

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ОБУЧЕНИЯ НАВЫКАМ ПРЕЗЕНТАЦИИ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ДЕЛОВОМУ АНГЛИЙСКОМУ

О. С. Жуковец¹⁾, Ю. Л. Майсюк²⁾

¹⁾Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, Минск, Беларусь, zhukovets@bsu.by
²⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4,
220030, Минск, Беларусь, julmai@yandex.ru

В статье рассматриваются особенности обучения навыкам презентации и самопрезентации на занятиях по деловому английскому со студентами продвинутого уровня. Даны практические рекомендации по тренировке невербальных навыков коммуникации с учетом обратной связи с аудиторией и ее культурологических особенностей. В статье также описаны проблемы, с которыми может столкнуться преподаватель, и предлагаются стратегии их решения.

Ключевые слова: преподавание иностранного языка; деловой английский; невербальная коммуникация; кластер поведения; культурологический подход.

SOME ASPECTS OF TEACHING PRESENTATION SKILLS IN BUSINESS ENGLISH CLASSES

O. S. Zhukovets^{a)}, Y. L. Maisiuk^{b)}

^{a)}Belarusian State University,
Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Belarus, zhukovets@bsu.by
^{b)}Belarusian State University,
Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Belarus, julmai@yandex.ru

The article considers some aspects of teaching presentation and self-presentation skills in business English classes with advanced students. Practical recommendations for training non-verbal communication skills with consideration of feedback with the audience and its cultural features are given. The article also describes the problems that a teacher may encounter and proposes strategies for their solution.

Keywords: teaching a foreign language; business English; non-verbal communication; cluster of behavior; culturological approach.

В списке основных компетенций специалиста-международника важное место занимают навыки презентации и самопрезентации. Ситуаций применения этих навыков огромное множество и все они влияют на финансовый успех компании и карьере специалиста. Собеседование при приеме на работу, выступление перед командой сотрудников, запуск и продвижение продукта, демонстрация нового проекта инвесторам, пере-

говоры, представление компании на международной выставке, доклад на конференции. В этих и других рутинных деловых ситуациях не обойтись без умения четко, грамотно и эффективно излагать, описывать, убеждать с целью добиться необходимых эмоций или действий от коллеги, партнера, деловой аудитории. В каждом из приведенных примеров мы имеем дело с презентацией самого себя как специалиста либо продуктов и услуг, предоставляемых компанией [1, с. 6].

На факультете международных отношений в рамках обучения языку специальности уделяется много времени и внимания развитию навыков презентации и самопрезентации.

Студенты-международники старших курсов, как правило, имеют высокий уровень языковой подготовки, что позволяет преподавателю тратить меньше аудиторного времени на работу с текстовым компонентом презентации, сместив акцент на некоторые экстралингвистические аспекты выступлений.

В этой статье мы рассмотрим обучение этикету невербального поведения и культурологический подход в подготовке презентаций для международной аудитории на примере темы «*First impressions*» («Первое впечатление») для студентов 4 курса специальности «Мировая экономика».

По результатам некоторых исследований в общем процессе коммуникации на невербальный компонент приходится от 60 до 90 %. Он подразумевает выражение лица, позу говорящего, зрительный контакт с аудиторией, внешность, опрятность, стиль одежды, параметры голоса (темп, тембр, модуляция и т. д.) [2, с. 25]. Все эти факторы вместе со смысловым содержанием речи говорящего складываются в сложную картину или образ, который иногда называют *кластером поведения*. Слушателям достаточно меньше минуты, чтобы составить впечатление о компетентности выступающего. Некоторые психологи считают, что первые две минуты выступления являются решающими для успешного воздействия на аудиторию [3, с. 141].

Работа по теме «*First impressions*» («Первое впечатление») на 4 курсе отделения «Мировая экономика» начинается с изучения теоретических материалов по невербальной коммуникации на английском языке. Студенты работают с текстами, видео- и аудиоматериалами: читают статьи, слушают интервью с известными экспертами в сфере публичных выступлений, смотрят видеозаписи удачных и неудачных презентаций. Это позволяет создать задел для дальнейшей практической работы. Практическая работа проводится в парах и малых группах. Студенты обобщают изученный материал, составляют списки типичных ошибок в поведении выступающих, обдумывают методы их исправления, выработки правильных привычек и автоматизмов невербального общения, выступают друг перед другом с тренировочными мини-презентациями. Важно, что к 4 курсу у будущих экономистов уже накоплен личный багаж удачных и

неудачных выступлений на публике, чем объясняется высокая вовлеченность в обсуждение темы.

В обучении навыкам презентации необходимо учитывать специфику будущей деятельности экономистов-международников. Работа на мировом рынке требует гибкости и вариативности навыков коммуникации в зависимости от целевой аудитории. Поэтому следующим важным направлением обучения успешной презентации на продвинутом уровне является подготовка выступлений перед аудиторией из другой страны.

