

**Ключевые слова:**

коммуникативная компетентность,  
публичная речь,  
коммуникативные технологии

**О. А. Калугина**, ст. преподаватель  
кафедры «Иностранные языки» ГУМФ  
(e-mail: [kaluginaruc@rambler.ru](mailto:kaluginaruc@rambler.ru))

**Н. В. Чернышкова**, к. фил. н.,  
доц. кафедры «Иностранные языки» ГУМФ  
(e-mail: [ronas2007@rambler.ru](mailto:ronas2007@rambler.ru))

# Презентация в формировании коммуникативной компетентности

*Изменения, происходящие сегодня в политической, экономической и социальной жизни, находят отражение в сфере образования и вызывают необходимость пересмотра точки зрения на публичное выступление, наряду с которым с недавнего времени рассматривается презентация. Владение искусством презентации требуется не только во время учебы в вузе, но и в дальнейшей профессиональной деятельности экономиста, финансиста.*

В этом контексте целесообразен технологический подход к обучению студентов основам профессиональной деятельности (В. П. Беспалько, В. И. Боголюбов, Н. М. Зверева, М. В. Кларин, М. М. Левина, В. А. Сластенин и др.). Реализация технологического подхода базируется на дидактических теориях, таких как обучение: контекстное (А. А. Вербицкий), модульное (Г. В. Лаврентьев, П. И. Третьяков), диалоговое (В. С. Библер, С. Ю. Курганов), адаптивное (Н. В. Границкая), информационное (О. П. Околелов). Однако они по-прежнему направлены в основном на усвоение студентами теоретико-методологических основ высшего образования, тогда как нерешенными остаются вопросы превращения педагогической теории в эффективный инструмент реализации идей на практике. Успешность этого процесса в значительной мере зависит от коммуникативных факторов. Это обуславливает необходимость развития у будущих специалистов финансово-экономического профиля профессиональной коммуникативной компетентности с помощью гуманитарных технологий, включающих технологию «работа над проектом-презентацией».

Необходимо отметить, что понятие «гуманитарная технология» наполнено смыслами «уважение личности», «ценность жизни», «существование, развитие человека», «качество жизни» и др. Это направление комплексно разрабатывается в программах ЮНЕСКО. Педагогическое сообщество также продуцирует новый дискурс образования, направленный на определенные модели построения обучения с позиции толерантности, сохранения здоровья, признания прав и достоинств учащихся, разнообразия мнений, опыта и жизненных позиций, языковой культуры, а также многих других факторов жизненного уклада, деятельности и отношений<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> См.: Бычков Н. В. Технологии развития управленческой компетентности руководителей образовательных учреждений // Гуманитарные науки и образование. — 2010. — № 4. — С. 21.

Ряд ученых отмечает, что «гуманитарные технологии — это совокупность технологий влияния. Их особенность — оказание мягкого, щадящего влияния на личность с целью осуществления ею выбора жизненной стратегии, ведущей к личному и профессиональному успеху»<sup>2</sup>. Технология создания презентаций отвечает данным характеристикам и нацелена на решение задач обучающегося и развивающегося человека. Она используется на занятиях по иностранному языку в Государственном университете Минфина России, и ее эффективность подтверждается на ежегодных научно-практических конференциях, где студенты демонстрируют владение базовыми коммуникативными компетенциями.

Основываясь на позициях исследователей в области профессиональной коммуникативной компетентности (В. Н. Введенский, Ю. В. Ильина, О. С. Осипчук, Е. М. Кузьмина и др.), в качестве компонентов структуры коммуникативной компетентности будущего специалиста финансово-экономического профиля в рамках данного исследования выделим следующие компетенции:

— акмеологическая — предполагает знание критериев и факторов движения к вершинам профессионализма посредством коммуникации (включает целенаправленность, эмоциональную устойчивость, рефлексивность мышления и эмпатию; реализуется как процесс познания себя, партнера по деловому общению, установление с ним эмоциональных отношений, умение прогнозировать поведение собеседника);

— дискурсивная — выражается в умении воспринимать смысл высказываний и строить их в соответствии с коммуникативным контекстом. Включает навыки проведения деловых встреч и бесед, совещаний, общения по телефону, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;

— иноязычная — свободное владение иностранным языком как средством профессионального общения;

— социолингвистическая — готовность понимать и выполнять речевые действия, соответствующие конкретной ситуации.

