

**ЛИНГВОДИДАКТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕЗЕНТАЦИИ  
КАК ФОРМЫ УСТНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ**

Г. А. Павловская, Л. Г. Кузьмина

*Воронежский государственный университет*

В статье рассматриваются лингводидактические характеристики презентации как формы устного профессионального общения. В статье приводятся особенности таких форм презентации, как информативная, побудительная презентация — выражение доброй воли, а также таких типов, как индивидуальная, коллективная, внутренняя и внешняя. В статье выделяются блоки иноязычных упражнений для обучения этому виду речевой деятельности.

Современное общество находится в процессе постоянного развития и совершенствования. Условия глобализации способствуют развитию международного сотрудничества и нахождению новых форм взаимодействия. Одной из таких форм является презентация. В настоящее время проведение презентаций перестало быть привилегией деловых людей, которые выбирали презентацию как эффективный способ прорекламировать или продать свою продукцию, предложить новые пути сотрудничества, убедить партнера в заключении новых сделок и т. д. Сегодня презентация используется представителями различных областей с целью освещения своей деятельности, результатов исследований, научных достижений и др.

Несмотря на то, что презентация как одна из форм устного профессионального общения достаточно широко практикуется, в русском языке термин “презентация” остается сравнительно новым.

Так, например, в словаре русского языка С. И. Ожегова определения слова “презентация” отсутствует [3]. Словарь иностранных слов презентацию определяет, как “представление, предъявление переводного векселя лицу обязанному совершить платеж (трассату)” [5, 396]. В “Толковом словаре иностранных слов” под редакцией Л. П. Крысина презентация определяется, как “публичное представление чего-нибудь вновь созданного (фильма, печатного издания, предприятия и т. п.)” [2, 408].

Однако говорить о том, что презентация как форма общения в российском обществе полностью отсутствует, было бы несправедливо. В отечественной культуре и русском языке существует по-

нятие “доклад” — “публичное сообщение, представляющее собой развернутое изложение на определенную тему” [3, 148], которое наиболее близко по значению понятию “презентация”.

В связи с тем, что слово “презентация” иностранного происхождения, рассмотрим, что же подразумевается под данным понятием в англоязычных культурах. Согласно словарю “Longman Dictionary of English Language and Culture” презентация — это 1) акт представления чего-либо; 2) то, как что-либо сказано, показано, предложено, объяснено другим; 3) речь, как правило, адресованная группе лиц с целью передачи информации [12, 1038]. Словарь “Webster’s New Century Dictionary” выделяет несколько значений слова “презентация”: 1) акт представления чего-либо; 2) показ или выставка; 3) способ представления; 4) что-либо предложенное или данное; 5) описательная или побудительная речь [17, 508].

Анализ словарных статей и аутентичных материалов различных презентаций позволяет думать, что русское слово “доклад” не полностью адекватно слову “презентация”. Во-первых, исходя из словарных определений, презентация — это более широкое понятие, нежели доклад. Во-вторых, в аутентичных источниках и учебно-методической литературе подчеркивается, что презентация — это, в первую очередь, процесс общения/взаимодействия презентующего и аудитории, т. е., другими словами, речь идет о внешних по отношению к самому процессу особенностях презентации. Что же касается интерпретации понятия “доклад” в русском языке, то внимание обращается лишь на его внутренние, имманентно присущие данному процессу, характеристики.

Обобщая все вышесказанное, представляется возможным сформулировать следующее рабочее

определение презентации: *презентация — это форма устного профессионального общения, преимущественно монологического характера, направленная на передачу группе лиц разного рода информации, структурированная и изложенная в соответствии с целью (целями) общения/взаимодействия.*

Как вид учебной деятельности презентация изначально считалась необходимым компонентом формирования коммуникативных навыков и умений в рамках бизнес курсов английского языка. Однако под влиянием спроса разработчики общих курсов английского языка стали включать в свои учебники материалы, посвященные обучению презентации.

Определив понятие “презентация”, перейдем к рассмотрению основных типов презентаций. Анализ методической литературы позволяет выделить несколько типов презентации в зависимости от следующих факторов:

- цели презентации;
- число докладчиков, проводящих презентацию;
- аудитория, прослушивающая презентацию.

