

КОММУНИКАТИВИСТИКА И ОБРАЗОВАНИЕ

Реализация коммуникативных факторов в развитии презентационных навыков студентов

The Role of Communication Factors in the Development of Students' Presentation Skills

DOI: 10.12737/2587-9103-2022-11-6-50-58

Получено: 31 августа 2022 г. / Одобрено: 22 сентября 2022 г. / Опубликовано: 26 декабря 2022 г.

**О.И. Баранова**

Канд. филол. наук, доцент,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет,
Россия, 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., 21,
e-mail: oska_1965@mail.ru

O.I. Baranova

Assistant Professor,
Saint-Petersburg State University of Economics,
Ph.D. in Philology,
21, Sadovaya str., St. Petersburg, 191023, Russia,
e-mail: oska_1965@mail.ru

**И.Н. Воскресенская**

Старший преподаватель,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет,
Россия, 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., 21,
e-mail: ir.v@mail.ru

I.N. Voskresenskaya

Senior Lecturer,
Saint-Petersburg State University of Economics,
21, Sadovaya str., St. Petersburg, 191023, Russia,
e-mail: ir.v@mail.ru

**М.В. Ланина**

Старший преподаватель,
Санкт-Петербургская государственная
консерватория им. Н.А. Римского-Корсакова,
Россия, 190000, Санкт-Петербург, Театральная пл., 3,
e-mail: marinalanini@mail.ru

M.V. Lanina

Assistant Professor,
Saint-Petersburg N.A. Rimsky-Korsakov State
Conservatory,
Teatralnaya square, 3, St. Petersburg, 190000, Russia,
e-mail: marinalanini@mail.ru

**Е.С. Курукалова**

Канд. филол. наук, доцент,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет,
Россия, 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., 21,
e-mail: katya_polyanskay@mail.ru

E.S. Kurukalova

Assistant Professor,
Saint-Petersburg State University of Economics,
Ph.D. in Philology,
21, Sadovaya str., St. Petersburg, 191023, Russia,
e-mail: katya_polyanskay@mail.ru

Аннотация

В статье рассматривается важность овладения студентами презентационными навыками как одной из форм коммуникации. Подчеркивается необходимость владения данными навыками для достижения конкурентного преимущества профессионального работника нового времени. Целью работы авторов было проанализировать широкий спектр ошибок, допускаемых студентами в публичных выступлениях разного типа, и предложить способы их преодоления. Основным критерием оценки служит коммуникативно-прагматический фактор. Особое внимание уделяется вопросу перевода. При изучении проблемы авторы руководствовались собственным опытом работы со студентами при подготовке к различного рода научным конференциям и конкурсам. Делается вывод о необходимости воспитания у студентов осознанности и контроля на всех уровнях порождения дискурса: когнитивном, лингвистическом, паралингвистическом, психологическом.

Ключевые слова: презентация, коммуникация, беглость, конкурентоспособность, прагматика, сообщение, перевод, вербальный, невербальный.

Abstract

The article discusses the importance of mastering presentation skills by students as one of the forms of communication. The authors highlight the fact that the need to possess these skills to achieve a competitive advantage of a professional worker of the new time is of crucial importance. The authors aimed to analyze a wide range of mistakes made by students in public speeches of various types and suggest ways to overcome them. The communicative-pragmatic factor was chosen as the basic evaluation criterion. Special attention is paid to translation. When studying the problem, the authors were guided by their own experience of working with students in getting them prepared to various types of scientific conferences and competitions. A conclusion is made on importance of developing in students of self-awareness, which will provide conscious approach and control at all levels of discourse generation: cognitive, linguistic, paralinguistic and psychological.

Keywords: presentation, communication, fluency, competitiveness, pragmatics, message, translation, verbal, non-verbal.

Введение

В современном социуме владение информацией является одним из факторов конкурентного преимущества. С другой стороны, умение и способность

делиться информацией может обеспечить солидную базу для сотрудничества.

В контексте настоящего времени, когда конкуренция и конкурентоспособность могут привести к

развитию противостояния, особенно необходимо искать и расширять пути для сотрудничества. Следовательно, умение адекватно представить информацию, сделать ее понятной и полезной, будет способствовать развитию коммуникации, взаимодействию и взаимопониманию между партнерами, а также расширению контактов.

Именно поэтому развитие презентационных навыков у студентов уже давно занимает значительное место при обучении иностранным языкам. И это понятно, ведь эти навыки требуются уже с первых минут знакомства с потенциальным работодателем — во время собеседования, например, когда соискатель или кандидат должен быстро и убедительно представить себя как наиболее подходящую кандидатуру на открывающуюся позицию. В дальнейшем бывшему студенту и настоящему работнику предстоит еще не раз воспользоваться полученными навыками, поскольку творческая деятельность по руководству проектами, стратегическому развитию компании или отрасли требует умения обосновать свою позицию, заинтересовать возможных сторонников и найти материальную и моральную поддержку для своих идей.

Таким образом, цель данной работы — выявить и проанализировать наиболее распространенные ошибки, допускаемые студентами в докладах и презентациях, которые негативно влияют на восприятие информации, и акцентировать внимание преподавателя на способах их преодоления.