Безусловно, необходимо учитывать данную структуру при формировании коммуникативной компетентности будущих специалистов финансовой сферы с помощью технологии «работа над проектом-презентацией».

Таким образом, использование данной технологии предполагает не только знание практического аспекта, но и четкое понимание теоретико-методологических особенностей презентации как инструмента публичной речи. Так, например, на начальном этапе подготовки презентации в первую очередь встает вопрос о ее грамотном составлении и структурировании содержания по теме публичного выступления, что невозможно без теоретических знаний о презентации. Дифференцируем понятия «публичная речь» и «презентация».

Публичная речь — это устная форма литературного языка, используемая в выступлениях на общественно-значимые темы. Наиболее полным нам представляется определение Н. Н. Кохтева: «Это устное, как правило, подготовленное выступление, произносимое перед аудиторией, следующее коммуникативно-речевым и соответствующим виду ораторской речи стилистическим и композиционным нормам, с целью информирования аудитории и воздействия на нее для получения желаемого эффекта»<sup>3</sup>.

В большинстве определений публичной речи говорится о необходимости учитывать взаимодействие оратора и аудитории, отмечается приоритет живого слова, выражающего не только мысли, но и чувства, настроения человека. Это форма массовой коммуникации, которая представляет собой устное монологическое общение с присутствием диалогического элемента; ее характеризуют многочисленная аудитория и непосредственный контакт с ней, официальная обстановка, заданность тематики. Публичная речь как результат транспозиции подготовленной письменной речи в устную форму общения сочетает в себе нормы письменной и устной речи; механизм ее функционирования

<sup>2</sup> Гуманитарные образовательные технологии в вузе: методическое пособие / О. В. Акулова, А. А. Ахаян, Е. Н. Глубокова и др.; под ред. С. А. Гончарова. — СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2007.

<sup>3</sup> Кохтев Н. Н. Ораторская речь: композиционно-стилистическая структура: дис. ... д. фил. н. — М., 1993.

отмечен следующими противоречиями: нормативность литературного языка — ситуативность устной речи, подготовленность — спонтанность, монологичность — диалогичность.

Методический алгоритм действий оратора при подготовке речи был впервые предложен римским ритором Квинтилианом. Данный алгоритм включает в себя следующие действия: выбор темы (название, логическое и прагматическое рассмотрение), сбор материала из устных и письменных источников; создание самой речи (расположение аргументов в соответствии с замыслом с одной стороны и с учетом характера и интересов аудитории с другой; отработку речи в соответствии с правилами стилистики, по нормам литературного языка и с использованием речевых фигур), выступление.

Результат дальнейшей дифференциации на основании более конкретных признаков — виды или жанры. Эта классификация носит ситуативно-тематический характер, учитывается, во-первых, ситуация выступления, во-вторых, его тема и цель.

В традиционных жанрах публичной речи в современных условиях реализуются коммуникативные стратегии фирм или деловых партнеров, которые требуют не только умения самопрезентации, но и пропаганды философии компании, организационных ценностей, корпоративной культуры, а также знаний потребительского рынка, финансового рынка, контактных аудиторий, структур власти и т. п. Для этого следует как развивать коммуникативные навыки, ораторские способности, консультироваться у профессиональных спичрайтеров, читать специализированную литературу, так и научиться представлять информацию, поскольку половина успеха выступления зависит от того, насколько наглядно и ясно оратор способен передать его суть. Лучшие помощники в реализации данной задачи — презентации.

### **ОСНОВЫ СОЗДАНИЯ ПРЕЗЕНТАЦИЙ**

Термин «презентация» в современном языке появился сравнительно недавно и ассоциируется чаще всего с рекламой какого-либо товара или услуги. Основные определения презентации: «общественное представление чего-либо нового, недавно появившегося, созданного», «информационный или рекламный инструмент, позволяющий сообщить нужную информацию об объекте презентации в удобной для получателя форме»<sup>4</sup>. Второе определение отвечает целям нашего исследования.

