

Деловая презентация как устная разновидность монологической речи (из опыта преподавания английского языка студентам II степени высшего образования)

Тадеуш Татьяна Николаевна

старший преподаватель кафедры иностранных языков
Могилевского государственного университета имени А.А.Кулешова
(г. Могилев, Беларусь)
tattad@bk.ru

Аннотация. В статье рассматриваются некоторые аспекты методики обучения деловой презентации и формирование навыков устной речи у студентов второй степени высшего образования.

Ключевые слова: деловая презентация, развитие навыков устной речи, коммуникативная компетенция, коммуникативная и когнитивная функция деловой речи.

Abstract. The article deals with some aspects of teaching presentation skills for business. It touches upon the main teaching techniques in development practical skills for post graduate students.

Keywords: business presentation, development of language practical skills, communicative competence, the problem of style, communicative and cognitive function of business speech.

Специфика современного образования в вузе заключается в том, чтобы подготовить конкурентоспособного специалиста, обладающего высоким уровнем профессиональной компетентности. Знание иностранного языка является не только необходимым условием востребованности выпускника вуза на рынке труда, но и в определенной степени условием его социальной защищенности. В этой связи в рамках профессионально ориентированного образования организация учебного процесса по иностранным языкам должна стремиться к достижению следующих целей:

- формированию и развитию иноязычной компетенции, необходимой и достаточной для эффективного решения профессиональных задач;
- развитию способностей и качеств, необходимых для формирования индивидуального и творческого подхода к овладению новыми знаниями.

Студенты, поступающие в магистратуру, либо уже работают, либо имеют опыт работы. Студенты факультета экономики и права, обучающиеся в магистратуре, проходят практику или стажировку на предприятиях и в бизнес-организациях. Это означает, что магистранты практически ежедневно сталкиваются с необходимостью производственного общения, ведения деловой переписки или предоставления отчетности. Умение четко изложить суть вопроса, однозначно сформулировать предложение или требование, убедительно обосновать свои выводы предполагает достаточно высокий уровень лингвистической подготовки, который зависит от практики и тренировки.

Так каким знаниям преподаватель иностранного языка должен обучить будущего менеджера? Всякое общение – устное или письменное – происходит в социальной ситуации, которая предполагает использование определенного речевого жанра. Показателем коммуникативной компетенции менеджера можно считать его умение «трансформировать» информацию из одного речевого жанра в другой. Иначе говоря, менеджер должен уметь «адаптировать» информацию применительно к речевой ситуации. Специалист в сфере деловой профессиональной коммуникации должен владеть навыками двух основных форм делового общения – устной и письменной. Каждая из них имеет свои особенности и специфику. Рассмотрим более подробно факторы, которые учитываются при обучении устной форме речи, на примере языка деловой презентации. В процессе обучения будущий специалист должен осознавать, что устная речь не самоцель, а средство достижения цели. Следовательно, важный навык, который он должен приобрести, – это умение «подстраиваться» под целевую аудиторию, чтобы эффективно воздействовать на нее.

Деловая презентация как устная разновидность монологической речи схожа с деловым письмом и строится по тем же принципам. Например, для нее также характерны принципы краткости и смысловой целостности. Однако устное выступление обладает рядом особенностей. В отличие от письменной речи, как правило, подготовленной, отредактированной и опосредованной (осуществляемой посредством письменного текста), устная речь характеризуется спонтанностью и непосредственностью общения. При этом обмен информацией протекает сразу по слуховому и зрительному каналам, что увеличивает скорость ее восприятия и обработки. Известно, что до 55% информации передается адресату с помощью невербальных средств, что позволяет общающимся видеть реакции друг друга, учитывать их в процессе общения и незамедлительно на них реагировать. Деловая презентация является адресной, т. е. ориентированной на конкретную аудиторию. Другой существенной особенностью деловой презентации является ее регламентированность, т. е. подчиненность установленным правилам и ограничениям. Это ограничение, в частности, касается временных рамок презентации, которые традиционно не должны превышать 10–15 минут.

