**РЕЦЕНЗИЯ**

на выпускную квалификационную работу магистра лингвистики Аэрэй Елю «Лингвопрагматическое своеобразие жанра деловой презентации».

Актуальность и новизна рецензируемой работы не вызывает сомнений. Как справедливо отмечает автор работы, несмотря на активный исследовательский интерес к проблемам деловой коммуникации, до сих пор отсутствует комплексное исследование жанра деловой презентации, в частности, изучение устной деловой речи специалистами в области лингвистики, чему и посвящена работа Аэрэй Елю.

Магистерское исследование Аэрэй Елю четко и логично структурировано, каждый параграф сопровождается небольшими подвыводами, которые позволяют увидеть собственную точку зрения Аэрэй Елю по одной из затронутых проблем; либо автор работы поддерживает мнение одного из ведущих исследователей, аргументируя свою позицию. Данная работа состоит из Введения, двух глав, Заключения, Списка использованной литературы, который насчитывает 47 позиций, и 4 словаря. Большого внимания заслуживают два Приложения, размещенные на 40 страницах и представляющие собой письменный вариант устных деловых презентаций. На наш взгляд, данные приложения являются богатым иллюстративным материалом для работы в иностранной аудитории при изучении не только композиционной структуры деловой презентации, но и при характеристике выбора лексических, грамматических и синтаксических средств, необходимых для организации подобного вида выступлений.

Рассмотренные теоретические вопросы помогли автору в ходе анализа конкретного языкового материала. Следует подчеркнуть, что в первой главе Аэрэй Елю обращается к изучению ряда проблем:

1) изучению делового общения. Ценным является то, что автор работы смотрит на понятие «общение» не только с позиции лингвистики, но и представляя точки зрения философов, психологов и социологов, принимая при этом точку зрения Н.И. Формановской. В рецензируемой работе автор отделяет понятия «общение» и «коммуникация» и, вслед за В.И. Фефеловой, отмечает, что в слове «общение» заложен более личностный, духовный контакт партнеров, а «коммуникация» предполагает более деловую, рациональную смысловую направленность взаимодействия субъектов (с. 9);

2) рассмотрению современных подходов к выделению и изучению жанров речи и выделению конститутивных признаков, характеризующих модель речевого жанра. Аэрэй Елю подробно останавливается на классификации речевых жанров. Анализируя классификации М.М. Бахтина, К.Ф. Седова, Н.Д, Арутюновой, Г.Г. Слышкина и др., автор приходит к выводу, что классификация Т.В. Шмелевой оказывается наиболее удачной, исходя из цели и задач своего исследования, поскольку, по мнению Аэрэй Елю, «коммуникативная цель является основным жанрообразующим признаком речевых жанров» (с. 19);

3) рассмотрению деловой презентации как речевого жанра делового общения. Под деловой презентацией автор работы понимает «комплексный речевой жанр, для которого характерно не только предоставление информации потенциальному клиенту о товаре или услугах, но и убеждение его в приобретении данного товара» (с. 33). Автор справедливо отмечает, что речевой жанр деловой презентации невозможно изучать, не обращаясь к рассмотрению коммуникативной ситуации, социальному статусу, социальной роли, речевым стратегиям и тактикам, чему посвящены отдельные параграфы данного исследования.

Во второй главе рецензируемого диссертационного исследования Аэрэй Елю подробно изучает композиционную структуру деловой презентации, характеризуя каждую из частей, участвующую в организации делового общения. Композиционные части деловой презентации иллюстрируются интересным языковым материалом и его анализом. На основании анализа речи ведущих, Аэрэй Елю разрабатывает модель речевого поведения ведущего. Так, Вступление, по мнению Аэрэй Елю, имеет 2 основные части: самоопределение и введение темы. Основная часть состоит из информативного представления и убеждения, которое может быть как сильным, так и слабым. В Заключении автор выделяет следующие композиционные части: благодарность, подведение итогов, напоминание призывов, указание источников информации и прощание. Следует обратить внимание, что при выражении благодарности и при прощании ведущие используют одинаковые конструкции: «спасибо за внимание» и «всего доброго».

Аэрэй Елю справедливо отмечает, что при подготовке деловой презентации и в ходе выступления перед аудиторией необходимо иметь в виду адресата, поскольку от ориентации на адресата зависит не только выбор языковых средств, но и более официальным или менее официальным будет общение.

В диссертационном исследовании Аэрэй Елю очень подробно изучает реализацию речевых тактик в деловой презентации и приводит их классификацию. Особого внимания заслуживает сравнительно-сопоставительный анализ речевого поведения 2-х ведущих деловой презентации. В ходе анализа автор приходит к выводу, что речевое поведение ведущего зависит «не только от параметров коммуникативной ситуации, но и от ряда характеристик: социального статуса, отношения говорящего к слушающему, пола, возраста, образования и профессионального уровня адресата» (с. 64). Таким образом, фактор адресата является доминирующим, поскольку от адресата зависит выбор модели речевого поведения ведущего деловой презентации.

В заключение отметим, что цель, поставленная автором, достигнута, задачи решены, положения, выносимые на защиту, доказаны.

Рецензируемая работа Аэрэй Елю соответствует всем требования написания работ данного жанра.

Однако в ходе прочтения возникли некоторые вопросы, которые носят дискуссионный характер:

1. Хотелось бы уточнить, почему автор работы принимает понятие «общение» и не принимает «коммуникация», и далее говорит о деловом общении, но не о деловой коммуникации? Нам кажется, что автор (В.И. Фефелова), вслед за которым Вы идете, убеждает в обратном.
2. На с. 38 Вы приводите примеры сильного и слабого аргумента. Объясните, пожалуйста, почему рациональный характер языкового выбора адресата во время проведения деловой презентации (т.е. сильный аргумент) оказывается важнее и эффективнее, чем оценочно-эмоциональный аргумент (т.е. слабый аргумент)? Почему в деловой коммуникации невозможна следующая модель построения убеждения: сначала эмоциональное воздействие, особенно если адресатом является молодая аудитория, а потом уже приведение конкретных примеров, т.е. рациональная характеристика?
3. Польза от знания правильной организации деловой презентации очевидна не только в ходе выступления перед потенциальными бизнес-партнерами, например, но и при подготовке презентации и различных выступлений для занятий по русскому языку. Вопрос заключается в следующем: на каких занятиях и в ходе выполнения каких заданий могут быть использованы знания деловой презентации?

Считаем, что выпускная квалификационная работа магистра лингвистики Аэрэй Елю заслуживает высокой оценки, а результаты, полученные автором при работе над данной темой, будут полезны в практике преподавания русского языка как иностранного.

к.ф.н., доцент кафедры 04.06.2015 г.

русского языка как иностранного

и методики его преподавания

А.В. Хруненкова