Обзор литературы

Презентационные навыки являются значимыми для формирования профессиональных компетенций обучаемых, что отмечается в работах многих исследователей [2; 5–7; 13 и др.].

Презентационные навыки можно считать одной из форм коммуникации, поскольку овладение ими подразумевает «передачу и восприятие информации, значений и чувств посредством обмена вербальными и невербальными сообщениями» [14, с. 21]. Вербальный аспект осуществляется посредством использования языковых средств и речевой деятельности. Невербальный представляет собой язык тела, зрительный контакт, язык жестов, модели поведения и является не менее важным, поскольку презентация содержит также и элемент представления — *performance*.

Презентация в межкультурной среде создает особую форму межкультурной коммуникации и представляет собой именно практическую и прагматическую реализацию коммуникативных способностей. Более того, при представлении информации в межкультурной среде возникает и проблема перевода, поскольку другой язык представляет собой иную

реальность [8, с. 20], и нам придется выбирать стратегии перевода в соответствии с реалиями данной культуры.

Таким образом, при развитии презентационных навыков в межкультурной среде мы будем руководствоваться комбинацией равноправных факторов, а именно, языковых, прагматических и психологических, и именно эта синергия позволит студенту научиться выстраивать отношения и реализовывать свои коммуникационные задачи.

Однако прежде чем мы обратимся к более подробному рассмотрению этих факторов и их влияния на результат презентационной деятельности, хотелось бы остановиться на причинах столь пристального внимания авторов к данной форме коммуникации.

Методы и материалы

Материалом для данной работы послужили презентации студентов, как удачные, так и неудачные, а именно, этапы работы студента над получением конечного продукта (презентации, доклада).

Этапы включали (количество промежуточных этапов могло варьироваться от минимум 3 до 7) — первичный текст, доработку, которая могла включать структурирование текста в соответствии с тематикой, оптимизацию языкового материала. Также подразумевалась работа с наглядными материалами и соответствующая оптимизация языкового материала. Далее осуществлялась работа над переводом. Этот этап мог проходить и параллельно, в зависимости от степени подготовленности студента.

Всего было проанализировано 30 презентаций, материал собирался в течение 3 лет работы. Уровень иностранного языка у студентов, участвующих в отборе, мог быть одинаковым или разным (высоким или низким), что давало авторам возможность посмотреть, во-первых, динамику развития навыка, а во-вторых, подтвердить факт совершения одних и тех же прагматических, языковых, психологических, стилистических ошибок у студентов с разным уровнем владения языком.

Мероприятия, в которых принимали участие студенты, включали внутривузовские, региональные, всероссийские и международные конкурсы презентаций и конференции в рамках НИРС.

Методы оценки были выработаны в соответствии со следующими критериями:

- точность языковых навыков;
- беглость речи и свобода владения языком;
- информационная нагруженность (или перегруженность как негативный аспект);
- комфортность восприятия.

Следует отметить, что последние два критерия принимались за основные. Таким образом, реализо-

вывался коммуникативно-прагматический аспект, и успешной могла также считаться презентация с некоторыми грамматическими и фонетическими недочетами, точно так же, как и безупречный на первый взгляд языковой материал мог оказаться полной неудачей при неадекватной хаотичной подаче и перегруженности информацией.

Результаты, дискуссия

В настоящее время развитие дистанционных технологий позволяет вузам проводить большое количество конкурсов презентационных проектов на иностранных языках, на которых студенты представляют свои работы в форме **видеопрезентации** или **видеороликов**, т.е. короткой мотивационной речи-описании проекта. Это, безусловно, положительный фактор как для тренировки языковых способностей, так и развития самих презентационных навыков. Обе формы подразумевают раскрытие какой-либо идеи или описание проекта, однако в первом случае акцент делается больше на описание характеристик, свойств и преимуществ проекта, т.е. языковой фактор можно считать здесь ведущим (мы в данном случае имеем в виду текст изложения, а не визуальные материалы на слайдах), а во втором основная роль отводится подаче материала, то есть эмоционально-прагматической стороне. Таким образом, в обоих случаях задействованы все три фактора, однако вклад их в том и в другом случае различен.

Анализ ошибок, которые мешали студенту добиться желаемого результата, а иногда приводили и к полному провалу презентации при общем высоком уровне владения иностранным языком, побудил авторов более внимательно изучить идею презентации как вида коммуникации и ее составляющие факторы — языковой, прагматический и психологический аспекты, находящиеся в постоянном взаимодействии и взаимосвязи.