Содержательность презентации предполагает полноту раскрытия сообщаемой информации, что в свою очередь зависит от эрудиции выступающего, от того, насколько хорошо он знает предмет выступления и умеет логически мыслить. Уровень понимания выступления слушающими тем выше, чем строже структура презентации и чем понятней логика, по которой разворачивается главная мысль. Устное выступление звучит более убедительно, если оно подкреплено примерами, апеллирует к опыту аудитории, соответствует ее целям и уровню. Соответствие слова и фразы конкретной теме и интересам аудитории зависит от умения оратора выбрать нужный стиль. Проблема стиля – это

всегда поиск, всегда творчество. Поэтому поощряется стремление студентов выработать свой индивидуальный стиль публичного выступления, ибо это повышает их мотивацию и заинтересованность в процессе обучения.

Залогом успеха презентации является умение выступающего превратить аудиторию в активного участника коммуникативного процесса. Поэтому ключевым моментом обучения устному выступлению является развитие навыков установления и поддержания постоянного контакта с аудиторией. Если он не достигнут, то либо презентация в целом теряет смысл, либо сильно снижается ее эффективность. В силу того, что устная речь необратима, в ней используются «специальные средства привлечения внимания – элементы автокомментирования» [1, с. 147], которые помогают оратору выделять главные моменты выступления и, облегчая восприятие сказанного, управлять вниманием аудитории. На занятиях стимулируется стремление студентов пользоваться приемами, которые помогают аудитории прогнозировать содержание речи и следовать за ходом рассуждений. Все вышесказанное учитывается при выборе методов обучения и форм контроля в процессе обучения навыкам деловой презентации.

Ответ на вопрос: чему учить? – очевиден. Студентов необходимо научить практике владения стилистически нейтральной разновидностью речи, обладающей определенными лексическими, грамматическими, синтаксическими и стилистическими особенностями. Это, безусловно, является более конкретной задачей, чем овладение английским языком во всем многообразии его функциональных стилей. Следует также воспитывать у студентов уважение к специфике данного жанра делового общения и требовать неукоснительного соблюдения принятых в нем стандартов и требований.

Преподавателю необходимо убедиться, что студенты понимают разницу между говорением как способом общения и устной деловой речью как процессом общения, направленным на достижение определенного результата. В этом случае задача преподавателя состоит в создании такой атмосферы, при которой студенты постепенно начинают чувствовать необходимость самостоятельно повышать уровень своих знаний. Однако на начальном этапе они все же нуждаются в методике организации самостоятельной работы по изучению иностранного языка, и преподаватель обязан вооружить их такой методикой. Наиболее эффективными методами и принципами преподавания являются следующие: обучение через деятельность (learning by doing); индивидуальные (research) или командные (team-work) проектные работы; моделирование деловых ситуаций (case-study), требующих решения проблемы через коммуникативную деятельность в рамках определенного жанра делового общения.

Преподаватель оценивает отношение студента к выполнению задания, исполнение задания по критериям, а затем беседует со студентом, обсуждая и анализируя достигнутые результаты. Предметное обсуждение результатов

выполненного задания позволяет: 1) комплексно оценить работу студентов и определить реальные трудности, с которыми они сталкиваются; 2) внести соответствующие коррективы в организацию учебного процесса; 3) обеспечить управление его динамикой.

Элемент самоконтроля оказывается весьма существенным и плодотворным при отработке и закреплении языковых навыков, ибо обеспечивает объективность оценки знаний, оставаясь, однако, управляемым со стороны преподавателя. Подобная оценка усвоения знаний по критериям осуществляется в течение всего семестра.

Выполняя различные тесты, студенты набирают определенное количество баллов. Эти баллы учитываются при выставлении итоговой отметки. Таким образом, мы подошли к итоговому контролю. Регулярные контрольные работы и тесты не отменяют, однако, устного опроса студентов на экзамене. Как промежуточный, так и итоговый контроль усвоения иностранного языка фокусируется на навыках речевой деятельности и также оценивается по критериям. Результаты оценки на экзамене суммируются с баллами, полученными в течение семестра, на основании чего и выводится общая отметка.

Список литературы

1. **Василик, М.А.** Основы теории коммуникации : учеб. пособие для вузов / М.А. Василик. – М. : Гардарики, 2003. – 615 с.
2. **Максимов, В.И.** Русский язык и культура речи : учеб. пособие для вузов / В.И. Максимов. – М. : Гардарики, 2002. – 412 с.
3. **Общоевропейские компетенции владения иностранным языком: изучение-преподавание, оценка.** – М. : Изд-во МГЛУ, 2003. – 245 с.
4. **Якокка, Л.** Карьера менеджера/ Л. Якокка. – М. : Прогресс, 1991. – 384 с.