

Н.В. Нечаева, Э.М. Каирова

ФОРМИРОВАНИЕ УМЕНИЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ У СТУДЕНТОВ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ



НЕЧАЕВА Наталья Викторовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры перевода; Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена. Член Союза переводчиков России; Президент Ассоциации преподавателей перевода.

наб. реки Мойки 48, Санкт-Петербург, 191186, Россия.
e-mail: nechaeva.translator@gmail.com

NECHAIEVA Natalia V. – Herzen State Pedagogical University of Russia. Member of the Union of Translators of Russia; President of the Association of Translation Teachers.

nab. reki Moyki 48, Saint-Petersburg, 191186, Russia.
e-mail: nechaeva.translator@gmail.com



КАИРОВА Эмма Магомедовна – директор ООО «Протранслейшн».

Член Союза переводчиков России;
член Правления Ассоциации преподавателей перевода.
e-mail: ekairova@protranslation.ru

KAIROVA Emma M. – Director at PROtranslation, ООО.

Member of the Union of Translators of Russia;
member of the Steering Committee of the Association of Translation Teachers.
e-mail: ekairova@protranslation.ru

В статье рассматривается роль «надпрофессиональных» умений студентов переводческих специальностей, которые имеют важное значение для успешного трудоустройства и осуществления профессиональной деятельности после выпуска из университета. Такие гибкие, «мягкие» навыки и умения (soft skills) фактически наравне с профессиональными компетенциями выпускников играют важную роль для трудоустройства и успешного осуществления профессиональной деятельности. Это обусловлено актуальными требованиями современной переводческой отрасли. Значительная часть гибких навыков включена в содержание подготовки студентов переводческих специальностей по актуальным стандартам ФГОС 3+ для бакалавриата и магистратуры РФ. Гибкие навыки также представлены в европейском стандарте ЕМТ для магистерских программ. Одним из наиболее важных гибких навыков и умений, который требуется выпускникам вуза вне зависимости от их дальнейшего профессионального пути, выступает умение грамотной самопрезентации в устной и письменной формах: составление резюме, написание сопроводительного письма, а также разумного позиционирования себя в социальных сетях. В статье авторы приводят обзор имеющихся теоретических и практических материалов, которые посвящены данной проблеме. Рассматриваются понятие «гибкие навыки» («мягкие навыки», «soft skills»), виды гибких навыков и умений, их репрезентация в образовательных стандартах России и Европы, навыки и умения самопрезентации и ее формы. На основе анализа специализированной литературы и личного педагогического опыта авторами приводятся рекомендации преподавателям перевода отно-

сительно развития навыков и умений самопрезентации у студентов переводческих специальностей: составления резюме, написания сопроводительного письма, виртуальной самопрезентации в социальных сетях.

ПРЕПОДАВАНИЕ ПЕРЕВОДА; САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ; РЕЗЮМЕ; ТРУДОУСТРОЙСТВО; ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ; ГИБКИЕ НАВЫКИ (SOFTSKILLS); СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ И ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ; АККАУНТ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ; ВИРТУАЛЬНАЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ

Ссылка при цитировании: Нечаева Н.В., Каирова Э.М. Формирование умения самопрезентации у студентов переводческих специальностей // Вопросы методики преподавания в вузе. 2020. Т. 9. № 33. С. 80–94. DOI: 10.18720/HUM/ISSN 2227-8591.33.07

Введение. Анализ переводческих образовательных программ в России показывает, что «акцент при обучении студентов делается в первую очередь на формирование у них лингвистических компетенций в пределах разных типов перевода, типологии переводимых текстов, классификации переводческих приемов» [1]. Однако перечень аспектов, которые включаются в современную дидактику перевода, постепенно расширяется, что продиктовано актуальными требованиями рынка труда. Так, все большее значение приобретает уровень готовности студентов переводческих специальностей после выпуска из университета к трудоустройству. Успешное трудоустройство выпускников является одним из основных показателей качества подготовки в вузе. Далеко не последнюю роль при этом играют не столько собственно профессиональные навыки и умения выпускника, сколько универсальные гибкие навыки и умения, в частности, умение самопрезентации. Этим обстоятельством и обусловлена актуальность темы настоящей статьи. В статье проводится обзор имеющихся теоретических и практических материалов, посвященных данной проблеме. Рассматриваются понятие «гибкие навыки» («мягкие навыки», «soft skills»), виды гибких навыков и умений, их репрезентация в образовательных стандартах России и Европы, навыки и умения самопрезентации и ее формы. На основе анализа специализированной литературы и личного педагогического опыта ав-

торами приводятся рекомендации преподавателям перевода относительно развития навыков и умений самопрезентации у студентов переводческих специальностей: составления резюме, написания сопроводительного письма, виртуальной самопрезентации в социальных сетях.

Гибкие навыки и умения в подготовке переводчиков. Уровень конкуренции на современном рынке труда достаточно высок, он диктует необходимость владения не только (а иногда и не столько) собственно переводческими компетенциями (hard skills для переводчика), но и «гибкими», «мягкими» навыками и умениями.

В России достаточно часто используется оригинальный термин на английском языке – «soft skills» [2], также встречаются варианты термина на русском языке – «мягкие навыки» [3], «мягкие компетенции» [4: 16-18] и «гибкие навыки» [5; 6].

В качестве основного авторами настоящей статьи используется термин «гибкие навыки» как наиболее частотный в русскоязычных публикациях и, по мнению авторов, доступно передающий смысл понятия.

Гибкие навыки и умения позволяют выпускнику вуза не только устроиться на работу, т. е. начать свой профессиональный путь, но и успешно работать, а не быть уволенным в первый же месяц [7].

Содержание подготовки переводчиков по программам бакалавриата в России определяется федеральным государствен-

ным образовательным стандартом по направлению подготовки 45.03.02. Лингвистика¹, а по переводческим программам магистратуры – по направлению подготовки 45.04.02. Лингвистика². Надо отметить, что значительная часть гибких навыков и умений включена в список компетенций этих стандартов, они содержатся в формулировке компетенций, которые формируются у студентов переводческих специальностей. Большая часть выделяемых гибких навыков и умений относится к общекультурным компетенциям:

в стандарте по направлению подготовки 45.03.02. Лингвистика: ОК-1, ОК-3, ОК-4, ОК-6;

в стандарте по направлению подготовки 45.04.02. Лингвистика: ОК-1, ОК-3, ОК-4, ОК-7, ОК-8.

