рамках курсов «Деловой английский язык», «Английский язык (профессиональная коммуникация)». Например:

*Задание 1. Work in groups. Choose two large retailing, restaurant or hotel groups that you are familiar with. Discuss the way they present themselves to customers. Then give a presentation comparing the two organisations' approaches to customers. / Поработайте в группах. Выберите две знакомые вам крупные сети розничной торговли, сети ресторанов или отелей. Обсудите, каким образом они представляют себя потребителям. Затем сделайте презентацию, сравнив отношение к потребителям двух организаций.*

*Задание 2. Imagine you work for the Human Resources department of a large international company. You are attending a recruitment fair at a major university. Prepare and give a presentation about the company and the career prospects for university graduates. / Представьте, что Вы работаете в отделе кадров крупной международной компании. Вы едете на ярмарку вакансий в крупный университет. Подготовьте презентацию о Вашей компании и направлениях карьерного развития для выпускников университета.*

*Задание 3. You and your partner are members of the Human Resources department of your company, which till now has no clear policy about support or training for expatriates. Each person has been dealt with on a case-to-case basis. You have been asked by the chief executive to propose a company policy about expatriation, covering training, preparation and support for expatriates and their families, both before departure and while they are abroad. Give a presentation with your proposals. / Вы и Ваш собеседник – сотрудники отдела кадров компании, у которой до нынешнего момента не была выработана четкая политика поддержки и обучения для эмигрантов. Глава компании попросил вас выступить с предложениями в области политики компании относительно эмиграции, с учетом таких аспектов как обучение, подготовка и поддержка эмигрантов и их семей, как до отъезда из страны, так и во время пребывания за границей. Изложите ваши предложения в презентации.*

*Задание 4. You are a consultant specializing in economic and political fields. You have been asked by a client, a European computer manufacturer, to summarise in a presentation the difficulties and challenges of setting up a production in one of the following countries: Colombia, Russia or Indonesia. Choose one and give a presentation. / Вы – консультант, специализирующийся в сфере экономики и политики. Ваш клиент, европейская компания по производству компьютеров, попросил Вас обобщить в презентации проблемы и трудности, которые могут возникнуть при налаживании производства в одной из следующих стран: Колумбия, Россия или Индонезия. Выберите одну страну и сделайте презентацию.*

В настоящее время в обучении языку для специальных целей коммуникативный метод является основополагающим, поскольку способствует поддержанию высокой мотивации к обучению, формированию навыка работы в команде, активизирует учебный процесс, приближая его к условиям профессиональной деятельности. На основании этого представляется целесообразным использование реальных ситуаций делового общения при обучении профессиональному иностранному языку, в частности, перенос реальных ситуаций в учебный процесс.

В ходе развития и совершенствования коммуникативной компетенции обучающихся предполагается решение следующих проблем: формирование ориентированных на профессиональный формат и социокультурные параметры общения основ коммуникативных стратегий и тактик, а также овладение правилами публичной речи и навыками презентации полученных результатов. Наиболее популярными ситуациями делового общения, которые используются в учебном процессе, являются конференции, деловые переговоры, публичная речь, собрания и презентации. Для этого предлагаются, например, такие виды учебных заданий, как доклады на иностранном языке, подготовка рефератов, проектных заданий, курсовых и дипломных работ.

Презентационная речь представляет собой разновидность публичной речи. Термин «презентация» стал обычным и привычным в современной деловой сфере. Презентации применяют, рекламируя новый вид товара, при открытии новой компании или филиала, при анализе результатов исследований и т.д. Презентация (от лат. *presentatio* – представление) является оригинальным литературным жанром, применяемым для характеристики индивидуального имиджа учреждения, перспектив его развития [8]. Кроме того, в современном образовании этот литературный жанр часто употребляется в учебной деятельности.

Существуют определенные правила подготовки и представления результатов презентаций. Так, презентационная речь, подготовленная 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 структурированности;
- 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 [7].

Именно на этих принципах основывается композиционное строение выступления. Структура публичной речи представляет собой обычно трехсоставную композицию, т.е. имеет вступительную, основную часть и заключение. 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.

Заметим, что важной частью психологической составляющей коммуникативной компетенции иноязычного делового общения является функция убеждения. В современном деловом мире информирование партнеров

не является основополагающим моментом. 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 [9, с. 221]. 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 [1].

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 [5]. 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:
  - Firstly...; Secondly...; Thirdly...; In conclusion I'd like to say that ... / Во-первых...; Во-вторых...; В-третьих...; В заключение следует сказать, что ...
  - One more point I'd like to say is that ... / Что я еще хотел сказать...
  - On the one hand..., on the other hand ... / С одной стороны..., с другой стороны ...
  - Moreover ... / Более того ...
  - Let's look now at... / Теперь о ...
  - And finally, let me...; Finally, I'll... / И, наконец, о ...
  - 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 ...
  - Do you really think that... / Вы действительно думаете, что ...
  - I am of the opinion that... / Я представляю точку зрения ...
  - It seems to me that... / Мне кажется, что ...
  - Do you know that... / Знаете ли Вы, что...
- 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 highlight that... / Я бы хотел особенно отметить (подчеркнуть), что ...
  - It should be stressed (noted) that... / Следует подчеркнуть (пояснить, заметить), что ...

Отметим также, что при подготовке речи и самой презентации следует учитывать культурные особенности партнеров по общению. Именно межкультурная составляющая способствует преодолению барьера, обусловленного разницей культур [6] и создающего непонимание при взаимодействии деловых партнеров из разных стран. Нарушение правил иноязычного делового общения воспринимается партнерами по общению более отрицательно, нежели ошибки языковые, поскольку это связано с конфликтом двух культур. Считается, что языковые ошибки в речи иностранцев не замечаются, а вот культурные промахи вызывают недоумение и даже отрицательное отношение к предмету общения [9]. Отсюда возникает необходимость ознакомления студентов с правилами делового этикета страны изучаемого языка [4].