Мультимедийная презентация представляет собой сочетание текста, гипертекстовых ссылок, компьютерной анимации, графики, видео, музыки и звукового ряда в единой среде. Кроме того, презентация имеет сюжет, сценарий и структуру, организованную для удобного восприятия информации. Отличительная особенность подобной презентации — ее интерактивность, т. е. создаваемая для пользователя возможность взаимодействия через элементы управления.

Презентации можно разделить на несколько видов, в зависимости от способа использования и целей создания. Выделяют две основные группы:

- печатные;
- электронные: в форматах PowerPoint, PDF; видеопрезентации, мультимедийные, интерактивные в формате 3D; CD-, DVD-, бизнес-презентации (компании, проекта, продукта, фирмы).

На сегодняшний день презентация — один из самых комфортных и эффективных способов ознакомления целевой аудитории с новой информацией или продвигаемым объектом, одно из средств осуществления обмена информацией, когда нужна яркая и четкая ее подача. С помощью презентации легко реализуется коммуникативная задача обучения сотрудников, слушателей семинара или лекции, повышения лояльности клиентов и бизнес-партнеров.

Особое внимание следует обратить на то, что задача презентации состоит не в копировании выступления, а в его дополнении, раскрытии сложных тем, выделении ключевых моментов. Для этого необходима работа над структурой выступления и его визуальным воплощением в слайдах: использование диаграмм, рисунков и фотографий в качестве дополнения, сведение текстовой информации до необходимого

---

<sup>4</sup> См.: Интернет-энциклопедия Википедия (<http://ru.wikipedia.org>).

минимума в тезисы, формулирование заголовков, отражающих суть слайда<sup>5</sup>. При разработке и использовании нужно учитывать, что слайды вызывают интерес и делают разнообразным процесс презентации, усиливают воздействие выступления. В этом случае аудитория не решает дилемму: слушать ей специалиста или читать текст. Выступление и презентация работают, как слаженный механизм.

Учитывая теоретико-методологические характеристики презентации, выступающей в качестве инструмента публичной речи, можно сделать вывод, что технология «работа над проектом-презентацией» интегративна — она предполагает интеграцию приемов для мотивации студентов к созданию индивидуального речевого продукта. Наряду с формированием у студентов навыков самообразования данная технология развивает критическое мышление и помогает излагать свои суждения. Более того, при следовании определенным правилам структурирования информации у студента формируются навыки логичного изложения любой информации, в частности финансово-экономической направленности<sup>6</sup>.

Работа над проектом-презентацией выявляет наличие когнитивного компонента в структуре коммуникативной компетентности и формирует у студента способность и готовность:

- искать (запрашивать различные базы данных, получать информацию и др.);
- изучать (организовывать взаимосвязь знаний и систематизировать их, использовать свои собственные приемы обучения и др.);
- размышлять (критически относиться к поступающей информации, занимать позицию в дискуссиях, вырабатывать свое собственное мнение и др.);
- включаться в деятельность (входить в группу или коллектив и вносить свой вклад, нести ответственность и др.);
- сотрудничать (работать в группе, договариваться на основе разумного компромисса и др.);
- адаптироваться (использовать новые технологии усвоения информации, не сдаваться перед трудностями и др.)<sup>7</sup>.

Можно сделать вывод: данная технология, эффективно используемая при изучении дисциплин «Иностранный язык», «Деловой иностранный язык», «Иностранный язык по специальности», ориентирована на личность студента. Обращение к ней обусловлено также тем, что она позволяет обучающемуся сосредоточиться на исследуемой теме, переместить акцент с лингвистического аспекта на содержательный, исследовать проблемы и размышлять над их решением на иностранном языке.

Технологию «работа над проектом-презентацией» при обучении английскому языку, таким образом, можно считать непростым, но эффективным этапом в формировании критического мышления. Она отличается тем, что в результате определенной поисковой, исследовательской, творческой деятельности обучающиеся не только приходят к решению поставленной задачи, но и создают конкретный продукт, показывающий их умение применить полученные результаты на практике. В процессе работы над презентацией студенты самостоятельно, без помощи или при минимальной помощи преподавателя иностранного языка выделяют тему исследования, определяют подвопросы, выдвигают гипотезы их решения, исследуют связи между ними, а затем возвращаются к основному вопросу и делают выводы. В ходе защиты проекта предусматриваются широкое обсуждение на иностранном языке предлагаемых решений, оппонирование, дискуссия. Поэтому от защищающих проект-презентацию требуется умение аргументировать свою точку зрения, выдвигать контраргументы оппонентам, поддерживать дискуссию, приходиться к компромиссу, демонстрируя и развивая структурные компоненты коммуникативной компетентности, выражающиеся в перечисленных умениях.