А также отчасти к общепрофессиональным:

в стандарте по направлению подготовки 45.03.02. Лингвистика: ОПК-4, ОПК-5, ОПК-8, ОПК-18;

в стандарте по направлению подготовки 45.04.02. Лингвистика: ОПК-4, ОПК-5, ОПК-11, ОПК-21, ОПК-28.

Гибкие навыки и умения также включены в европейский стандарт подготовки письменных переводчиков программы ЕМТ (European Master's in Translation)³ – европейской магистерской программой по письменному переводу. Гибкие навыки и

умения входят в число желаемых образовательных результатов стандарта ЕМТ Competence Framework (2017), а именно составляют два блока: «личностный» («personal and interpersonal») и «сервисный» («service provision»).

Первый подразумевает умение грамотно планировать собственную трудовую деятельность, а также эффективно взаимодействовать с окружающими в групповых проектах. Здесь же упоминается умение «ответственно» пользоваться социальными сетями для профессиональных целей.

«Сервисный» блок – компетенции, необходимые для успешного оказания переводческих услуг – подразумевает глубокое понимание отрасли, потребностей и ожиданий ее представителей, а также способность найти и занять свое место на рынке, эффективно выстраивать собственную деятельность и взаимодействие с другими людьми внутри и вне отрасли.

Современные исследователи выделяют различные категории гибких навыков и умений: «личностные качества (стрессоустойчивость, ответственность, самодисциплина и т. д.); социальные навыки (коммуникабельность, ораторское искусство, аргументация) и управленческие навыки (лидерство, управление проектами и т. д.)» [8: 14–15].

Авторы И.Д. Фрумин, М.С. Добрякова, К.А. Баранников и И.М. Реморенко обозначают «soft skills» термином «компетентность» и выделяют:

1) «компетентность мышления (креативное, системное мышление, комплексное решение проблем и др.);

2) компетентность взаимодействия с другими (кооперация, сотрудничество с другими, умение договариваться);

3) компетентность взаимодействия с собой (самореализация, саморегуляция)» [9].

В рамках настоящей статьи более подробно рассматриваются коммуникативные навыки и умения, а именно, навыки и уме-

¹ ФГОС ВО по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика (уровень бакалавриата) URL: http://fgosvo.ru/uploadfiles/fgosvob/450302_lingvistika.pdf (дата обращения: 03.08.2020).

² ФГОС ВО по направлению подготовки 45.04.02 Лингвистика (уровень магистратуры) URL: <http://fgosvo.ru/uploadfiles/fgosvom/450402.pdf> (дата обращения: 03.08.2020).

³ Стандарт ЕМТ Competence Framework (2017) URL: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/emt_competence_fw_2017_en_web.pdf (дата обращения: 03.08.2020).

ния самопрезентации. Владение навыками и умениями самопрезентации позволяет выпускнику при поиске работы выделиться из ряда других соискателей – умение грамотно презентовать себя, создавать и поддерживать «имидж» профессионала, вести письменную деловую коммуникацию с учетом специфики современного рынка, умение с первого электронного письма в компанию показать себя как начинающего, но уже специалиста, который ориентируется в той профессиональной сфере, где собирается работать, умеет грамотно себя «подать».

Навыки и умения профессиональной самопрезентации представлены в общекультурных компетенциях актуальных стандартов ФГОС 3+: в первую очередь, под формулировкой «системы навыков экзистенциальной компетенции» в ОПК-18 (бакалавриат) и ОПК-28 (магистратура), а также в смежных компетенциях (ОК-3, ОПК-5, ОПК-8 в стандарте для программ бакалавриата и ОПК-4, ОПК-5 в стандарте для магистерских программ).

Формирование навыков и умений грамотной профессиональной самопрезентации представляется особенно важным для выпускника переводческой специальности вне зависимости от того, какой путь профессионального развития он для себя выберет (стать переводчиком, редактором, менеджером переводческих проектов, менеджером по продажам переводческих услуг и т. д.). Как правило, первый контакт, первая встреча работодателя с соискателем происходит в виртуальном формате – посредством электронного письма, которое в совокупности с резюме соискателя становится визитной карточкой, «лицом» или «одежкой» молодого специалиста, по которой его встретят и предложат войти в коллектив профессионалов или же попросят «подождать за дверью».

Важно также отметить, что в случае с выпускниками переводческих специально-

стей коммуникативные навыки и умения в целом и умение самопрезентации в частности нельзя рассматривать как исключительно надпрофессиональные или гибкие: умение в нужном дискурсе и регистре (ОПК-8 в программах бакалавриата) эффективно выстраивать коммуникацию с учетом ее прагматических целей, адресата сообщения и коммуникативной ситуации (ОПК-5 в программах бакалавриата) – по сути своей есть умение, необходимое для осуществления перевода, т. е. главный «жесткий» навык переводчика. И если от выпускника строительного или бухгалтерского факультета никто не ждет безусловно выстроенного контакта, то в случае с дипломированными «специалистами по межкультурной коммуникации» такой контакт будет являться первой проверкой на профессиональную пригодность.

Поэтому, на наш взгляд, обучение студентов переводческих специальностей самопрезентации, в частности самопрезентации в письменной форме: составлению собственного резюме и сопроводительного письма к нему, создание и развитие личного профессионального аккаунта в социальных сетях – важная составляющая подготовки будущих специалистов.

Исследователи выделяют два подхода к формированию softskills. «Первый – обучать непосредственно, вводя отдельные курсы в рамках вариативного компонента учебного плана: например, в ряде зарубежных университетов (Harvard University, Stanford Research Institute и др.), а также в российской Высшей школе экономики (НИУ ВШЭ) есть курс тимбилдинга (командообразования). Второй подход – использовать потенциал изучаемых дисциплин в сочетании с неформальным образованием, внеучебной воспитательной работой. Такой подход чаще распространен в российских университетах» [6].