Языковой аспект представлен лингвистическими и экстралингвистическими средствами. Наряду со знанием грамматических правил и структур, стилистических норм и адекватного словарного запаса, необходимо осознанное использование просодических характеристик, интонации, логического ударения для выделения значимой информации и выбор правильного темпа речи. Знание лингвистических средств обеспечивает, с одной стороны, локальную связность предложений в единый текст, а с другой стороны, оптимизацию языкового материала, фокусируя речь на основной цели. Это помогает избежать громоздких, трудных для восприятия конструкций, длинных объяснений, делает речь емкой и информативной. Это же касается текстового материала на слайдах, который должен в краткой тезисной форме отражать идеи

докладчика. Соответственно должен подбираться и языковой материал, а именно, синонимы, средства, обобщающие, усиливающие, выделяющие, обеспечивающие связь между элементами текста. Таким образом, умение правильно использовать просодические характеристики обеспечит и правильную расстановку акцентов в соответствии с реализуемой прагматической задачей.

Задача эта усложняется в контексте межкультурного общения и необходимости изложения материала на иностранном языке, а поскольку подавляющее большинство студентов переводит свои тексты на иностранный язык с родного, но не создает их уже на иностранном языке, то возникают трудности перевода, главной из которых, на наш взгляд, является соблюдение баланса между полнотой изложения — передачей мысли — и перегруженностью текста лексическим и грамматическим материалом.

Соответственно, под **прагматическим аспектом** мы будем понимать ориентацию на слушателя, поскольку успех презентации будет зависеть от правильного восприятия информации, и это правильное восприятие должен обеспечить сам докладчик, поскольку в данном виде коммуникации у него нет возможности получить обратную связь непосредственно во время выступления. А в случае дистанционного формата — даже и после выступления. Обратную связь студент получает уже в виде положительной или отрицательной реакции на проект (в последнем случае — просто в виде отсутствия такой реакции). То есть необходимо продумать заранее, в каком виде материал «дойдет» до целевого потребителя, например, отдела по стратегическому управлению студенческими проектами университета.

Прагматический аспект реализуется и выбором структуры презентации. Во-первых, определяется тема и, что очень важно, границы темы, что в дальнейшем не позволит студенту отклоняться от основной идеи, с одной стороны, и пресекает распространение бессодержательных суждений [10, с. 13] и повторений, с другой стороны, чем очень грешат доклады на иностранном языке, когда студент стремится продемонстрировать красивую речь, забывая, зачем он это делает. Формулировка темы и ее границ составляет первую вводную часть презентации. Во-вторых, организация визуальных материалов на слайдах должна отражать ключевые моменты данного раздела, а текстовый материал должен подкреплять основные идеи, и весь текст презентации должен соответствовать конечной цели и ею объединяться, т.е. обладать глобальной связностью.

Приведем пример того, как определяются границы темы довольно успешной презентации студентки 2-го курса факультета туризма и гостеприимства

СПбГЭУ. Студентка выбрала для своего выступления тему «Роль знания английского языка для профессиональной деятельности на предприятиях индустрии гостеприимства» (*English Language for professionals in hospitality*). Тема, безусловно, очень широкая, представляющая массу «опасностей» — потери концентрации, развития побочных направлений. Поэтому в самом начале выступления студентка ограничила информацию в соответствии со следующим планом:

- 1) важность иностранного (английского) языка для работника индустрии гостеприимства;
- 2) статистика по миру и в России — сколько и какой персонал в индустрии гостеприимства в России недостаточно знают английский язык, и как это влияет на результат и имидж;
- 3) причины того, что работники не знают или плохо знают, или же вовсе не хотят учить язык, например, изучение языка может рассматриваться как дополнительная нагрузка или же это является недостатком корпоративной культуры компании, т.е. работники — и рядовые, и менеджеры — не чувствуют себя полноправными членами команды, работают исключительно за зарплату, и никто не берет на себя ответственность за работу предприятия. Соответственно, очерчивается круг ключевых слов, таких как *Affinity and Loyalty*; *Reluctance and Indifference*; а также *Lingua franca*;
- 4) влияние сформированной корпоративной культуры на мотивированность персонала изучать иностранный язык.

Хотелось бы также коснуться и немаловажной роли психологии [3, с. 293–296]. Любое публичное выступление — а презентация, в какой форме она бы ни была, является публичным выступлением — предполагает стрессовую ситуацию, соответственно, психологический аспект играет огромную роль в успехе, т.е. в правильном восприятии информации слушателем. Психологическое состояние докладчика, без сомнения, будет оказывать влияние и на скорость речи и ее членораздельность, и на громкость, и на правильный (т.е. продуманный) интонационный контур, выраженность логических ударений. Сложность психологического аспекта заключается в том, что он начинает действовать на бессознательном уровне. То есть даже если студенту кажется, что у него нет волнения или страха сцены, тем не менее результат получается вовсе не таким, какой ожидался. Речь оказывается либо монотонной и лишенной акцентов, либо слишком быстрой, либо присутствует и то и другое. Также психологический аспект способствует увеличению процента ошибок, как фонетических, так и грамматических.

Анализ ошибок студентов показал, что, кроме вышеперечисленных объективных факторов, работа

над которыми ведется при подготовке презентации, т.е. текста, слайдов и речи, существуют еще и субъективные факторы, а именно то, как сам студент понимает и представляет себе свое выступление [4, с. 47–51]. И здесь, как выяснилось, нас подстерегают определенного свойства «подводные камни».

