

In addition, we can speak of the complete disappearance of some constituent elements of these components: for example, the disappearance of oral and non-public genres of communication, as well as the conditional dialogical character of this type of discourse, and the replacement of discursive formulas by precedent texts.

Thus, it is obvious that mass-media space affects the specificity of the components of English institutional customs discourse.

References

1. Карасик, В. И. О типах дискурса [Текст] / В. И. Карасик // Языковая личность : институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 5–20.

2. Сальникова, Н. В. Национально-культурная риторика политического дискурса (на материале публичных выступлений Р. Рейгана и М. С. Горбачева) [Текст] : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Н. В. Сальникова. – Ставрополь, 2011. – 21 с.

3. Сосунова, Г. А. Стилистические фигуры как фактор формирования коммуникативной направленности в текстах французских отраслевых таможенных изданий [Текст] / Г. А. Сосунова, Н. Г. Епифанцева // Язык и культура. – 2018. – № 41. – С. 202–216.

4. Тарасенко, Т. П. Религиозная концептосфера художественного дискурса В. И. Даля [Текст] / Т. П. Тарасенко // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2017. – № 5 (71), ч. 1. – С. 154–158.

5. Филиппова, М. А. Языковая специфика рекламного дискурса [Текст] / М. А. Филиппова // Молодой ученый. – 2016. – № 28 (132). – С. 1033–1036.

6. Tax avoidance - don't get caught out – (https://taxavoidanceexplained.campaign.gov.uk/?utm_source=govuk_home&utm_medium=refferal&utm_campaign=upstream). – Загл. с экрана (дата обращения: 01.06.2022).

7. CBP warns about the phone scam [Электронный ресурс] / U.S. Customs and Border Protection. – (<https://www.cbp.gov/newsroom/national-media-release/cbp-warns-against-phone-scams>). – Загл. с экрана (дата обращения: 01.06.2022).

СЕКЦИЯ «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГУМАНИТАРНЫХ НАУК»

УДК 631.363

МЕДИАЦЕНТР ТИМИРЯЗЕВСКОЙ АКАДЕМИИ КАК ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ

Авхимович Андрей Валерьевич, аспирант кафедры педагогики и психологии профессионального образования ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, aavthebest@mail.ru

Аннотация: В статье рассмотрено формирование коммуникативных компетенций студентов РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева с помощью специализированного студенческого медиацентра, выполняющего медиаобразовательную деятельность. Выявлены предпосылки для развития коммуникативной деятельности вуза. Определены основные цели и направления работы студенческого медиацентра.

Ключевые слова: коммуникации, компетенции, коммуникативные компетенции, медиаобразование, медиацентр

В среде российского высшего образования в настоящее время формируются новые социальные и экономические отношения, основанные на необходимости развития конкурентоспособности вуза. Организации ведут конкурентную борьбу за внимание абитуриентов, участие в государственных программах финансирования, поддержку бизнеса.

Конечный успех обеспечивается благодаря наличию четкой стратегии развития учебного заведения, наличию современной материально-технической базы и высококвалифицированных специалистов, реализации передовых научных технологий, ориентации на формирование у выпускников профессиональных качеств и компетенций, удовлетворяющих запросы современного общества и рынка труда.

РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева – старейший аграрный вуз России, созданный в 1865 году. На протяжении всех лет истории его деятельность направлена на реализацию крупных образовательных и научных программ в их единстве и взаимосвязи. Научные исследования ведутся по актуальным для российского аграрного сектора направлениям животноводства, растениеводства, биотехнологии, агроинженерии, экономики и управления [5].

Университет вовлечен в реализацию крупных российских и международных программ и проектов. На базе вуза действует Научный центр мирового уровня «Агротехнологии будущего», Федеральный центр компетенций в области АПК, Инжиниринговый центр, Тимирязевский селекционно-семеноводческий центр овощных культур, созданный в рамках нацпроекта «Наука».

В 2021 году РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева стал участником базовой и специальной частей государственной программы академического лидерства «Приоритет 2030» и вошел в число 18 вузов страны в категории «Исследовательское лидерство».

Глобальная конкуренция на рынке образовательных услуг и реализация стратегических проектов обуславливает развитие деятельности вуза в области коммуникаций.

На сегодняшний день комплекс внешних и внутренних коммуникаций осуществляет пресс-служба РГАУ–МСХА имени К.А. Тимирязева. Внешние коммуникации включают организацию целевого информационного воздействия на абитуриентов, потенциальных работодателей, бизнес-партнеров, научно-

образовательное сообщество, отраслевое комьюнити, широкую общественность. Внутренние коммуникационные потоки направлены на студентов, слушателей, аспирантов, руководителей, преподавателей, сотрудников вуза.

Значительным интеллектуальным потенциалом для коммуникационной работы обладает кафедра связей с общественностью и речевой коммуникации РГАУ–МСХА имени К.А. Тимирязева с высокопрофессиональным преподавательским коллективом, обладающим большим практическим опытом в PR. В настоящее время на кафедре ведётся подготовка 99 студентов по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Развитие и расширение коммуникационной деятельности вуза подразумевает создание на площадке пресс-службы студенческого медиацентра. В нашем понимании студенческий медиацентр – это структура, обеспечивающая медиаобразовательную деятельность по средствам реализации различных медиаобразовательных проектов, способных обеспечить присутствие и продвижение образовательного учреждения в медиaprостранстве. При этом проект опирается на использование активных форм и методов работы по формированию коммуникативных компетенций студентов [7].