Что касается непосредственно формирования навыков и умений успешной самопре-

зентации, то учебные планы большинства вузов страны не предусматривают специальной дисциплины, ориентированной на формирование и развитие навыков и умений презентации и самопрезентации. Однако в российских вузах встречаются инновационные практики. Инициаторами таких практик выступают отдельные преподаватели вузов (например, РГПУ им. А.И. Герцена), формирующие навыки и умения самопрезентации у студентов в рамках преподаваемых дисциплин по практике перевода, курса «Введение в профессию» и других специализированных дисциплин основных образовательных программ, а также в рамках подготовки студентов к производственной практике. Кроме того, все более популярными становятся краткосрочные курсы коммерческих образовательных учреждений дополнительного образования, посвященные данной теме (например, курсы наставнического проекта PROtranslation). В открытом доступе на платформе Coursera размещен онлайн-курс на английском языке «How to Write a Resume» [10]. В Рекомендациях Союза переводчиков России также присутствует раздел о составлении резюме переводчика, приводится его примерный шаблон [11]. В 2019 году Н.А. Корягиной (НИУ ВШЭ) опубликован целый учебник и практикум для вузов «Самопрезентация и убеждающая коммуникация» [12]. В вузах издаются специальные рекомендации и учебные пособия для студентов [7; 13; 14; 15; 16; 17; 18]. В рамках предпроектного исследования авторами были проанализированы перечисленные теоретические и практические разработки, а также обобщен личный педагогический опыт. Результаты исследования представлены в настоящей статье.

Самопрезентация и ее формы. Термин «самопрезентация» («own presentation») впервые был описан в США. Однако в последние годы в зарубежных и отечествен-

ных изданиях увеличилось количество публикаций, посвященных изучению этого феномена. «Такой интерес связан с усилением гуманистического подхода, рассматривающего личность человека как главную ценность и критерий общественного прогресса» [19]. Самопрезентация – это «технология построения впечатления о себе посредством использования определенных стратегий и тактик с целью формирования определенного имиджа» [19].

Традиционно различают письменные (резюме, мотивационные и сопроводительные письма) и устные (на собеседовании и т.п.) формы презентации.

Новым направлением исследований самопрезентации индивида выступают исследования аккаунтов в социальных сетях Facebook, LinkedIn, ВКонтакте и др. [20; 21; 22; 23; 24; 25], которые также выступают одной из форм создания профессионального имиджа специалиста. Социальные сети – это новое пространство формирования и предъявления идентичности [23].

В настоящей статье рассматриваются письменные формы самопрезентации (резюме и сопроводительное письмо), а также «поликодовая» виртуальная форма самопрезентации – аккаунт в социальных сетях. Выбор данных форм обусловлен их «универсальностью» – грамотное владение ими с наибольшей вероятностью и в равной степени пригодится всем выпускникам переводческих специальностей вне зависимости от выбранного ими пути профессионального развития.

Резюме как письменная форма самопрезентации: формирование умения составления эффективного резюме. Применительно к поиску работы, резюме определяется как «документ, содержащий информацию о навыках, опыте работы, образовании и другой относящейся к делу информации, обычно требуемый при рас-

смотрении кандидатуры человека для найма на работу» [13].

Конечно, само резюме (как документ) не гарантирует трудоустройства на желаемую должность, но оно дает возможность выпускникам выделиться в потоке информации, поступающей в компанию. Грамотно составленное резюме увеличивает шансы соискателя и может заинтересовать работодателя.

Известно, что на первичное ознакомление с резюме затрачивается не более 10 секунд. За этот очень короткий промежуток времени нужно определить, интересен ли претендент, достоин ли он более пристального изучения или же его письмо можно «удалить». Поэтому важно научить выпускников грамотно составлять резюме.

Анализ учебно-методической литературы и специализированных сайтов показал, что существует огромное количество рекомендаций по составлению резюме: сюда входят, как разного рода публицистические статьи и списки рекомендаций на общедоступных сайтах в сети Интернет, так и методические рекомендации, и учебные пособия, опубликованные в образовательных учреждениях разного уровня (перечислены в настоящей статье ранее). Достаточно ввести в любую систему поиска запрос «как составить резюме» или «образцы резюме» и система выдаст тысячи предложений на разных языках. Однако даже беглый анализ результатов поиска показывает, что далеко не все материалы одинаково полезны. Студенты же, как правило, не могут оценить качество советов и образцов, стремятся к экономии личного времени, как следствие, «скачивают» в случае необходимости первый попавшийся «универсальный» шаблон и быстро заполняют его. Так появляются тысячи однотипных резюме, написанные по шаблону и (зачастую) дополненные опечатками и пунктуационными ошибками, которые ни-

как «не играют» на стороне соискателя. Поэтому рекомендуется уделить этому моменту отдельное внимание на занятиях в университете.

Исходя из опыта российских и зарубежных коллег, а также личного педагогического опыта авторов, представляется возможным привести несколько рекомендаций относительно того, как можно внести формирование умения составления эффективного резюме в подготовку переводчиков в вузе, включая ситуации, когда для этого в учебном плане не предусмотрен специальный курс. Занятия могут быть интегрированы в различные дисциплины и не требуют специально выделенных часов.

Основная цель занятий – объяснить на различных примерах и в процессе разбора практических заданий до студентов, что:

1. Резюме – это текст, у которого, как и любого другого, есть функция, цель, ситуация использования (коммуникативная ситуация) и есть адресат, на которого ориентирована цель.

Рекомендация: Обсудить этот вопрос можно, например, на занятиях по практике или теории перевода, взяв в качестве учебного текста резюме, подготовленное для конкретной вакансии, и разобрать его как любой другой объект предпереводческого анализа.

2. Функционально резюме – это текст «маркетингового характера», т. е. призванный каким-то образом воздействовать на адресата: убеждать, формировать мнение, побуждать.

Рекомендация: заранее дайте студентам задание подготовить и прислать свои резюме на конкретную вакансию или место практиканта в конкретной компании, а на занятии, удалив все данные, позволяющие идентифицировать студента, попросите группу оценить качество убеждающего и побуждающего воздействия каждого резюме. В случае с резюме задача

всегда одна: убедить, что его автор специалист в определенной сфере (пусть даже начинающий), сформировать мнение об авторе как о человеке, которому можно доверить работу, побудить к дальнейшему обсуждению сотрудничества.