Парадокс в том, что при осуществлении презентации на иностранном языке нашим «врагом» становится именно то, что на обычных занятиях по иностранному языку является одной из задач обучения разговорной речи, а именно, беглость. Выяснилось, что желание продемонстрировать эту беглость и выглядеть в языковом плане как носитель языка — то, к чему стремятся все студенты, изучающие язык, — оказывает негативное влияние на качество презентации и, соответственно, на восприятие информации аудиторией и окончательный успех вроде бы талантливого проекта. Погоня за беглостью вкупе с эмоциональным напряжением приводит к монотонности, отсутствию выразительности, членораздельности — и все это мы наблюдаем у студентов с достаточно высоким уровнем знания языка.

Вторая серьезная ошибка — желание «впихнуть» как можно больше подробностей и деталей, сделать текст (как кажется) как можно более информативным, описать всевозможные причины и следствия. Однако это приводит к перегруженности информацией, увеличению темпа речи, что, в свою очередь, ведет к потере концентрации на цели сообщения и невыразительности речи.

Третья ошибка заключается в желании студента продемонстрировать свое умение импровизировать. При общем высоком уровне владения языком и знакомстве с материалом своего сообщения студенту кажется, что это довольно-таки легко. Однако здесь его подводит именно языковой фактор — недостаточно просто желания высказаться по вопросу, необходимо не просто умение, а закрепленный навык осознанно оптимизировать материал, используя наработанные языковые средства — синонимы, антонимы, грамматические конструкции, держа постоянно в памяти цель сообщения и границы темы. Пока такой навык не доведен до автоматизма, цена импровизации — множество обрывочных, бегло проговоренных фраз, хотя и объединенных (до определенной степени) задуманной целью.

Как уже упоминалось, презентация в межкультурной среде предполагает реализацию переводческого аспекта. Дело в том, что степень владения иностранным языком у студентов варьируется очень широко. Однако стоит все же признать, что процент учащихся, которые могут сгенерировать свое выступление непосредственно на иностранном языке, довольно мал. А это значит, что подавляющее боль-

шинство студентов будет создавать текст своего выступления сначала на родном, в нашем случае русском, языке, и лишь затем переводить его на иностранный.

Следует отметить, что в обоих случаях наличие грамматических, лексических и стилистических ошибок неизбежно. Однако при осуществлении перевода на иностранный язык текст теряет живость, язык становится более формальным и тяжеловесным, менее гибким, более многословным (это как раз касается именно перевода с русского на английский) и, следовательно, менее интересным и менее сфокусированным на конкретной информации. Проблема состоит в том, что разные языки используют разный набор языковых средств, по-разному группируют смыслы и конкретизируют информацию. Например, для русского текста характерны длинные предложения со множеством придаточных, зачастую вложенных одно в другое, повторения слов, словосочетаний, использование разных выражений для передачи одного и того же смысла. Английский язык, наоборот, требует небольших предложений, отсутствия повторов, группировку смыслов либо в конструкции, либо в именные группы.

Студент, который грамматически правильно переводит свой текст с русского языка на английский, стремится учесть все нюансы своего высказывания с точки зрения своего родного языка и тем самым рискует создать «буквальный перевод», т.е. абсолютно «неудобоваримый» — громоздкий, трудновоспринимающийся текст. При этом он не осознает этого, поскольку руководствуется исключительно грамматическими правилами и данными словаря. И если это простой двуязычный, а не толковый словарь, то можно не заметить разницы при переводе синонимичных пар, например, типа *гесеиве* и *ассерт*.

Итак, для успешной презентации на иностранном языке студенту необходимо создать свой собственный текст сначала на русском языке, учесть уровень и подготовку аудитории к полноценному восприятию предлагаемой информации. Для этого ему нужно осуществить в первую очередь внутриязыковой перевод по классификации Романа Jakobsona [12, с. 16]: взять за основу весь прочитанный материал, переформулировать его и создать оригинальный текст для последующего межъязыкового или собственно перевода на английский язык.

Соответственно, студент самостоятельно работает над переводом-пересказом, изложением, адаптацией текста в рамках одной и той же знаковой системы, а также перекодирует текст или тексты из одного функционального стиля, из одного жанра в другой. Это и есть основная особенность коммуникативности — навык, умение, способность передавать свои мысли, чувства, эмоции так, чтобы они были пра-

вильно и полностью поняты другими людьми. Благодаря коммуникативности для студента облегчатся переход от одноязычной коммуникации к межъязыковой, двуязычной, т.е. истолкованию языковых знаков одного языка языковыми знаками другого.

При работе с презентациями осуществляется и третий вид перевода по Jakobsonу — трансмутация, или интерсемиотический перевод, а именно, перевод из одной семиотической системы в другую, от нее отличную, в нашем случае интерпретация неязыковых знаков языковыми и наоборот [11, с. 10]. То есть картинки, знаки, графики и графические изображения должны, с одной стороны, перекодироваться в языковые знаки, т.е. текст, который произносит докладчик, а с другой стороны, они должны уметь иллюстрировать, конкретизировать и дополнять вербальную текстовую информацию, сокращая таким образом количество вербального текста, что оказывается существенным в условиях ограниченного времени, отводимого на каждую презентацию [9, с. 58].