В деловой практике экономистов-международников такие выступления стали повседневной реальностью. Плохая подготовка к презентации для иноязычной и инокультурной аудитории может стать причиной потери дохода и репутации компании на международном рынке. Важно научиться использовать информацию о стране, предоставляемую официальными источниками (министерство иностранных дел, торгово-промышленная палата и т. д.), а также консультации с местными экспертами. В рамках работы по теме «*First impressions*» студенты учатся согласовывать текст, стиль и манеру подачи презентации в соответствии со следующими критериями:

- место проведения презентации (схема рассадки гостей, необходимое оборудование)
- продолжительность и темп выступления
- табуированные в конкретной культуре жесты, цвета, предметы одежды и т. д.
- маркеры положительной или отрицательной реакции аудитории
- уместность юмора
- варианты взаимодействия с аудиторией (вопросы-ответы, обмен мнениями, проверочные вопросы слушателям по ходу презентации)

На занятиях студенты знакомятся с примерами выступлений в разных странах (в формате аудио и видео), предсказывают и объясняют возможную реакцию слушателей, подмечают ошибки выступающих, делают выводы об особенностях культуры коммуникации той или иной страны. Финалом является составление списка советов и рекомендаций по проведению презентаций для белорусской деловой аудитории.

Изучение основ невербальной коммуникации с учетом культурологической составляющей вызывает живой интерес у большинства студентов. Это связано не только с их будущей профессиональной деятельностью, но и с уже имеющимся личным опытом выступлений на международных конференциях, участия в конкурсах, поездок в командировки, общения с иностранными студентами и преподавателями в рамках обучения на факультете международных отношений. Все это повышает ценность знаний об эффективной коммуникации с иноязычной аудиторией.

Однако преподаватель может столкнуться с трудностями в обучении навыкам презентации даже в группах с хорошим владением английским

языком. Часто успешные в лингвистическом плане студенты испытывают дискомфорт и тревогу при необходимости применять знания о публичных выступлениях на практике, особенно когда речь идет о тренировке элементов невербального поведения. Управление страхом публичного выступления является частью обучения навыкам презентации.

Следующие стратегии помогут сделать тренировку навыков выступлений комфортной для разных студентов.

1. Обучение на примерах.

В рамках темы «*First impressions*» студенты обсуждают примеры выступлений знаменитых спикеров *TED*, обсуждают реакцию аудитории, описывают свои ощущения.

2. Работа в малых группах.

Выступление даже перед небольшой аудиторией может вызвать стресс и напряжение. Деление на маленькие группы или даже пары может стать первым шагом для отработки навыков, необходимых для презентации, но в условиях, когда ставки не так высоки.

3. Положительная обратная связь.

Сила положительного подкрепления очень значима, как с точки зрения самооценки, так и с точки зрения реальных академических успехов. При обсуждении презентаций и преподавателю и студентам лучше сосредоточить внимание в первую очередь на том, что сделано правильно, а не на ошибках. Это особенно важно в работе со студентами, которые испытывают тревогу или недостаток самооценки [4, p. 261].

4. Атмосфера в аудитории.

Обучение навыкам презентации подразумевает творчество и самовыражение. Если повседневный формат занятий отличается традиционным менторским стилем преподавания, резко возникшая необходимость в «креативе» может напугать. Если студенты привыкли к жесткой парадигме «преподаватель учит, диктует, проверяет», возможность свободно выступать может показаться чуждой, внезапной и неостребованной. Процесс обучения должен быть основан на обсуждении, взаимном уважении и поддержке. Тогда студенты будут свободно выражать свои мысли и охотно практиковать навыки выступления и взаимодействия с аудиторией.

Таким образом, обучение навыкам презентации с учетом невербальной этики и культурологического подхода дает возможность сформировать потенциал навыков и умений, которые будущие специалисты смогут применить в разных сферах профессиональной деятельности. Задача преподавателя — дать путевку в жизнь новому поколению студентов в качестве полноправных участников профессионального сообщества, в котором одним из важнейших конкурентных преимуществ является умение общаться и выступать на публике.

Библиографические ссылки

1. Забровская, А. А. Навык проведения презентации и самопрезентации как необходимый элемент обучения иностранному языку в лингвистическом вузе / А. А. Забровская, Е. А. Рублева // Гуманитар. вестн. МГТУ им. Н. Э. Баумана. — 2017. — № 6 (56). — С. 1—13. (<http://dx.doi.org/10.18698/2306-8477-2017-6-449>)
2. *Public Speaking Success in 20 Minutes a Day*. — New York : Learning Express, 2010. — 256 p.
3. Психология массовой коммуникации: коммуникатор, аудитория, сообщение, каналы, эффекты и эффективность : хрестоматия / сост. В. П. Васильева ; под ред. К. В. Киуру. — Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2007. — 265 с.
4. *Douglas Brown, H. Teaching by Principles: An Interactive Approach to Language Pedagogy. Second Edition/ H. Douglas Brown*. — New York : Longman, 2003. — 480 p.