3. Коммуникативная ситуация использования резюме – это все особенности вакансии или проекта, ожидания и требования работодателя, условия работы, сама компания-работодатель и т. п.
Рекомендация: Подберите для примера десяток различных вакансий или проектов для устных и для письменных переводчиков. Проанализируйте вместе со студентами потребности, ожидания и требования потенциального работодателя или заказчика. Насколько они идентичны и чем они различаются. Попросите студентов оценить анонимизированные резюме группы с учетом заданной вакансией ситуации: насколько релевантен текст резюме потребностям и ожиданиям работодателя или заказчика; сколько в тексте лишней информации, сколько в вакансии вопросов, оставшихся без ответов. Предложите порассуждать, что делать и о чем писать в случаях, когда умений и навыков недостаточно для удовлетворения требований работодателя или заказчика.

4. Цель резюме – убедить адресата в том, что автор резюме соответствует требованиям вакансии, обладает всеми необходимыми для решения профессиональных задач знаниями, умениями и навыками, а также личными качествами.

Рекомендация: Продолжаем работать с текстами вакансий и анонимизированными резюме студентов: 1) попросите группу выделить резюме, максимально отвечающие требованиям каждой вакансии, что в каждом из них стоило бы уточнить, исключить, чем дополнить, чтобы они стали более релевантными? 2) Попросите студентов опознать авторов

резюме по тексту без идентифицирующих данных: по каким признакам удастся угадать и насколько именно эти признаки важны и интересны работодателю? Сколько резюме между собой похожи как две капли воды? Насколько такие тексты эффективны в качестве инструмента самопрезентации, если абсолютно не выделяют автора из общей массы претендентов?

5. Адресат резюме – это почти всегда разные незнакомые люди, занимающие разные позиции и решающие разные задачи.

Рекомендация: Обсудите со студентами, кто может оказаться по ту сторону экрана в ситуации отправки резюме: в небольшой компании – это часто собственник бизнеса, в компании побольше – рекрутер из HR или специалист отдела кадров (да, это разные люди); предложите порассуждать, как меняются ожидания и потребности адресатов в зависимости от занимаемой должности; в чем отличие директора или менеджера переводческой компании от директора или менеджеров непереводческих компаний. Дайте домашнее задание: найти в сети должностные инструкции, списки KPI и подробные вакансии всех, кто потенциально может быть адресатом резюме переводчика, составить на их основе «аватары клиентов» – списки, в которых отражены ожидания, потребности, зоны ответственности и риски для каждой должности. На занятии проанализируйте и обсудите с группой получившиеся портреты.

Примеры практических заданий:

1) Дать студентам задание заранее подготовить резюме на конкретные вакансии, разделить группу на пары из соискателя и адресата. Задача адресата тщательно изучить вакансию, на которую подается резюме, выделить конкретные требования

к кандидату и ожидания от сотрудничества. Далее за 10 секунд (по секундомеру) изучить резюме кандидата и дать оценку – «годен» или «не годен». Далее поменяться в паре ролями. Повторить несколько раз, обменявшись партнерами.

2) Подготовить несколько десятков резюме переводчиков (в больших количествах есть в Интернете), удалив все персональные данные и заголовок с целью соискания или кратким описанием специалиста (т. е. оставить только описание опыта, навыков, умений и образования). Предложить студентам по описанию предположить, на какую позицию или проект претендует специалист, как себя позиционирует (специализация, уровень экспертности, опыт и т. п.), какое оставляет впечатление о себе, формирует мнение. Затем сравнить полученные ответы с тем, что пишет о себе составитель. Важно, чтобы в подборке присутствовали как удачные, так и неудачные примеры.

Сопроводительное письмо как инструмент самопрезентации. Резюме – не единственная форма письменной самопрезентации кандидата на вакантную должность. Зачастую к резюме, которое кандидат отправляет работодателю, прилагается сопроводительное письмо. Некоторые соискатели считают, что сопроводительное письмо – это «лишний» дополнительный документ и пренебрегают им или же отправляют универсальное вежливое шаблонное письмо. Однако, если знать, как устроены рабочие процессы сотрудника, которому соискатели отправляют резюме или тестовые переводы, становится очевидным, что внятное и содержательное (но краткое) сопроводительное письмо – это дополнительный шанс произвести хорошее впечатление и получить конкурентное преимущество. Согласно статистике «36% HR-менеджеров признались, что отказыва-

лись от кандидатов из-за некорректных сопроводительных писем» [27].

При обучении студентов переводческих специальностей необходимо обратить их внимание на то, что сопроводительное письмо призвано поддерживать резюме, вызывать желание внимательно с ним ознакомиться. Из текста сопроводительного письма должно быть понятно, что соискатель внимательно прочитал текст вакансии (запроса), соотнес свои знания, навыки и умения с тем, что требуется компании, изучил информацию о компании. Следует также порекомендовать студентам, чтобы они внимательно отнеслись к оформлению и структуре письма, стилю его написания и объему.

Относительно стиля изложения можно дать студентам ряд советов, например:

- Избавьтесь от страдательных (пассивных) конструкций, безличных оборотов и причастий с деепричастиями. Только глаголы в активном залоге смогут убедить читателей, что это именно вы знаете и умеете то, про что пишете. Используйте полные предложения, описывайте конкретные проекты, в которых вы принимали участие, и задачи, которые вы решали.

- Старайтесь избегать калек (пословного перевода) с устойчивых иностранных выражений – в русском языке они звучат чуждо, а чаще всего абсолютно бессмысленны.

- Не используйте иностранные слова в русском тексте (кроме случаев, когда аналогов на русском языке или вариантов перевода действительно нет).

- Старайтесь не использовать канцелярские обороты, это не поможет произвести впечатление, а только осложнит коммуникацию.

- Всегда расшифровывайте аббревиатуры, используя их в тексте впервые.

- Не забывайте о лексической сочетаемости, если сомневаетесь, лучше проверьте ее (поможет элементарный информационный поиск).

• Креатив в письме и юмор уместны, если только рассматриваемая компания входит в тот малый процент работодателей, для которых оригинальность и юмор являются частью профессиональной деятельности и соответствует внутренней корпоративной культуре (вы сможете это понять, если внимательно изучите тексты компании: сайт, посты в социальных сетях и т. п.).