Приведем некоторые примеры работы с преобразованием текста презентаций различных студентов.

Пример № 1. Работа над текстом презентации студентки факультета туризма и гостеприимства (внутриязыковой перевод):

Исходный вариант: «Для специалистов туристической отрасли и **гостиничного** бизнеса в частности **необходимыми условиями** успешной **профессиональной** деятельности является способность использовать иностранный язык для достижения **профессионально** значимых целей.

Известно, что **гостиничный бизнес** является сферой человеческой деятельности, в которой **самым важным** является общение, поэтому практическое владение иностранным языком имеет **чрезвычайно большое значение** в **профессиональной** деятельности будущих специалистов **гостиничной** отрасли.»

Переработанный вариант: «Важность знания иностранного языка в гостиничном бизнесе определяется тем, что эта сфера человеческой деятельности предполагает общение. Следовательно, практическое владение иностранным языком будет иметь **огромное значение** в профессиональной деятельности специалистов **этой** отрасли.»

Мы видим, что в двух абзацах исходного варианта содержится много одинаковых по смыслу выражений, которые студентка постаралась, на наш взгляд, успешно оптимизировать. Те же приемы она постаралась использовать в примере № 2.

Пример № 2. Исходный вариант: «Как повысить **мотивацию** в изучении английского языка у персонала гостиницы? Важно четко выявить **мотивацию**, с которой придется работать, и уже на ее основании

строить обучающую стратегию, а также разрабатывать варианты усиления мотивации сотрудников.»

Переработанный вариант: «Как повысить **заинтересованность** персонала гостиницы в изучении английского языка? Для этого сначала важно четко выявить **мотивацию**, с которой придется работать, и уже на ее основании строить обучающую стратегию, а также разрабатывать варианты усиления мотивации сотрудников.»

Следующий пример касается работы уже с переработанным русским текстом и непосредственно межъязыковым переводом на английский язык той же студентки. Сначала у студентки получается буквальный перевод, который она впоследствии улучшает, производя внутриязыковой перевод уже на английский язык.

Пример № 3. Русский вариант:

«1. Сейчас в большинстве отелей в России одним из существенных показателей при устройстве на работу является уровень знания английского языка, однако работодатели, особенно в небольших отелях, не уделяют должного внимания данному критерию. Как показывает практика, персонал в российских отелях действительно не понимает важности этого критерия. Более того, он по большей части не способен пользоваться имеющимися у него знаниями английского языка в ежедневной рутине.

2. Одна из причин данного явления — это отсутствие корпоративной культуры у предприятий, т.е. сотрудники не знают и не понимают ценностей компании, в которой они работают, не знают саму миссию предприятия, игнорируя систему коммуникации, деловой этикет, традиции организации, трудовую этику и т.д. Соответственно, знание или незнание иностранного языка воспринимается как их личная проблема, не имеющая отношения к работе в компании. Важность знания иностранного языка в гостиничном бизнесе определяется тем, что эта сфера человеческой деятельности предполагает общение. Следовательно, практическое владение иностранным языком имеет чрезвычайно большое значение в профессиональной деятельности специалистов гостиничной отрасли. Знать английский хотя бы на базовом уровне должны все сотрудники гостиницы, но тем, кому по долгу службы приходится контактировать с клиентами, придется изучать его на высшем уровне.

3. К чему приводит игнорирование **необходимости формирования корпоративной культуры отеля**? В первую очередь это работа «за зарплату», которая

является основным движущим фактором, а ответственность каждого работника за удовлетворение клиента, удовольствие от работы, получение опыта и знаний в эту схему уже не вписываются. Соответственно, может страдать эффективность работы компании.»

Первый вариант перевода — буквальный перевод:

«1. *Now in most **Russian hotels** one of the **important** indicators when applying for a job is the level of knowledge of the English language but **employers**, especially in **small hotels**, do not pay due attention to this criterion. As practice shows, the staff in **Russian hotels** really do not understand the **importance** of this criterion. Moreover, they are mostly unable to use their existing knowledge of English language in their daily routine.*

2. *One of the reasons for this phenomenon is the lack of corporate culture among enterprises, that means employees do not know and do not understand the values of the **company** in which they work, do not know the mission of the **enterprise** itself, ignoring the communication system, business etiquette, organization traditions, work ethics, etc. Accordingly, knowledge or ignorance of the English language is perceived as their personal problem that is not related to work in the company. The **importance** of knowledge of a foreign language in the **hotel business** is determined by the fact that this area of human activity involves communication. Therefore, practical proficiency in a foreign language is **extremely important** in the professional activities of **specialists in the hotel industry**. All hotel employees should know English at least at the basic level, but those who have to contact customers on duty will have to study it at the highest level.*

3. *What does ignoring the need to shape the hotel's corporate culture lead to? First of all, this is a job "for salary", which is the main driving factor and the responsibility of each employee for customer satisfaction, pleasure from work, gaining experience and knowledge no longer fits into this scheme. Accordingly, the efficiency of the company may suffer.»*

Как мы видим, в данном варианте присутствуют лишние выражения, ненужные уточнения, длинные предложения, громоздкие комбинации слов, повторения. Жирным шрифтом мы выделили повторения и громоздкие конструкции. Переработка этого варианта привела к значительному упрощению текста и его сокращению без потери смысла. Сложные для восприятия предложения были разбиты на более короткие, сложные предложные конструкции заменили на именные группы, более характерные для английской грамматики.

