

ЧАСТКА II

НАВУКОВА-МЕТАДЫЧНЫЯ РАСПРАЦОЎКІ ВЫКЛАДЧЫКАЎ

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ У СТУДЕНТОВ «СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ» НА ЗАНЯТИЯХ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Е. Г. Гилевич

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
Alenagil12@gmail.com*

В работе затрагиваются вопросы формирования профессиональных компетенций будущих специалистов в области социальных коммуникаций. Рассматриваются профессиональные компетенции, развитию которых способствует изучение иностранного языка, а также описываются виды деятельности, направленные на их формирование. Приводятся результаты анкетирования студентов относительно роли иностранного языка в формировании профессиональных навыков.

Ключевые слова: профессиональные компетенции; профессиональная деятельность; социальные коммуникации; иностранный язык.

DEVELOPING STUDENTS' PROFESSIONAL COMPETENCES OF SOCIAL COMMUNICATIONS AT FOREIGN LANGUAGE CLASSES

E. G. Gilevich

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: E. G. Gilevich (Alenagil12@gmail.com)*

The paper deals with the issues of developing professional competences of future specialists in the field of social communications. It considers professional competences formed in the process of learning a foreign language and describes the activities aimed at their development. The author presents the results of the survey of students on the role of a foreign language in developing professional skills.

Key words: professional competences; professional activity; social communications; foreign language.

Формирование профессиональной компетенции является приоритетной задачей при подготовке будущих специалистов в вузе. Современное общество нуждается в профессионалах, способных эффективно оперировать знаниями профессиональной предметной области и эффективно функционировать в профессиональной социальной среде в условиях растущей конкуренции на рынке труда.

Очевидно, что задача формирования профессиональных компетенций в первую очередь решается в рамках преподавания дисциплин, непосредственно связанных с выбранной специальностью. Однако конкурентоспособность в настоящее время предполагает владение и умение реализовать профессиональные компетенции не только в национальном, но и в межкультурном профессиональном пространстве, что в последнее время все чаще указывается как одно из обязательных требований работодателя к будущему работнику. Очевидно, что данная задача решается прежде всего в рамках курса иностранного языка.

В образовательном стандарте Республики Беларусь приведен обширный перечень требований к профессиональным компетенциям специалистов в области социальных коммуникаций в научно-исследовательской, экспертно-аналитической, организационно-управленческой,

коммуникационной и инновационной деятельности [1, с. 8–9]. Анализ содержания программы по английскому языку для специалистов в области социальных коммуникаций показал, что формированию ряда профессиональных компетенций способствуют и занятия по иностранному языку. В частности, это умение осуществлять исследования каналов массовой коммуникации, целевых аудиторий внешних и внутренних коммуникаций, эффективности коммуникационной деятельности, в том числе маркетинговой, рекламной деятельности; готовить доклады, материалы к презентациям; готовить информацию для информационных агентств, пресс-служб, средств массовой коммуникации [1; 2].

В рамках модуля профессионального общения помимо ознакомления с основами теории коммуникации, особенностями профессиональной карьеры в области коммуникации программой по иностранному языку предусмотрено изучение тем, связанных с работой в СМИ, семиотикой, дискурсом аргументации, публичной коммуникацией, этикой профессиональной коммуникации [2].

Студенты отделения «Социальные коммуникации» нередко находят практическое применение полученным в высшей школе знаниям в журналистике. Поэтому изучение темы «Работа со СМИ» вызывает у них особый интерес. На занятиях обсуждаются виды СМИ, их сильные и слабые стороны, анализируются целевые аудитории, определяются виды каналов для передачи информации в конкретных смоделированных ситуациях. С целью развития компетенции подготовки информации для информационных агентств студенты, в частности, знакомятся со структурой пресс-релиза и советами по его успешному созданию (на основе текстового и видеоматериалов). На последующем этапе студентам предлагается написать на английском языке свой пресс-релиз о каком-либо мероприятии, запуске продукта и т. д. Немалый интерес вызывает у студентов и задание создать паблисити. Данное задание, как правило, выполняется в формате группового проекта и попутно способствует развитию у студентов коммуникабельности и умения работать в команде – важных профессиональных качеств специалиста в области коммуникации. В рамках изучения традиционных и новых СМИ студенты знакомятся с элементами новостей, анализируют их и/или создают новости, применяя полученные знания. Также рассматривается структура англоязычного газетного издания, элементы построения газетной статьи, проводится ее анализ. Обучающиеся с интересом знакомятся с

языком газетных заголовков, приемами, используемыми авторами для привлечения внимания читателя. В качестве практического применения полученных знаний студентам может быть предложено создать «цепляющие» заголовки самостоятельно.