Варианты рекомендаций грамотного структурирования письма:

1. Приветствие («Уважаемый [имя/должность]», «[Имя], добрый день», «Dear [name]»)

1.1. Приветствие должно быть либо персонализированным, либо обращаться к сотрудникам конкретного отдела, если имя получателя не известно.

2. Основная часть

2.1. Расскажите, на какую должность вы претендуете, если отправляете резюме на корпоративную почту потенциальному работодателю. На hh.ru или сайте компании, когда нажимаете кнопку под конкретной вакансией этого делать не нужно.

2.2. Объясните, чем вас привлекла именно эта вакансия: интересный продукт, новые функции или сложные задачи.

2.3. От мотивации плавно переходите к опыту и требуемым в вакансии знаниям, умениям и навыкам, а также релевантным пунктам, которые не описаны в резюме, но полезны для данной вакансии.

2.4. Снова напомните о вашей мотивации на позицию.

3. Прощание («Best regards», «С уважением») и продублированные контактные данные.

Относительно объема письма рекомендуется следовать правилу «Не больше одного экрана, не дольше 10 секунд». Прочтению сопроводительного письма менеджеры компании, как правило, уделяют не более 10 секунд. Письмо должно быть ёмким, вместе с тем, не следует опи-

сывать в нем абсолютно все предыдущие проекты, не имеющие непосредственного отношения к вакансии. Сопроводительное письмо не должно быть универсально «безликим», из его содержания должно быть понятно, что кандидат знаком с требованиями искомой вакансии. В тексте письма не стоит создавать разного рода головоломки для адресата – следует избегать сокращений и условных обозначений. И, конечно, письмо должно быть грамотным, поэтому необходимо настоятельно рекомендовать студентам перед отправкой тщательно проверить письмо на грамматические, синтаксические и стилистические ошибки.

Как показывает практика, достаточно уделить этой теме одну небольшую лекцию с практическим заданием, а впоследствии наблюдать за электронными письмами студентов в процессе коммуникации по текущим рабочим вопросам. В качестве практического задания можно предложить студентам написать сопроводительное письмо на одну из актуальных вакансий, например, сайта hh.ru. Самое важное – заострить внимание студентов на том, что сопроводительные письма – важный элемент самопрезентации, необходимо писать их вдумчиво, аккуратно, грамотно, т.к. они формируют первое впечатление о профессионале (или будущем профессионале), а, как известно, второго шанса произвести первое впечатление не будет.

Профиль в социальных сетях как новая виртуальная форма самопрезентации. Популярность социальных сетей неуклонно растет, одновременно увеличивается и их социальная значимость. «Социальные сети не только позволяют людям оперативно связываться и общаться между собой, но и дают возможность демонстрировать другим свое виртуальное «лицо», построенное как на реальных фактах, так и

на представлении индивида о своем идеальном Я» [24].

Отмечается, что «особую роль социальные сети играют в жизни поколения миллениалов, или поколения Y («Generation Y»))» [25]. Именно они в настоящее время – самые активные пользователи социальных интернет-сетей, применяющие их не только в личных, но и в профессиональных целях.

О другой «сфере» применения социальных сетей (как формы профессиональной самопрезентации) знают далеко не все студенты и начинающие специалисты. Надо отметить, что об этом не задумываются не только студенты: по данным исследований, преобладающая часть пользователей социальных сетей не задумываются о том, что их профили в соцсетях могут заинтересовать работодателя [28]. Они не корректируют информацию (или доступ к ней) в своих профилях в социальных сетях, находясь в активном поиске работы, не ограничивают видимость, не скрывают друзей и даже не удаляют комментарии или изображения с ненормативной лексикой. «По мнению большинства пользователей, эта информация неинтересна посторонним людям» [28].

Однако работодатели, по данным опроса HeadHunter, все чаще обращаются к анализу аккаунтов в социальных сетях при подборе сотрудников. Делают они это главным образом для того, чтобы понять, «что соискатель представляет собой как личность, и найти недостающую в резюме информацию» [29].

Анализ личности по социальным сетям позиционируется сегодня как один из эффективных методов подбора кандидатов. Аккаунт в социальных сетях незаметно стал неофициальной виртуальной визитной карточкой человека. Фактически у каждого современного студента есть аккаунт в од-

ной или (что значительно чаще) нескольких социальных сетях.

Будущие специалисты не догадываются о том, что их виртуальная жизнь может попасть в фокус внимания работодателя и повлиять на их профессиональный имидж, поэтому представляется важным уделить время этой теме в рамках учебного процесса. Можно провести небольшую интерактивную лекцию-беседу и практическое занятие «Аккаунты в социальных сетях – мои виртуальные визитные карточки».

Интерактивная лекция-беседа «Социальные сети как форма самопрезентации профессионала». Во время лекции необходимо рассказать студентам, почему социальные сети играют сейчас важную роль не только в приватной, но и в профессиональной сфере. Обратив внимание студентов на то, что аккаунт в социальной сети – это своеобразный вид текста о себе, который в совокупности «фото + краткая информация + посты в ленте» создает базовое впечатление о его создателе, позволяет при первом контакте – кем бы он не был инициирован – быстро оценить человека на предмет безопасности-полезности и принять решение о дальнейшем обсуждении или не обсуждении с ним сотрудничества, нетворкинга и т. п. Можно привести статистические данные, предложить задуматься о том, что могут рассказать потенциальному работодателю их странички в социальных сетях на момент лекции.

В качестве практического задания можно предложить студентам проанализировать разные публичные аккаунты и сравнить их между собой (например, свой личный аккаунт, аккаунт друга, аккаунт директора переводческой компании, аккаунт переводчика-фрилансера и т. д.). Кроме того, можно, например, посоветовать студентам создать отдельный аккаунт на Facebook именно для профессионального позиционирования, а все личные аккаунты,

например, в популярной среди молодежи сети «ВКонтакте» сделать «закрытыми», чтобы на них не могли войти потенциальные работодатели. Публичный аккаунт «профи» рекомендуется держать «под контролем». Ведь то, какими вас заметят и запомнят – зависит только от вас.