Второй вариант перевода, переработанный:

«1. *Now in most global hotel chains one of the important indicators when applying for a job is the level of knowledge of the English language, however most small Russian hotels, do not pay due attention to this criterion. As a result, their staff are practically unable to use their existing knowledge of the English language in their daily routine.*

2. *One of the reasons is undeveloped corporate culture. Employees do not understand the values or the mission of the company they work in, ignoring the communication system, business etiquette, traditions, work ethics, etc. Accordingly, knowledge of the English language is perceived as their personal problem unrelated to work in the company. Importance of knowledge of a foreign language in hospitality is determined by the fact that this area of human activity involves communication. Therefore, foreign language proficiency is essential for professionals in this sphere, especially those having to contact customers on duty.*

3. *What does underestimation of the corporate culture factor lead to? First of all, «job for salary» is the main driving factor, and responsibility of each employee for customer satisfaction, pleasure from work, gaining experience and knowledge no longer fits into this scheme. Therefore, efficiency of the company suffers.»*

Интересно, что работа по улучшению текста могла идти в двух направлениях. То есть не всегда от улучшенного (переработанного) русского текста к английскому. Довольно часто работа над переводом заставляла студентов задуматься над тем текстом, который они создали на родном языке, и откорректировать его. Таким образом, можно сказать, что переводческая деятельность способствует более осознанному подходу к тексту как объекту коммуникации как таковому.

Обратимся к примеру такой работы по корректуре презентации студентки 1-го курса факультета туризма и гостеприимства СПбГЭУ, посвященной важности изучения иностранного (английского) языка в строительстве.

1. «Индустрия (имеется в виду строительство) обеспечивает развитие, экономический рост и необходимость строительства **домов для жизни**» → *houses for life* (заменяла на *residential houses*, что привело к корректуре в русском тексте — «**жилых домов**»)

2. «Уровень **процесса выполнения строительных работ**» (*the process of performing construction work* заменила на *the construction process*).

3. «Есть огромный шанс попасть на иностранную стажировку, **зная английский язык**» (*перевела как if you know English*, что привело к корректуре в рус-

ском тексте «**У вас есть огромный шанс попасть на иностранную стажировку, если вы знаете английский язык**»).

4. «Для этого некоторые компании иногда организуют **курсы английского языка, необходимые для коммуникации с зарубежными партнерами**» (*To do this, construction companies organize English language courses to facilitate communication with foreign partners*, что привело к корректуре в русском тексте — «**чтобы облегчить / упростить коммуникацию / общение**»).

5. «Также интересно, кого выберет работодатель-строитель при наборе на свободную вакансию, человека со знанием английского или без».

Первоначально студентка сделала буквальный перевод, который выглядел следующим образом: *It is also interesting who the employer-builder will choose when recruiting for a vacant vacancy, a person with or without knowledge of English.*

Далее студентка решила изложить смысл своей идеи несколько по-другому: *Nowadays employers in construction tend to increasingly recruit candidates with sound knowledge of English.*

В русский текст она также внесла соответствующие изменения: «В настоящее время работодатель-строитель стремится нанимать на работу кандидатов с солидной подготовкой по английскому языку».

6. «Во-первых, они должны коммуницировать между собой». (*First, they must communicate between themselves* — исправлено на *with each other*).

Выводы

Подобная работа с текстом действительно заставляет студентов более осознанно относиться к выбору лексических и грамматических средств и к стилистическому облику фразы или предложения в текстах на обоих языках, что впоследствии приводит к закреплению этой привычки и более внимательному отношению как к устному, так и письменному тексту уже на начальном этапе работы.

Естественно, в этом случае от преподавателя требуется больший контроль и вовлеченность. Однако работа последнего заключается не в том, чтобы исправлять текст, а в том, чтобы направлять действия студента. Например, можно попросить выделить повторяющиеся слова или смыслы, предложить определенные лексические средства, например, глаголы или грамматические конструкции для оптимизации данного отрезка текста. При межъязыковом переводе можно сконцентрировать студента на толковании омонимов.

Мы рассмотрели проблемы, возникающие в подготовке и реализации полноценных презентаций, предполагающих выступление перед обширной аудиторией, однако следует заметить, что подавляющее большинство рассмотренных ошибок и проблем присутствует и в так называемых мини-презентациях — коммуникативных ситуациях, когда настоящему студенту и потенциальному работнику необходимо донести информацию до слушателя в кратчайшие сроки — в течение всего лишь двух-трех, а иногда и одной минуты (*elevator pitch*). Практика показала, что такой вид подачи информации представляет собой особо стрессовую ситуацию, и у студентов возникают все те же сложности: излишняя беглость в ущерб качеству (речь становится нечленораздельной и сложной для восприятия), когда они, с одной стороны, стремятся как можно скорее донести мысль до собеседника (боясь не успеть), а с другой стороны, студенты увлекаются ненужной импровизацией, уводя мысль в сторону и теряя логическое единство высказывания. Соответственно, цель не достигнута, и у собеседника возникает раздражение и нежелание продолжать общение. Поэтому и в работе над мини-презентациями следует учить студентов пользоваться теми же приемами по преобразованию текста, которые были рассмотрены выше.