Зарубежные авторы по-разному классифицируют презентации в зависимости от их целей. Так, например, К. О. Локкер в книге “Business and Administrative Communication” выделяет три типа презентаций: 1) информативную, 2) побудительную и 3) презентацию — выражение доброй воли [11]. Скотт Обер, автор книги “Contemporary Business Communications”, помимо выделения трех указанных типов презентаций, подразделяет информативные презентации на 1) отчетные и 2) обучающие [14]. В свою очередь, Р. П. Уотлей в статье “Types of Presentations” делит презентации на 1) информативные, 2) обучающие, 3) побуждающие к действию, 4) побуждающие к размышлению, 5) побуждающие к принятию решения [18]. Таким образом, анализ литературы позволяет нам выделить три основных типа презентации в зависимости от ее целей:

1. информативная презентация;
2. побудительная презентация;
3. презентация — выражение доброй воли.

**1. Информативная презентация.** Как правило, любая презентация, независимо от ее типа, является информативной, то есть несет новую информацию. Однако в отличие от других типов презентаций в информативной презентации донесение до аудитории релевантной информации является не сопутствующей, а основной целью.

Скотт Обер, выделяет два типа информативных презентаций: 1) отчетную и 2) обучающую [14].

**1.1. Отчетная презентация.** Цель данной презентации состоит в информировании аудитории о проделанной работе, текущих событиях, проведенных мероприятиях, проектах, осуществленных сделках и продажах и других видах деятельности. Отчетные презентации отличаются официальностью, нейтральностью изложения, выраженной в пассивных синтаксических конструкциях. Кроме того, отчетная презентация должна характеризоваться достоверностью предоставляемой информации, что достигается обязательным указанием на источники информации.

**1.2. Обучающая презентация.** Обучающая презентация призвана передать слушателям различные знания, умения и навыки. Анализ учебной литературы и аутентичных текстов презентаций позволяет подразделить обучающую презентацию на 1) презентацию-инструктаж (instructional/demonstrative presentation) и 2) презентацию-тренинг (training presentations) [9; 15].

**1.2.1. Презентация-тренинг.** Целью презентации-тренинга является передача аудитории какого-либо знания. Для достижения этой цели необходимы четкая структурированность и последовательность излагаемого материала, его наглядность, способствующая более полному пониманию и запоминанию. Более того, в презентации-тренинге важен контакт с аудиторией, достижение которого может гарантировать лучшее восприятие информации, стимулирует аудиторию к постановке вопросов и, как следствие, способствует прояснению сложных и неясных моментов презентации. С целью достижения столь важного контакта с аудиторией презентующему необходимо не только профессионально разбираться с представляемым материалом, но и уметь пользоваться как вербальными, так и невербальными средствами общения, что, несомненно, важно при проведении презентации любого типа.

Среди вербальных средств, необходимых для установления контакта с аудиторией или для привнесения в презентацию так называемого личностного момента (“human touch”) [6], следует отметить средства “расцветивания” приводимой информации, такие, как фрагменты художественной речи (стихотворения, цитаты, анекдоты и т.д.) и образительно выразительные средства (метафора, аллегория, гипербола, риторические вопросы и др.), которые делают передаваемую информацию более яркой, образной и, как следствие, легко усваиваемой и запоминающейся.

К невербальным средствам установления контакта с аудиторией относятся язык телодвижений, мимика, жесты, корректное использование которых также способствует налаживанию контакта с аудиторией.

1.2.2. *Презентация-инструктаж*. Презентация-инструктаж, в отличие от презентации-тренинга, подразумевает не только сообщение информации; ее главной целью является передача какого-либо умения или навыка (например, навыков работы на новом оборудовании, навыков использования программного продукта). Основной отличительной чертой презентации-инструктажа является ее наглядность (отсюда, кстати, одно из названий данного типа презентаций — “demonstrative presentation”). Так же, как и в названных выше типах презентаций, в презентации-инструктаже сохраняются официальный стиль и нейтральность изложения, передаваемая пассивными синтаксическими конструкциями, к которым присоединяются императивные конструкции.