<sup>5</sup> См.: Занина Е. Л. Эффективное использование слайдов при проведении научной презентации // *Материалы межвузовской научно-практической конференции*. — Москва: АБиК, 2009. — С. 111–122.

<sup>6</sup> См.: Калугина О. А. Формирование коммуникативной компетентности // *Академия бюджета и казначейства Минфина России. Финансовый журнал*. — 2011. — № 4. — С. 185.

<sup>7</sup> См.: Тесленко В. И., Латынцев С. В. *Коммуникативная компетентность: формирование, развитие, оценивание: монография* / В. И. Тесленко, С. В. Латынцев; Красноярский гос. пед. ун-т им. В. П. Астафьева. — Красноярск, 2007. — С. 41–42.

## СОЗДАНИЕ ПРЕЗЕНТАЦИЙ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ВУЗЕ

Рассмотрим более подробно особенности презентаций в экономическом вузе. Алгоритм их создания состоит из трех этапов: планирование, разработка проекта и окончательного варианта текста, репетиция.

**Планирование** презентации:

1. Определение целей.

Для достижения наибольшего эффекта перед студентами ставится задача создать презентацию, цель которой максимально приближена к целям реальных презентаций работников финансовой сферы.

Различают следующие виды презентаций:

— презентация фирмы — направлена на создание имиджа фирмы в деловых кругах, создание или воссоздание ее благоприятного образа; реклама названия фирмы и продукции;

— презентация проекта — информирование людей о каком-либо проекте, поиск заинтересованных в поддержке его разработки и реализации. Этот вид презентации требует особого внимания к форме подачи, содержанию и подготовке материала;

— отчет о выполненной работе — представление узкой группе людей результатов реализации определенного проекта;

— обсуждение плана будущих работ — информирование определенного круга лиц о намеченных работах, их описание для того, чтобы подвергнуть объект презентации критическому анализу и изменению;

— презентация товара — создание знания о новой марке, товаре или услуге на целевом рынке, ознакомление потребителей с новыми возможностями товара, формирование у них интереса.

2. Изучение аудитории.

При оценке аудитории бизнес-презентации следует принимать во внимание следующие факторы: величину группы, соотношение специалистов и неспециалистов, возрастные характеристики.

3. Формирование структуры и логики подачи материала.

Хорошо структурированный материал, взаимосвязь содержательных частей презентации дает аудитории возможность усвоить и понять информацию. Большая часть аудитории — не носители языка, они предпочитают структуру, которая доступна и проста. Многие успешные презентации состоят из трех частей: введение, основная часть и заключение. Другие могут быть более сложными. В качестве примера приведем структуру презентации продукта:

— введение — представление себя и фирмы, определение цели презентации, ее значимости для целевой аудитории, формулирование основных пунктов содержания;

— основная часть — описание продукта, его качественных характеристик, преимуществ над продуктами конкурентов; определение группы целевых потребителей, обоснование цены и информирование о распространении данной продукции;

— заключение — обобщение представленного материала и формулирование выводов в форме рекомендаций по приобретению данного продукта.

**Разработка проекта** презентации и окончательного варианта ее текста должна основываться на следующих положениях:

1. Внимание слушателей концентрируется на начале выступления, затем оно постепенно ослабевает и несколько усиливается к концу. В связи с этим студентам рекомендуется включить наиболее значимую информацию в начало презентации и для привлечения внимания аудитории использовать такие приемы, как риторические вопросы, формулирование промежуточных выводов, демонстрация конкретных примеров.

2. Структурирование частей презентации должно опираться не на формальную композицию работы, а на ее смысл. Очень часто, особенно на этапе планирования, структура презентаций студентов имеет формальный характер — введение, основная часть и заключение не связаны по смыслу.