Таким образом, анализируя результаты работы со студентами, авторы приходят к выводу, что главной задачей современной коммуникативистики в рамках развития презентационных навыков прежде всего является воспитание у студентов осознанности, а именно: контроль мыслей и намерений, контроль

действий, контроль речи — все это даст возможность четко понимать, что говорить, какими языковыми и паралингвистическими средствами пользоваться, зачем говорить, т.е. какова цель высказывания и на кого оно направлено. Это многоаспектная деятельность, требующая решения целого ряда задач: «Сегодня для проектирования системы заданий на развитие коммуникативной компетенции необходимо учитывать ее уточненный и постоянно дорабатываемый состав <...> к ее компонентам относятся: лингвистическая, социолингвистическая и прагматическая компетенции, а также коммуникативные стратегии восприятия, порождения, интеракции и медиации» [1, с. 50–51].

Мы видим, что все вышеперечисленные аспекты презентационных навыков работают в тесной взаимосвязи. Прагматический аспект обуславливает цель коммуникации, которая должна реализоваться в речи под контролем психологического фактора. Стрессовых ситуаций можно избежать (или свести их к минимуму), если уделить достаточное внимание работе над переводом и трансформацией текста. Сформированные навыки позволят студенту в дальнейшем чувствовать себя гораздо увереннее в любых ситуациях, предполагающих публичные выступления любого рода. То есть мы видим, что презентация как вид коммуникации является важным и необходимым объектом обучения в современном вузе, а также предполагает развитие, автоматизацию и осознанное использование определенных навыков, что обеспечивает должную реализацию коммуникативной задачи.

Литература

1. Авраменко А.П. Индивидуальный подход к формированию иноязычной коммуникативной компетенции [Текст] / А.П. Авраменко // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. — 2022. — Т. 11. — № 2. — С. 47–52.
2. Бабаева З.В. Презентация как форма коммуникации [Текст] / З.В. Бабаева // Современные проблемы совершенствования работы железнодорожного транспорта. — 2016. — № 12. — С. 173–178.
3. Баранова О.И. Преподавательские онлайн проекты на кафедре иностранных языков [Текст] / О.И. Баранова, И.Н. Воскресенская // Современное образование: содержание, технологии, качество. — 2021. — Т. 1. — С. 293–296.
4. Баранова О.И. Развитие презентационных навыков в условиях дистанционного обучения [Текст] / О.И. Баранова, И.Н. Воскресенская, Н.Н. Гоголинская // Иностранные языки в экономических вузах России: Всероссийский научно-информационный альманах. — СПб.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2021. — С. 50–55.
5. Грибан О.Н. Применение учебных презентаций в образовательном процессе: виды, этапы и структура презентаций [Текст] / О.Н. Грибан // Историко-педагогические чтения. — 2016. — № 20-3. — С. 23–32.
6. Зеленова А.А. Коммуникативная эффективность презентации (на примере анализа презентаций, опубликованных на электронных ресурсах) [Текст] / А.А. Зеленова // Многообразие коммуникации и традиции отечественной лингвистики: Материалы конференции, Москва, 4–5 июня 2019 года / Российский государственный гуманитарный университет, Центр теории текста и лингвистического обеспечения коммуникации; Редакционная коллегия: С.И. Гиндин (ответственный редактор), Е.А. Иванова (ответственный секретарь), А.В. Карпова, Н.Г. Семенова. — М.: Российский государственный гуманитарный университет, 2019. — С. 117–133.
7. Пименова Ю.Д. Из опыта работы по использованию мультимедийных презентаций в музыкальной деятельности [Текст] / Ю.Д. Пименова // Педагогический форум. — 2018. — № 1. — С. 202–203.
8. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии [Текст] / Э. Сепир; пер. с англ. под ред. и с предисл. А. Е. Кибрика. — М.: Прогресс: Универс, 1993. — 656 с.
9. Чович Б. О трёх типах переводов: интерлингвистическом, интралингвистическом и трансмутации [Текст] / Б. Чович //

Вестник Московского университета. Серия 22 «Теория перевода». — 2014. — № 3. — С. 47–58.

10. Штайнер Р. Карма неправдивости [Текст] / Р. Штайнер. — М.: Энигма, 2015. — 463 с.
11. Эко У. Сказать почти то же самое. Опыты о переводе [Текст] / У. Эко. — М.: АСТ, 2003. — 733 с.
12. Якобсон Р. О лингвистических аспектах перевода [Текст] / Р. Якобсон // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. — М., 1978 — С. 16–24.
13. Яруллина Ж.А. Использование презентаций в учебном процессе [Текст] / Ж.А. Яруллина, Ю.В. Кузнецова // Вопросы гуманитарных наук. — 2018. — № 4. — С. 64–66.
14. Klopff D. Intercultural Encounters: The Fundamentals of Intercultural Communication. Morton Publishing Company, 2006.