Особенно важными в данном типе презентации являются последовательное и логичное изложение информации, а так же повторение особенно важных моментов презентации, понимание которых необходимо слушателям для приобретения того или иного навыка. Следует отметить, что, как и в любом образовательном процессе, в презентации-инструктаже особая роль отводится этапу контроля полученных умений и навыков. Презентующий должен помнить, что его слушатели должны вынести не просто новую информацию, а приобрести новые умения и навыки. Для достижения этой цели особое внимание уделяется этапу вопросов и ответов (“Question Time”), призванному служить более полному пониманию презентации, выяснению деталей, неясных моментов [6].

Кроме того, в презентации-инструктаже следует отводить время на апробирование представленной информации, другими словами слушатели должны иметь возможность поработать с демонстрируемым предметом, оборудованием. Это способствует более полному закреплению полученного навыка, присутствие компетентного презентующего гарантирует предотвращение и исправление возможных ошибок.

**2. Побудительная презентация.** Целью побудительной презентации является убедить аудиторию поменять свое мнение, отношение, принять точку зрения презентующего, предлагаемые им пути решения проблемы, купить рекламируемый продукт или услугу. В зависимости от того, на что

презентующий намеревается подвигнуть своих слушателей, конкретное физическое действие (купить продукт) или умственную деятельность (обдумать определенную проблему, ситуацию) выделяют два типа побудительных презентаций: 1) *презентация — побуждение к действию*, 2) *презентация — побуждение к размышлению*.

Оба типа презентации призваны воздействовать на аудиторию, для чего широко используются изобразительно-выразительные средства языка, делающие презентацию более яркой и образной. Контакт с аудиторией и ее доверие к презентующему достигается различными способами: использование конкретных примеров и достоверных фактов (возможно, даже отчасти известных слушателям), выражение личного мнения, ссылка на личный опыт.

В побудительной презентации, как в никакой другой, от презентующего потребуются ораторское мастерство. Именно поэтому столь важными становятся правильная расстановка пауз и ударения, интонация, скорость речи. В своей книге “Presenting in English: How to give successful presentations” Марк Пауэл посвящает этим вопросам целую главу под названием “Using Your Voice”, в которой приведены упражнения на 1) расстановку ударения, 2) варьирование скорости речи, 3) варьирование интонации, 4) расстановку пауз [16].

По словам автора, неправильная расстановка ударения затрудняет понимание представляемой информации в гораздо большей степени, чем неправильное произношение. Марк Пауэл предлагает упражнения на расстановку ударения, как в отдельных словах и наиболее часто употребляемых словосочетаниях (“market share”, “board meeting”), так и в рамках высказывания с целью выделения определенной информации при помощи ударения.

Варьирование скорости речи необходимо для выделения наиболее важной информации в рамках высказывания. Изменение интонации может служить эффективным приемом привлечения внимания слушателей и передачи личного отношения презентующего к сообщаемой информации. Правильное варьирование скорости речи и интонации делает презентацию более экспрессивной и легкой для восприятия [16].

Не менее важным, по мнению зарубежных исследователей, является и корректная расстановка пауз (chunking), позволяющая выделить логические части высказывания, привлечь внимание слушателей или помочь слушателям сконцентрироваться на определенной информации [13; 16].

Необходимо отметить и то, что побудительная презентация должна отличаться не только языковой, но и внешней выразительностью и эмоциональностью, которые достигается при помощи зрительного контакта с аудиторией, правильной жестикуляцией, одним словом, верным использованием языка тела [6].

Особая роль при подготовке и проведении презентации отводится наглядному материалу. Эффективная побудительная презентация — это всегда наглядная презентация. Таким образом, неправильно подобранное текстовое наполнение, форма, цветовая гамма, а также неверное, неуверенное использование наглядного материала в процессе проведения презентации могут свести на нет эффективность побудительной презентации или даже иметь прямо противоположное влияние на аудиторию тому, на которое изначально рассчитывал презентующий.

### 3. Презентация — выражение доброй воли.

Основной задачей подобных презентаций является создание дружественной, благоприятной атмосферы [11]. Выделяют три разновидности данного типа презентации: 1) поздравительная презентация; 2) вступительная/заключительная презентация; 3) приветственная/прощальная презентация. Следует упомянуть, что данные виды презентаций могут быть как абсолютно самостоятельными, так и включаться как составляющие элементы в другие типы презентаций.

3.1. *Поздравительная презентация.* Каждый из нас когда-либо присутствовал или даже сам проводил презентацию этого типа. Это поздравительные презентации, посвященные юбилярам, заслуженным работникам и выдающимся деятелям различных областей. Такие презентации, как правило, сопровождаются награждением, кратким обзором профессиональной деятельности и заслуг виновника торжества.