Профессор Московского педагогического университета Ирина Фатеева называет профессиональное медиаобразование воспитанием тех, кто пишет, а массовое – воспитанием тех, кто потребляет. При этом учить требуется обе категории ради общего качества [6].

С педагогической точки зрения задача медиаобразования заключается в подготовке нового поколения к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, умению понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладевать способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств и современных информационных технологий» [3].

Основной контингент медиацентра составят студенты кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации, при этом проект призван охватить все институты РГАУ–МСХА имени К.А. Тимирязева.

В докладе «Медиацентр в образовательной среде вуза» под авторством исследователей Бучатского, Колесова и Червинской представлены универсальные рекомендации по созданию студенческих медиацентров [1]:

1. Медиацентр должен быть ориентирован на формирование определенной среды системной организации и обеспечения учебной, исследовательской и производственной деятельности студентов при активном взаимодействии с предприятиями и организациями медиа и телекоммуникационной сферы.

2. Медиацентр должен стать для студентов визуально ориентированной инновационной образовательной площадкой.

3. Медиациентр должен стать креативной научной лабораторией, где разрабатываются и реализуются инновационные проекты с освоением и применением:

- перспективных технологий (коммуникации, мультимедиа, IT, менеджмента и т.п.);
- инструментов группового общения и совершенствования инновационной деятельности;
- навыков исследовательской и проектной работы;
- новых профессиональных компетенций.

Создание студенческого медиациентра РГАУ–МСХА имени К.А. Тимирязева преследует достижение нескольких целей [2]:

1. Педагогическая цель – повышение активности аудитории и включение участников в интерактивное взаимодействие за счет публикации деятельности студентов и педагогов в медиaprостранстве университета.

2. Образовательная цель – улучшение навыков жизни в информационном пространстве.

3. Информационная цель – создание единого коммуникативного пространства в вузе

4. Управленческая цель – оптимизация кадровых ресурсов.

5. Маркетинговая цель – привлечение потребителей образовательных услуг с использованием коммуникативных инструментов

Деятельность студенческого медиациентра включает такие направления, как [5]:

- интернет-ресурсы, включая социальные сети;
- фотоконтент;
- печатные издания;
- графический дизайн;
- видеоконтент;
- студенческое телевидение;
- интернет-подкастинг.

Приходя в медиациентр, студент сможет выбрать для себя работу в любом из направлений его деятельности, пройти учебную или производственную практику, повысить свой профессиональный уровень и пополнить портфолио.

Для работы медиациентра необходимы ресурсы, важнейшими из которых являются кадровые, материальные, организационные. Под проект уже выделено рабочее пространство в 400 квадратных метров, в котором разместятся видеостудия, фотостудия, аппаратные и переговорные комнаты, рабочие кабинеты, зал с мягкими креслами и большим монитором.

Достигнута предварительная договоренность о поддержке работы медиациентра со стороны АО «Россельхозбанк», АО «Росагролизинг», ведущих коммуникационных агентств «iMars», «Инстинкт» и «AGRO FOOD Communication». Формами сотрудничества с индустриальными партнерами станут:

- выступления, лекции, мастер-классы для студентов;

- экскурсии стажировки и производственные практики с возможностью последующего трудоустройства;

- проведение авторских курсов.

Синергия совместной работы пресс-службы, кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации и промышленных партнеров в рамках студенческого медиацентра откроет новые перспективы для начинающих специалистов и станет драйвером развития коммуникативных компетенций студентов РГАУ–МСХА имени К.А. Тимирязева.

Библиографический список

1. Бучатский А.Н., Колесов А.К., Курбатов Д.А., Новикова Е.И., Червинская В.А. Особенности проблематики медиа в контексте современного образования // Сборник материалов конференции VIII Международной научно-практической конференции "Научно-образовательная информационная среда XXI века", (Петрозаводск, 15 – 18 сентября 2014 г.). – (<http://it2014.petrso.ru/publication.php>).

2. Вартанова, Е. Л. Медиаобразование как средство формирования информационной безопасности молодежи / Е. Л. Вартанова, Я. Н. Засурский // Информационная и психологическая безопасность в СМИ : в 2 т. Т. 1.

3. Жилавская И.В. Медиаобразование молодежной аудитории: Монография. – Томск, 2009. – 214 с.

4. Кириллова Н.Б. Медиакультура: теория, история, практика: Учебное пособие. – М.: Академический Проект; Культура, 2008. – 496 с.

5. Стратегия и программа развития ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева до 2030 года // Официальный сайт ФГБОУ РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева. – (<https://timacad.ru/uploads/files/20191007/1570464059>)

6. Фатеева, И.А. Медиаобразование: теоретические основы и практика реализации: Монография / И.А. Фатеева. – Челябинск: Челяб. гос. ун-т, 2007. – 270 с.

7. Федоров А.В. Медиаобразование: история и теория. – М.: МОО «Информация для всех», 2015. – 450 с.

УДК 378.126;371.14

ПОДХОДЫ К ПРОЕКТИРОВАНИЮ СОДЕРЖАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Атапина Юлия Алексеевна, аспирантка кафедры педагогики и психологии профессионального образования института экономики и управления АПК ФГБОУ ВО РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева, atarina.yulya@gmail.com

Шингарева Марина Валентиновна, доцент кафедры педагогики и психологии профессионального образования, ФГБОУ ВО РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева, mar-lex@mail.ru

Аннотация: в статье рассматриваются подходы к проектированию инвариантной структуры содержания профессионально-педагогического