References

1. Avramenko A.P. Individual'nyy podkhod k formirovaniyu inoazychnoy kommunikativnoy kompetentsii [Individual approach to the formation of foreign language communicative competence]. *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Sovremennaya kommunikativistika* [Research and Development. Modern communication science]. 2022, V. 11, I. 2, pp. 47–52.
2. Babaeva Z. V. Prezentatsiya kak forma kommunikatsii [Presentation as a form of communication]. *Sovremennye problemy sovershenstvovaniya raboty zheleznodorozhnogo transporta* [Modern problems of improving the work of railway transport]. 2016, I. 12, pp. 173–178.
3. Baranova O.I. Prepodavatel'skie onlayn proekty na kafedre inostrannykh yazykov [Teaching online projects at the Department of Foreign Languages]. *Sovremennoe obrazovanie: sodержanie, tekhnologii, kachestvo* [Modern education: content, technology, quality]. 2021, V. 1, pp. 293–296.
4. Baranova O.I. Razvitie prezentatsionnykh navykov v usloviyakh distantsionnogo obucheniya [Development of presentation skills in conditions of distance learning]. *Inostrannye yazyki v ekonomicheskikh vuzakh Rossii: Vserossiyskiy nauchno-informatsionnyy al'manakh* [Foreign languages in economic universities of Russia: All-Russian scientific and informational almanac]. St. Petersburg: Sankt-Peterburgskiy gosudarstvennyy ekonomicheskiy universitet, 2021, pp. 50–55.
5. Griban O.N. Primenenie uchebnykh prezentatsiy v obrazovatel'nom protsesse: vidy, etapy i struktura prezentatsiy [The use of educational presentations in the educational process: types, stages and structure of presentations]. *Istoriko-pedagogicheskie chteniya* [Historical and pedagogical readings]. 2016, I. 20-3, pp. 23–32.
6. Zelenova A.A. Kommunikativnaya effektivnost' prezentatsii (na primere analiza prezentatsiy, opublikovannykh na elektronnykh resursakh) [Communicative effectiveness of the presentation (on the example of the analysis of presentations published on electronic resources)]. *Mnogoobrazie kommunikatsii i traditsii otechestvennoy lingvistiki: Materialy konferentsii, Moskva, 4–5 iyunya 2019 goda / Rossiyskiy gosudarstvennyy humanitarnyy universitet, Tsentr teorii teksta i lingvisticheskogo obshchepeniya kommunikatsii* [Diversity of communication and traditions of Russian linguistics: Conference materials, Moscow, June 4–5, 2019 / Russian State University of the Humanities, Center for Text Theory and Linguistic Support of Communication; Editorial board: S.I. Gindin (executive editor), E.A. Ivanova (executive secretary), A.V. Karpova, N.G. Semenova]. Moscow: Rossiyskiy gosudarstvennyy humanitarnyy universitet, 2019, pp. 117–133.
7. Pimenova Yu.D. Iz opyta raboty po ispol'zovaniyu mul'timediynykh prezentatsiy v muzykal'noy deyatel'nosti [From the experience of using multimedia presentations in musical activity]. *Pedagogicheskiy forum* [Pedagogical forum]. 2018, I. 1, pp. 202–203.
8. Sepir E. *Izbrannye trudy po yazykoznaniiyu i kul'turologii* [Selected works on linguistics and cultural studies]. Moscow: Progress: Univers Publ., 1993. 656 p.
9. Chovich B. O trekh tipakh perevodov: interlingvisticheskom, intralingvisticheskom i transmutatsii [About three types of translations: interlinguistic, intralinguistic and transmutation]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 22: Teoriya perevoda* [Bulletin of the Moscow University. Episode 22: Translation Theory]. 2014, I. 3, pp. 47–58.
10. Shtayner R. *Karma nepravdivosti* [Karma of untruthfulness]. Moscow: Enigma Publ., 2015. 463 p.
11. Eko U. *Skazat' pochti to zhe samoe. Opyty o perevode* [To say almost the same thing. Experiences on translation]. Moscow: «AST» Publ., 2003. 733 p.
12. Yakobson R. O lingvisticheskikh aspektakh perevoda [On the linguistic aspects of translation]. *Voprosy teorii perevoda v zarubezhnoy lingvistike* [Questions of the theory of translation in foreign linguistics]. Moscow, 1978, pp. 16–24.
13. Yarullina Zh.A. Ispol'zovanie prezentatsiy v uchebnom protsesse [The use of presentations in the educational process]. *Voprosy humanitarnykh nauk* [Questions of the Humanities]. 2018, I. 4, pp. 64–66.
14. Klopff D. Intercultural Encounters: The Fundamentals of Intercultural Communication. Morton Publishing Company, 2006.