Таким образом, неотъемлемым условием обучения иноязычному деловому общению является синтез лингвистической, коммуникативной, профессиональной, психологической и культурологической составляющих. Основополагающей является межкультурная коммуникативная компетенция, поскольку она обеспечивает достижение целей общения представителей разных стран. Презентация и ее речевое оформление, являясь эффективным коммуникативным методом, воплощающим реализацию всех составляющих, способствуют успешному овладению обучающимися межкультурной коммуникативной компетенцией в процессе профессиональному иностранному языку.

#### Список литературы

1. **Гарифуллина Э. И.** Переменные коммуникационного процесса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 8 (38): в 2-х ч. Ч. I. С. 46-48.
2. **Доможирова М. А.** Деловая игра в обучении профессионально-ориентированному общению на иностранном языке студентов неязыковых вузов: автореф. ... дисс. канд. пед. наук. СПб., 2002. 22 с.

3. Колтунова М. В. Язык и деловое общение. Нормы. Риторика. Этикет: учебное пособие для вузов. М.: Экономическая лит-ра, 2002. 312 с
4. Константинова В. М. Преподавание этики делового общения на занятиях по иностранному языку у студентов экономических специальностей [Электронный ресурс] [http://media.miu.by/files/store/items/uses/xviii/mim\\_uses\\_xviii\\_08012.pdf](http://media.miu.by/files/store/items/uses/xviii/mim_uses_xviii_08012.pdf) (дата обращения: 06.02.2015).
5. Матвеева Г. Г. К вопросу о скрытом воздействии отправителя научного текста на его получателя // Грамматико-стилистические особенности языковых единиц в тексте. Саратов: СГПИ, 1990. С. 3-12.
6. Колмакова В. В., Одарюк И. В. Сопоставительный анализ перевода художественных текстов с учетом национально-культурной специфики // Труды Ростовского государственного университета путей сообщения. Ростов-на-Дону, 2013. № 1. С. 71-79.
7. Пост Э. Этикет. М.: Наука, 1996. 615 с.
8. Презентация [Электронный ресурс] // Современная энциклопедия URL: [http://enc-dic.com/enc\\_modern/Prezentacija-8851.html](http://enc-dic.com/enc_modern/Prezentacija-8851.html) (дата обращения: 06.02.2015).
9. Тер-Минасова С. Г. Война и мир языков и культур. М.: АСТ, 2007. 286 с.
10. ФГОС ВПО по направлениям бакалавриата [Электронный ресурс] // Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования. URL: <http://fgosvo.ru/fgosvpo/7/6/1> (дата обращения: 06.02.2015).

#### THE FEATURES OF USING PRESENTATIONS WHILE TEACHING BUSINESS COMMUNICATION IN A FOREIGN LANGUAGE

Voskanyan Alina Akopovna  
Odaryuk Anna Aleksandrovna  
Postukyan Mariya Melkonovna  
Southern Federal University

*timalinal@ya.ru; odaryukanna@mail.ru; mmpostukyan@gmail.com*

The paper considers business communication as a necessary part of worker's professional culture. The problem of mastering the strategies and tactics of business communication in a foreign language is studied. Particular attention is given to business play as a method of teaching business communication, presentation and presentation speech as one of the ways of showing the results of business play and intercultural professional communication.

*Key words and phrases:* professional culture; business communication; business communication competence; presentation; speech impact; presentation speech.

УДК 811.161

#### Филологические науки

*Статья посвящена описанию разработанной методики определения уровня владения русским языком как иностранным участников Первого уровня VII Фестиваля русской речи иностранных студентов вузов России. Описаны требования и критерии оценивания устной и письменной речи, предъявляемые к конкурсантам, обучающимся на предвузовском этапе обучения. Посредством данной методики определён уровень сформированности коммуникативно-речевой и языковой компетенций участников первого Уровня VII Фестиваля.*

*Ключевые слова и фразы:* русский язык как иностранный; начальный этап обучения; предвузовская подготовка иностранных граждан; иностранные студенты; методика обучения русскому языку как иностранному.

**Вязовская Виктория Викторовна**, к. филол. н.  
Воронежский государственный университет  
*v.vyazovskaya@gmail.com*

#### МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ УРОВНЯ ВЛАДЕНИЯ РУССКИМ ЯЗЫКОМ КАК ИНОСТРАННЫМ (ИЗ ОПЫТА ПРОВЕДЕНИЯ VII ФЕСТИВАЛЯ РУССКОЙ РЕЧИ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ ВУЗОВ РОССИИ (I УРОВЕНЬ))<sup>©</sup>

Одним из направлений работы кафедры русского языка довузовского этапа обучения иностранных учащихся института международного образования Воронежского государственного университета является методическое обеспечение подготовки и проведения Фестивалей русской речи иностранных студентов вузов России [5] (далее ФРР).

В связи с этим представляется важным обратиться к методическому обеспечению I уровня VII ФРР.

В данной статье рассматривается разработанная методика определения уровня сформированности навыков устной и письменной речи участников I уровня ФРР. Данная методика определения уровня владения русским языком была разработана преподавателями кафедры русского языка довузовского этапа обучения иностранных учащихся института международного образования Воронежского государственного университета и включает в себя разработку конкурсных испытаний, требований, предъявляемым к участникам, а также критериев оценивания.

<sup>©</sup> Вязовская В. В., 2015