Читающий ваш публичный аккаунт «профи» – регулярно или случайно – должен понять, что: а) вы переводчик (редактор, менеджер переводческих проектов...), б) вы эксперт в своем деле, в) вы любите свою работу, г) вам можно доверять, д) с вами комфортно работать. Эти опции должны быть отражены в информации на основной странице и в текущих постах новостной ленты.

В качестве практического задания можно также порекомендовать студентам выполнить редактирование своего открытого аккаунта (к которому могут получить доступ потенциальные работодатели) или создать новый «рабочий» аккаунт, руководствуясь несложными рекомендациями.

1. Настроить «видимость»: рекомендуется скрыть от широкой аудитории открыто личные фотографии и записи.

2. Посмотреть, кто из друзей отметил вас на фотографиях. Если какие-то метки смущают, рекомендуется их убрать.

3. Посмотреть все, что осталось открытым для широкой аудитории. Убедиться в том, что эта информация не противоречит данным, представленным в резюме.

4. Проанализировать свои публикации, оценить соответствуют ли они имиджу «профи».

5. Полностью заполнить профиль: имя, разделы с работой и образованием, личные и профессиональные интересы, добавить фотографию.

6. Постараться регулярно делать публикации, отражающие вашу учебу, волонтерскую деятельность, практику.

7. Рекомендуется расширять публичные профессиональные контакты. Для начала

студенты могут добавить в друзья коллег по волонтерским переводческим проектам, преподавателей перевода, руководителя практики из переводческой компании (если, конечно, преподаватели и руководитель не возражают).

Выводы. Самопрезентация относится к важным гибким навыкам и умениям специалиста переводческой отрасли (и не только переводческой) – особым «надпрофессиональным» навыкам и умениям, которые имеют важное значение для успешного трудоустройства и успешного карьерного пути выпускника вуза. Самопрезентация – это технология построения впечатления о себе посредством использования определенных стратегий и тактик с целью формирования определенного имиджа.

Различают письменные (резюме, мотивационные и сопроводительные письма) и устные (на собеседовании и т.п.) формы презентации. Наиболее актуальны для письменных переводчиков письменные формы самопрезентации: резюме, сопроводительное письмо, мотивационное письмо; а также виртуальная поликодовая форма самопрезентации – аккаунт в социальных сетях.

Как показывает практика, формирование навыков и умений самопрезентации не требует обязательного включения в программу подготовки отдельного (многочасового) курса или дисциплины, а польза от даже нескольких специальных занятий будет ощущаться уже на этапе организации производственной практики студентов. Ведь многие переводческие компании проводят конкурсный отбор практикантов и на первом этапе просят студентов прислать резюме, сопроводив его мотивационным письмом. Уделив внимание формированию этих навыков и умений у студентов на практических занятиях, можно реально повысить шансы выпускника найти работу,

помочь ему выделиться среди тысяч специалистов, которые выпускаются на рынок перевода ежегодно. «В современной экономике чтобы выгодно себя продать, нужно выгодно себя подать» [13]. Предлагаемые авторами рекомендации могут быть

полезны преподавателям перевода, позволят студентам проявлять, развивать и совершенствовать свои навыки и умения самопрезентации, выгодно выделиться на фоне других кандидатов при устройстве на работу или производственную практику.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. **Новикова Л.В.** Формирование универсальных навыков у переводчика в соответствии с актуальными требованиями рынка труда // Мир науки. Педагогика и психология. 2019. Т.7. №2. С.24. eISSN: 2658-6282
2. **Чечева Н.А.** Развитие soft skills у курсантов в процессе обучения иностранному языку // Мир науки. 2018. № 5. С.44. eISSN: 2309-4265
3. **Жадько Н.В., Безруких М.М.** Формирование «мягких» навыков в профессиональном обучении // Профессиональное образование. Столица. 2011. № 8. С. 14-15. ISSN: 1999-2262
4. **Шульгина Е.М.** Методика формирования иноязычной коммуникативной компетенции студентов посредством технологии веб-квест: профиль "Рекреационная география и туризм", английский язык: дисс...канд. пед. наук. 13.00.02. – Томск, 2014.
5. **Меньшенина С.Г., Лабзина П.Г.** Потенциал дисциплины «Иностранный язык» для формирования гибких навыков студентов технических вузов // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки. 2019. №2(42). С.105-118. DOI: 10.17673/vsgtu-pps.2019.2.8
6. **Яркова Т.А., Черкасова И.И.** Формирование гибких навыков у студентов в условиях реализации профессионального стандарта педагога // Вестник Тюменского государственного университета // Гуманитарные исследования. Humanities. 2016. Т. 2. № 4. С. 222-234. DOI: 10.21684/2411-197X-2016-2-4-222-234
7. **Tulgan Bruce.** Bridging the Soft Skills Gap: How to Teach the Missing Basics to Today's Young Talent, Jossey-Bass, 2015-09-15, 289 pages
8. **Степин В.С.** Новая философская энциклопедия. – М: Мысль, 2001. ISBN 5-244-00961-3.
9. **Фруммин И.Д., Добрякова М.С., Баранников К.А., Реморенко И.М.** Универсальные компетентности и новая грамотность: чему учить сегодня для успеха завтра. Предварительные выводы международного доклада о тенденциях трансформации школьного образования // Современная аналитика образования. 2018. №2(19). 2018 С.1-25 ISSN: 2500-0608.
10. **Онлайн-курс «How to Write a Resume (Project-Centered Course)».** URL: <https://www.coursera.org/learn/how-to-write-a-resume>.
11. **Письменный перевод. Рекомендации переводчику, заказчику и редактору.** 3-я редакция – М.: Р.Валент, 2015. – 176 с.
12. **Корягина Н.А.** Самопрезентация и убеждающая коммуникация: учебник и практикум для вузов. – М. : Юрайт, 2019 ISBN: 978-5-534-11562-8 – 225 с.
13. **Метод рекомендации по составлению и оформлению резюме МичГАУ** URL: https://dep_etme.pnzgu.ru/files/dep_etme.pnzgu.ru/recommendacii_po_sostavleniyu_rezyume.pdf.
14. **Neidhardt M.** Überleben als Übersetzer. Das Handbuch für freiberufliche Übersetzerinnen 3. Auflage ISBN: 978-3-00-054680-8, 328 S.
15. **Технология эффективного трудоустройства (методические рекомендации для студентов и выпускников ВлГУ) /Владим. гос. ун-т; сост. С.М. Башарина, Т.А. Козлова – Владимир: Изд-во Владим. гос. ун-та, 2011. – 73 с**
16. **Зыкова К.Ю.** Комплексный подход к формированию и развитию навыков в презентации и самопрезентации в рамках учебного спецкурса «Технологии профессионально-личностного роста» // Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования. [XI Междунар. конф., 19-20 марта 2008 г.]: в 5 частях. – Екатеринбург: [Фак-т политологии и социологии Уральского гос. ун-та], 2008. – Ч. 3. – С. 42-45.
17. **Клименко А.А., Хазова С.А., Карасева С.А.** Самопрезентационная компетентность: содержание и основы формирования:

учеб. пособие. – Краснодар: КубГАУ, 2018. ISBN 978-5-00097-571-8 – 164 с.