3. Использование графиков, схем, диаграмм, формул необходимо для демонстрации бизнес-презентации. Это также может быть затруднительным для студентов финансово-экономического вуза. Данные умения формируются с помощью практических упражнений.

4. Нужно также уметь рационально составлять, правильно оформлять, грамотно комментировать слайды.

5. Перед сдачей проекта необходимо проверить текст на наличие смысловых, лексических и грамматических ошибок.

**Репетиция** презентации — финальный этап. Во время репетиции студенты должны проверить:

- знание материала, способность говорить на тему без использования записей;
- правильное оформление интонационного рисунка выступления;
- использование просодических средств — мимики, жестов;
- соблюдение временных рамок.

Эффективность предложенной структуры подготовки презентации в финансово-экономическом вузе подтверждается участием и победами студентов Государственного университета Минфина России в межвузовских конкурсах презентаций.

Очевиден продуктивный характер данной технологии, отвечающей современным требованиям к владению коммуникативной компетентностью. Технология «работа над проектом-презентацией» позволяет сформировать у студентов навыки самостоятельно-го ведения исследования в заданной области, что поможет им в дальнейшем реализовывать более сложные проекты в их профессиональной деятельности. Ценность ее, на наш взгляд, заключается в том, что эта технология метапредметна: способы и приемы деятельности в ней могут быть применены к любой предметной деятельности.

Таким образом, мы приходим к следующему выводу: работа над проектом-презентацией на занятиях по иностранному языку — эффективная интегративная технология формирования коммуникативной компетентности студентов финансово-экономических вузов. Развитие рыночных отношений в нашей стране, глобализация, интенсификация, наблюдающиеся на всех уровнях коммуникации вследствие эволюции в сфере информатики, порождают необходимость быстрого и беспрепятственного распространения информации с помощью презентаций, а умение владеть публичной речью и навыки электронной презентации в настоящее время стали неотъемлемой частью профессиональной компетентности работника финансово-экономической сферы.

## **Библиография**

1. Гуманитарные образовательные технологии в вузе: методическое пособие / О. В. Акулова, А. А. Ахаян, Е. Н. Глубокова и др.; под ред. С. А. Гончарова. — СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2007. — 159 с.
2. Рождественский, Ю. В. Принципы современной риторики. — М.: СвР-Аргус, 2000. — 136 с.
3. Кохтев, Н. Н. Ораторская речь: композиционно-стилистическая структура: дис. ... д. фил. н. — М., 1993. — 340 с.
4. Тесленко, В. И., Латынцев, С. В. Коммуникативная компетентность: формирование, развитие, оценивание: монография / В. И. Тесленко, С. В. Латынцев; Красноярский гос. пед. ун-т им. В. П. Астафьева. — Красноярск, 2007. — 256 с.
5. Барсукова, М. М. Презентация? Презентация! Презентация [Электронный ресурс] / Фестиваль педагогических идей «Открытый урок». — Режим доступа: <http://festival.1september.ru/articles/313733/>.
6. Бычков, Н. В. Технологии развития управленческой компетентности руководителей образовательных учреждений // Гуманитарные науки и образование. — 2010. — № 4. — С. 21.
7. Занина, Е. Л. Особенности научной презентации // Материалы межвузовской научно-практической конференции. — Москва: АБик, 2009. — С. 100–110.
8. Занина, Е. Л. Эффективное использование слайдов при проведении научной презентации // Материалы межвузовской научно-практической конференции. — Москва: АБик, 2009. — С. 111–122.
9. Калугина, О. А. Формирование коммуникативной компетентности // Академия бюджета и казначейства Минфина России. Финансовый журнал. — 2011. — № 4. — С. 185.
10. Официально-деловой стиль речи. Специфика деловой коммуникации [Электронный ресурс] / ИДО РУДН. — Режим доступа: <http://www.ido.rudn.ru/ffec/rlang/rl11.html>.
11. Потапова, С., Федоров, К. Создание презентаций [Электронный ресурс] / Маркетинг-журнал 4p.ru. — Режим доступа: <http://www.4p.ru/main/theory/80227/>
12. Интернет-энциклопедия Википедия [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org>.