3.2. *Вступительная/заключительная презентация.* Основная задача вступительной презентации состоит в объявлении целей собрания и приветствия аудитории. Это может быть приветственная презентация президента компании на очередном совете директоров или презентация компании руководителем, проводимая для ее новых работников. Заключительная презентация закрывает собрание, в ней презентующий кратко подводит итоги встречи и благодарит слушателей за участие в мероприятии.

3.3. *Приветственная/прощальная презентация.* В отличие от вступительной/заключительной

презентации, приветственная/прощальная презентация носит свободный характер. Приветственная презентация призвана служить своеобразным вступлением (warming-up presentation) к последующему мероприятию, такому, как например, праздничное заседание, корпоративная вечеринка, банкет. Обычно приветственные презентации сообщают о причине торжества (заключение сделки, завершение проекта, выход новой книги, календарный праздник) и могут включать элементы отчетной презентации, поскольку сообщают о проделанной работе или определенном ряде событий. Прощальная презентация играет роль своеобразного “занавеса” и необходима для закрытия праздничного мероприятия. Следует отметить, что помимо вышеуказанных примеров приветственные/прощальные презентации могут проводиться при встрече новых сотрудников или же переводе коллег в другой отдел, уходе на пенсию (farewell speech).

В зависимости от количества человек, осуществляющих подготовку и проведение презентации, презентации можно разделить на два типа:

1. индивидуальная презентация;
2. коллективная презентация.

**1. Индивидуальная презентация (individual presentation)** является наиболее распространенным видом презентации. Как следует из названия, подготовка и проведение индивидуальной презентации осуществляется одним презентующим/докладчиком. Исходя из рабочего определения презентации, независимо от ее типа, любая презентация всегда направлена на осуществление устного профессионального общения. Таким образом, индивидуальная презентация — это не просто монологическое выступление, это общение/взаимодействие докладчика и аудитории. Именно поэтому успех индивидуальной презентации во многом зависит от умения докладчика устанавливать контакт и эффективно взаимодействовать с аудиторией.

**2. Коллективная презентация (team presentation)** проводится несколькими презентующими и подразумевает не только совместное проведение, но и совместную подготовку презентации, необходимые для слаженной работы всех ее участников. Выбор данного вида презентации может быть оправдан, например, в случае, когда тема или вопрос требуют рассмотрения специалистов из разных областей. Следует отметить, что, в отличие от классической индивидуальной презентации, для коллективной презентации особенно важным является

умение эффективно взаимодействовать не только с аудиторией, но и с коллегами-презентующими, что представляет собой наибольшую сложность при проведении презентации данного типа [15].

Аудитория или слушатели, для которых проводится презентация, также играют важную роль при подготовке и проведении презентации. В зависимости от аудитории выделяют следующие типы презентации:

1. внутренние презентации;
2. внешние презентации.

**1. Внутренняя презентация (internal presentation)** осуществляется исключительно в рамках коллектива или предприятия, в котором работает презентующий. Внутренние презентации могут проводиться с целью огласить, какие вопросы стоят на повестке дня, ознакомить новых коллег с положением дел, убедить начальство в повышении заработной платы.

**2. Внешняя презентация (external presentation)** проводится для приглашенной аудитории (представителей других предприятий, учреждений) и не исключает присутствия коллег презентующего [13]. Так, презентации, проводимые, к примеру, на закрытом собрании акционеров, в рамках различных мастер-классов для сотрудников, на плановом заседании кафедры и т.д., следует классифицировать как внутренние презентации. Однако те же самые презентации, осуществляемые с соответствующими изменениями для приглашенной аудитории, следует классифицировать как внешние презентации [6].

Отдельного рассмотрения заслуживает внешняя презентация, которая проводится для иноязычной аудитории. Следует отметить, что иноязычная аудитория может быть как монокультурной, так и мультикультурной. В любом из этих случаев, помимо базовых умений и навыков подготовки и проведения презентации, от презентующего потребуются знания многочисленных социокультурных особенностей иноязычной аудитории. Согласно положениям государственной программы «Концепции модернизации Российского образования на период до 2010» одной из приоритетных задач является формирование способности будущих специалистов адаптироваться в мультикультурной среде. Кроме того, в соответствии с идеями существующего в настоящее время компетентного подхода в образовании в качестве конечного результата обучения следует рассматривать не сумму усвоенной информации, а способность человека действовать в различных проблемных си-

туациях. На сегодняшний день очевидно, что для реализации этих задач необходима социокультурная практическая составляющая, ориентированная на овладение умениями межкультурной коммуникации как одной из потребностей современного общества [1].