18. **Полина А.В., Каримова Н.А., Торочин И.И.** Психологические основы профессионального трудоустройства: учебно-метод. пособие. – ВГИ, 2008. ISBN 978-5-98461-781-9 – 82 с.

19. **Захарова Ю.Н., Ковардакова М.А., Мызрова К.А., Поселеннова О.А.** Навыки творческой самопрезентации студентов – элемент профессиональной коммуникации // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 5. С.480 eISSN: 2070-7428.

20. **Baiyun C. & Marcus J. (2012).** Students' self-presentation on Facebook: An examination of personality and self-construal factors. *Computers in Human Behavior*. 28. 2091–2099. 10.1016/j.chb.2012.06.013

21. **Yang C., Bradford Brown B.** Online Self-Presentation on Facebook and Self Development During the College Transition. *J Youth Adolescence* 45, 402–416 (2016). <https://doi.org/10.1007/s10964-015-0385-y>

22. **Sievers K., Wodzicki K., Aberle I., Keckeisen M., Cress U.** Self-presentation in professional networks: More than just window dressing, *Computers in Human Behavior*, Volume 50, 2015, Pages 25-30

23. **Королева Д.О., Томилова Е.А.** «Портрет» современного подростка через его самопрезентацию в социальной сети: сб. науч.-практ. конф. «Интернет по ту сторону цифр»

Москва, 23-24 мая 2017 г. – ISBN 978-5-4490-4731-1. – С. 21-27

24. **Карпова М.К., Моница М.А.** Социальные сети как особый канал самопрезентации индивида // Наука. Общество. Государство. 2018. №1 (21). С.158-167 eISSN: 2307-9525.

25. **Рожкова А.В.** Самовыражение (самопрезентация) в социальных интернет-сетях как феномен киберсоциализации человека // Электронный научно-публицистический журнал «Homo Cyberus». – 2017. – №2(3). URL: http://journal.homocyberus.ru/Samovyrazhenie_v_socialnyh_internet-setjah_kak_fenomen_kibersocializacii.

26. **Remillard B.** «How Recruiters Read Resumes In 10 Seconds or Less» [Электр. ресурс] – Режим доступа: http://www.higherbracket.ca/article_recruiters_ten_second_resume_read_br.php

27. Результаты опроса HeadHunter «36% работодателей готовы отказать из-за неграмотного сопроводительного письма» URL: <https://spb.hh.ru/article/306200>.

28. Результаты опроса ESET URL: <https://www.esetnod32.ru/company/press/center/65-rabotodateley-analiziruyut-profilii-kandidatov-v-sotssetyah/>.

29. Результаты опроса HeadHunter «Смотреть в профиль: как работодатели проверяют соцсети кандидатов» URL: <https://spb.hh.ru/article/301106>.

REFERENCES

1. **Novikova L.V. (2019).** Enhancing universal skills of translators as per current requirements of the job market. *World of Science. Pedagogy and psychology*. 2019. T.7. №2. pp.24. eISSN: 2658-6282 [online] (in Russian)

2. **Checheva N.A. (2018).** Developing soft skills of future officers in the process of foreign language teaching. *World of Science. Pedagogy and psychology*. 2018. №5. pp.44. eISSN: 2309-4265 [online] (in Russian).

3. **Zhad'ko N.V., Bezrukikh M.M. (2011).** Fostering soft skills in professional training. *Professional Training. Capital City*. 2011. № 8. pp. 14-15. (In Russ).

4. **Shul'gina E.M.** Metodika formirovaniia inoiazychnoi kommunikativnoi kompetentsii studentov posredstvom tekhnologii veb-kvest: diss...kand. ped.nauk. – 13.00.02. – Tomsk, 2014.

5. **Menshenina S.G., Labzina P.G.** Education potential of "Foreign Language" course to develop Soft Skills of technical Students. *Vestnik of Samara State Technical University. The Series: Psychological and Pedagogical Sciences*. 2019. №2 (42). pp. 105-118 DOI: 10.17673/vsgtu-pps.2019.2.8

6. **Yarkova T.A., Cherkasova I.I.** Forming Soft Skills of Students in the Implementation of Professional Standard of a Teacher. *Tyumen State University Herald. Humanities Research. Humanities*. 2016. vol. 2, no 4, pp. 222-234. DOI: 10.21684/2411-197X-2016-2-4-222-234.

7. **Tulgan Bruce.** Bridging the Soft Skills Gap: How to Teach the Missing Basics to Today's Young Talent, Jossey-Bass, 2015-09-15, 289 p/

8. **Stepin V.S.** Novaia filosofskaiia entsiklopediia. – M: Mysl', 2001.