С целью способствовать формированию умения определять эффективность рекламной деятельности в рамках темы «Знак-Язык-Речь-Коммуникация» студентам предлагается применить теоретические знания при семиотическом анализе конкретных примеров рекламы с последующим обсуждением их эффективности. Также большой интерес у студентов вызывает выявление ошибок в аргументации в рекламе и определение эффективности их влияния на адресата, а также составление собственного рекламного текста с использованием изученных техник. Данный вид деятельности осуществляется при изучении темы «Дискурс аргументации». Изучение дискурса аргументации, а также искусства убеждения развивает у обучающихся умение строить аргументированные устные и письменные высказывания, убеждающие речи. После ознакомления с теоретическим материалом, анализа известных успешных публичных речей студенты продуцируют свои собственные аргументированные высказывания, выступают с убеждающей речью перед аудиторией. Данные навыки несомненно способствуют развитию профессиональной компетенции готовить речи, доклады, презентации, информацию для средств массовой коммуникации.

В общеобразовательном стандарте при описании требований к компетенциям по некоторым дисциплинам специализации нередко упоминается знание и владение этическими нормами (например, в маркетинге, речевой коммуникации, социальной политике) [1]. На занятиях по иностранному языку также затрагиваются вопросы профессиональной этики, в частности, при изучении темы «Этика профессиональной коммуникации». Организовывается дискуссия о важности знания этических норм, изучаются и обсуждаются профессиональные этические кодексы, в частности, американский кодекс специалиста в области PR. Практическое применение эти знания находят в процессе решения предложенных преподавателем профессиональных этических дилемм.

В рамках научно-исследовательской работы «Формирование, развитие и реализация профессиональной коммуникативной личности» кафедра международной журналистики в 2018 г. проводила опрос студентов первого курса. Ряд вопросов в анкете касался важности изучения

дисциплины «Иностранный язык» для развития их профессиональных коммуникативных навыков и умений, формирования профессиональной коммуникативной личности. Анализ результатов показал, что 90 % первокурсников отделения «Социальные коммуникации» уверены, что изучение иностранного языка способствует развитию их профессиональных коммуникативных навыков. Среди видов деятельности, которые необходимо будет выполнять на иностранном языке, более 90 % студентов указали умение осуществлять поиск нужной информации на иностранном языке, выступать перед аудиторией, в том числе с презентацией на профессиональную тему на иностранном языке (90 % положительных ответов), умение читать материалы СМИ (90 % ответов «да»); профессиональные журналы, материалы специализированных веб-сайтов (85 % ответов «да»). Респонденты отметили также необходимость умения писать журналистские материалы на иностранном языке (75 %), пресс-релизы на иностранном языке (75 %) [3, с. 57].

Как видим, предлагаемые программой кафедры темы для изучения на иностранном языке для студентов специальности «Социальные коммуникации», а также виды деятельности, направленные на формирование профессиональных компетенций, свидетельствуют о клиенто-ориентированности программы и курса в плане соответствия запросам студентов и соответственно о высоком уровне подготовки будущих специалистов.

Библиографические ссылки

1. Образовательный стандарт Республики Беларусь. Высшее образование. Первая ступень. Специальность 1–23 01 15 Социальные коммуникации. Квалификация Специалист по социальным коммуникациям: ОСВО 1-23 01-15. Введ. 30. 08. 2013. № 87. Минск: М-во образ. Респ. Беларусь: ЖВШ, 2013. 26 с.
2. *Кувшинова А. С., Савич Е. В., Толстоногова И. В.* Иностранный язык: учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине для специальностей: 1-23 01 15 Социальные коммуникации № УД-5293/уч. Минск: БГУ, 2018. 21 с.
3. Формирование, развитие и реализация профессиональной коммуникативной личности: отчет о научно-исследовательской работе (заключ.) / БГУ; науч. рук. О. В. Луцинская; исполн.: А. А. Маркович [и др.]. Минск: БГУ, 2020. 104 с. Рег. № НИР 20162533.