Исходя из всего вышесказанного, логичным будет заключить, что обучение презентации должно ставить своей целью приобретение теоретических знаний о социокультурных особенностях монокультурных и мультикультурных аудиторий, а также формирование умений и навыков межкультурного общения с иноязычной аудиторией. При отсутствии умений и навыков межкультурного общения презентующего неминуемо ожидает сбой процесса коммуникации. В результате общение с аудиторией, особенно на этапе постановки вопросов и ответов на них («Question Time»), может просто не состояться. Именно поэтому студенты, которые по роду будущей профессиональной деятельности будут взаимодействовать с иноязычной аудиторией, нуждаются не только в базовом курсе презентации, но и в специализированном, направленном на формирование умений и навыков, позволяющих грамотно осуществлять подготовку презентации и эффективно взаимодействовать с моно- или мультикультурной аудиторией в процессе ее проведения в условиях межкультурной коммуникации.

В схематичном виде типология презентаций представлена рисунке.

Заключая рассмотрение вопросов, посвященных типологии презентации, справедливо отметить, что приведенная классификация типов презентаций и их краткая характеристика позволяет говорить о необходимости обучения презентации с учетом особенностей, свойственных тому или иному типу презентации. В связи с этим представляется возможным выделить следующие блоки иноязычных упражнений, нацеленных на развитие умений и навыков подготовки и проведения презентаций на иностранном языке:

- упражнения, направленные на овладение различными типами презентации;
- упражнения, направленные на овладение структурными элементами презентации;
- упражнения, направленные на овладение лексико-грамматическими средствами оформления высказывания;
- упражнения на подготовку наглядного материала и его использование в процессе презентации;