9. Universal'nye kompetentnosti i novaia gramotnost': chemu učit' segodnia dlia uspekha zavtra. Predvaritel'nye vyvody mezhdunarodnogo doklada o tendentsiiakh transformatsii shkol'nogo obrazovaniia / **I.D. Frumin, M.S. Dobriakova, K.A. Barannikov, I.M. Remorenko**; Natsional'nyi issledovatel'skii universitet "Vysshiaia shkola ekonomiki", Institut obrazovaniia. – M.: NIU VShE, 2018. – 28 s.
10. Onlain-kurs «How to Write a Resume (Project-Centered Course)». URL: <https://www.coursera.org/learn/how-to-write-a-resume>.
11. Pis'mennyi perevod. Rekomendatsii perevodchiku, zakazchiku i redaktoru. 3-ia redaktsiia – M.: R.Valent, 2015. – 176 s.
12. **Koriagina N.A.** Samoprezentatsiia i ubezhdaiushchaia kommunikatsiia : uchebnik i praktikum dlia vuzov. – M. : Iurait, 2019 ISBN: 978-5-534-11562-8 – 225 s.
13. Metod rekomendatsii po sostavleniiu i oformleniiu reziyme MichGAU URL: https://dep_etme.pnzgu.ru/files/dep_etme.pnzgu.ru/rekomendatsii_po_sostavleniyu_rezyume.pdf.
14. **Neidhardt M.** Überleben als Übersetzer. Das Handbuch für freiberufliche Übersetzerinnen 3. Auflage ISBN: 978-3-00-054680-8, 328 S.
15. Tekhnologiia effektivnogo trudoustroistva (metodicheskie rekomendatsii dlia studentov i vypusknikov VIGU)/Vladim. gos. un-t; sost. **S.M. Basharina, T.A. Kozlova** – Vladimir: Izd-vo Vladim. gos. un-ta, 2011. – 73 s
16. **Zykova K.Iu.** Kopleksnyi podkhod k formirovaniu i razvitiu navykov prezentatsii i samoprezentatsii v ramkakh uchebnogo spetskursa "Tekhnologii professional'nolichnostnogo rosta" URL: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/55907/1/klovsm_2008_03_14.pdf.
17. **Klimenko A.A., Khazova S.A., Karaseva S.A.** Samoprezentatsionnaia kompetentnost': sodержanie i osnovy formirovaniia : ucheb. posobie– Krasnodar: KubGAU, 2018. ISBN 978-5-00097-571-8 – 164 s.
18. **Polina A.V., Karimova N.A., Toropchin I.I.** Psikhologicheskie osnovy professional'nogo trudoustroistv: ucheb. posobie. –VGI, 2008. ISBN 978-5-98461-781-9 – 82 s.
19. **Zakharova Y.N., Kovardakova M.A., Myzrova K.A., Poseleynova O.A.** Creative self-presentation skills of students – an element of professional communication. *Modern problems of science and education*. 2015. № 5. С.480 eISSN: 2070-7428.
20. **Baiyun C. & Marcus J. (2012).** Students' self-presentation on Facebook: An examination of personality and self-construal factors. *Computers in Human Behavior*. 28. 2091–2099. 10.1016/j.chb.2012.06.013
21. **Yang C., Bradford Brown B.** Online Self-Presentation on Facebook and Self Development During the College Transition. *J Youth Adolescence* 45, 402–416 (2016). <https://doi.org/10.1007/s10964-015-0385-y>
22. **Sievers K., Wodzicki K., Aberle I., Keckeisen M., Cress U.** Self-presentation in professional networks: More than just window dressing, *Computers in Human Behavior*, Vol. 50, 2015, P. 25-30
23. **Koroleva D.O., Tomilova E.A.** "Portret' sovremennogo podrostka cherez ego samoprezentatsiiu v sotsial'noi seti. Internet po tu storonu tsifr – 2017 URL: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/direct/214135303>.
24. **Karpova M.K., Monina M.A.** Social networks as a special channel for self-presentation of an individual. *Science. Society. State*. 2018. №1 (21). P.158-167 eISSN: 2307-9525 (InRussian)
25. **Rozhkova A.V.** Samovyrazhenie (samoprezentatsiia) v sotsial'nykh internet-setiakh kak fenomen kibersotsializatsii cheloveka // *Homo Cyberus*. 2017. №2 (3). URL: http://journal.homo.cyberus.ru/Samovyrazhenie_v_socialnyh_internet-setyah_kak_fenomen_kibersotsializatsii.
26. **Remillard B.** «How Recruiters Read Resumes In 10 Seconds or Less» [Elektr. resurs] – Rezhim dostupa: http://www.higherbracket.ca/article_recruiters_ten_second_resume_read_br.php.
27. Rezul'taty oprosa HeadHunter «36% rabotodatelei gotovy otkazat' iz-za negramotnogo soprovoditel'nogo pis'ma». URL: <https://spb.hh.ru/article/306200>.
28. Rezul'taty oprosa ESET URL: <https://www.esetnod32.ru/company/press/center/65-rabotodateley-analiziruyut-profili-kandidatov-v-sotssetyakh/>.
29. Rezul'taty oprosa HeadHunter «Smotret' v profil': kak rabotodatelei proveriaiut sotsseti kandidatov». URL: <https://spb.hh.ru/article/301106>.

Nechaeva N.V., Kairova E.M. Development of personal marketing skills among translation and interpreting students. The article examines the role of soft skills in the future career and professional competence of translation and interpreting students. The expectations of the modern-day language

service industry make these soft skills just as important for finding a job after graduation and performing well professionally as the hard skills related to academic subjects. Current standards for translation and interpreting education programs in Russian Federation (Federal Educational Standard 3+ for bachelor and master degrees) include a significant part of the soft skill set. The European Master's in Translation standard also features soft skills. One of the key soft skills college graduates require no matter what career path they subsequently choose has to do with presenting themselves on the labor market. This includes resume and cover letter writing, well-considered social media positioning, etc. The article reviews the available theoretical and practical materials on the subject, inspects the concept and types of soft skills and their presence in Russian and European educational standards, and discusses the skill of personal marketing and its aspects. Based on literature analysis and personal teaching experience, the authors provide recommendations to linguist educators on the development of students' personal marketing skills such as resume and cover letter writing and professional social media presence.

TEACHING TRANSLATION AND INTERPRETING; LINGUIST EDUCATION; PERSONAL MARKETING; RESUME; CURRICULUM VITAE; EMPLOYMENT; PROFESSIONAL SKILLS; SOFT SKILLS; MODERN FORMS OF EDUCATION; EDUCATION TECHNOLOGY; SOCIAL MEDIA PRESENCE

Citation: Nechaeva N.V., Kairova E.M. Development of personal marketing skills among translation and interpreting students. *Teaching Methodology in Higher Education*. 2020. Vol. 9. No 33. P. 80–94. DOI: 10.18720/HUM/ISSN 2227-8591.33.07