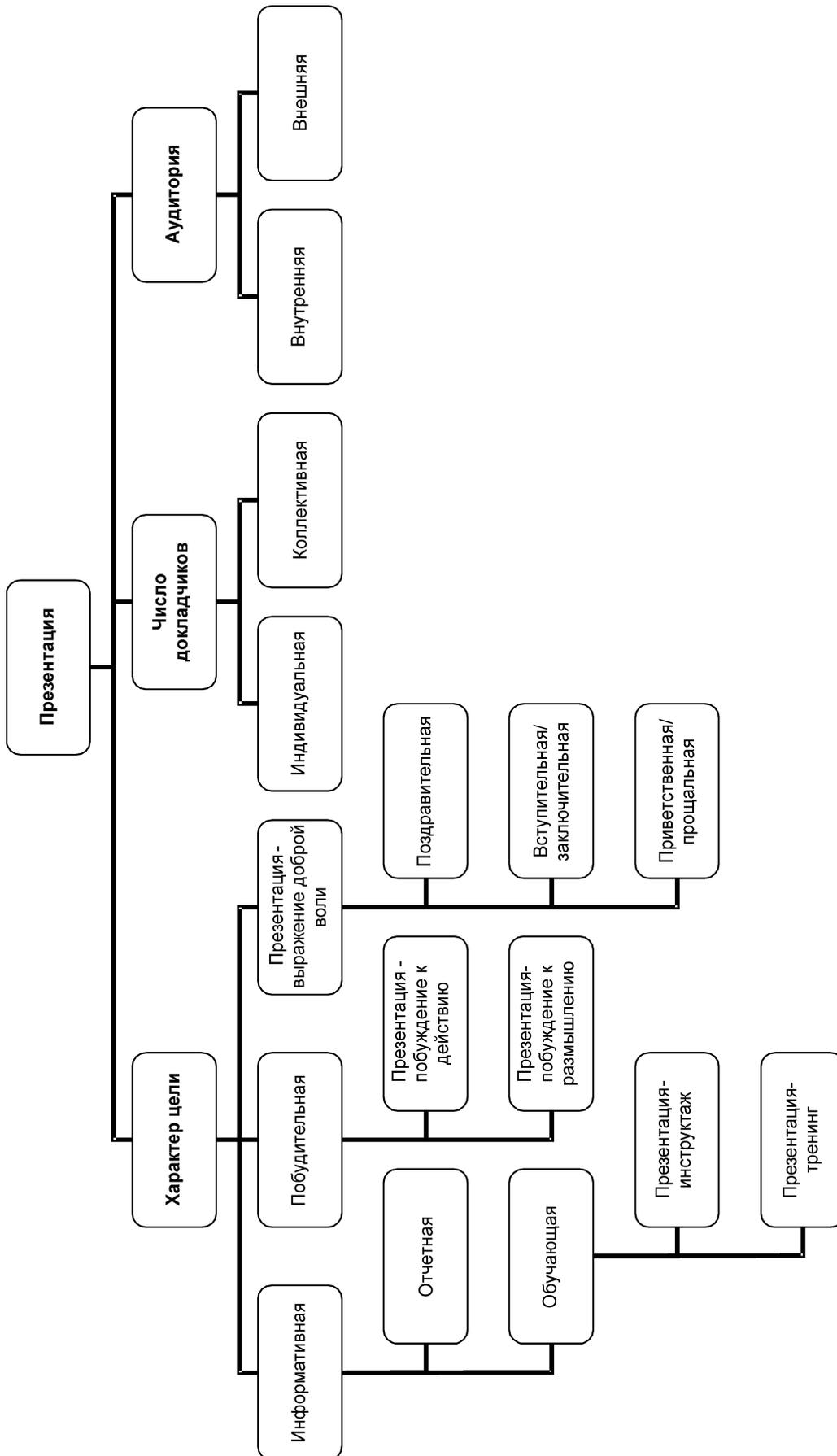


Рис.

– социокультурные упражнения, направленные на обучение проведению презентации в условиях межкультурного общения [4].

Обучение презентации с использованием приведенной типологии и иноязычных упражнений способствует формированию умений и навыков, необходимых для подготовки и проведения презентации и позволит приобрести знания и умения профессионального иноязычного общения в условиях межкультурной коммуникации.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Андреев А.* Знания или компетенция? // Высшее образование в России. — 2005. — № 2. — С. 1—11.
2. *Крысин Л.П.* Толковый словарь иностранных слов. — М.: Рус.яз., 1988.
3. *Ожегов С.И.* Словарь русского языка / Под ред. Н. Ю. Шведовой. — 18-е изд. — М.: Рус.яз., 1987.
4. *Павловская Г.А., Кузьмина Л.Г.* Обучение презентации как одной из форм устного профессионального общения студентов неязыковых специальностей // Проблемы германских и романских языков: Лингвистика. Лингвострановедение. Методика преподавания языков. — Воронеж: Истоки, 2006. — С. 271—280.
5. Словарь иностранных слов. — 15-е изд., испр. — М.: Рус.яз., 1988.
6. *Comfort J.* Effective Presentations. — Oxford University Press, 1995. — 80 p.
7. *Ehrenborg M.* Powerful Presentations. — Kogan Page, 1993. — 117 p.
8. Formation De Formateurs: Материалы тренинга фирмы “bioMerieux Service Formation Produits”. — bioMerieux, 2002. — 161 p.
9. *Jones L.* Working in English. — Cambridge University Press, 2001. — 144 p.
10. *Klarer M.* Prasentieren auf Englisch. — Frankfurt/Wien: Redline Wirtschaft bei Ueberreuter — 2003. — 131 s.
11. *Locker K.O.* Business and Administrative Communication. — McGraw-Hill, 2005. — 517 p.
12. Longman Dictionary of English Language and Culture. — Longman, 1992.
13. *Master P.* Responses to ESP. — San Jose (USA): San Jose State University, 1998. — 244 p.
14. *Ober S.* Contemporary Business Communications. — Houghton Mifflin Company, 2005. — 687 p.
15. *Powell M.* In Company. — Macmillan, 2002. — 142 p.
16. *Powell M.* Presenting in English: How to give successful presentations. — Thomson/Heinle, 2002. — 128 p.
17. Webster’s New Century Dictionary. — New York: Gramercy Books, 2001.
18. *Whatley R.* Types of Presentations. — <http://www.cypressmedia.net/pages/artcletypes.htm>.