

Литература

1. Горбенко, Г.В. Симулякри // Абетка соціальних комунікацій / авт.-сост.: Г.В. Горбенко. – К.: Видавництво «Жнець». – 152 с.
2. Конык Д., Рендер С. Расставьте сети. Как использовать Интернет в интересах вашего бизнеса / Д. Конык, С. Рендер. – К.: ООО «Компания ЛИК», 2011. – 120 с.
3. Курбан, О.В. Діагностика та моделювання PR-процесів [монографія] / О.В. Курбан. – К.: Українська конфедерація журналістів, 2012. – 157 с.
4. Курбан, О. Соціальні мережеві технології: типологія та класифікація / О. Курбан // Вісник КНУКіМ: Сер.: Соціальні комунікації. – 2013. – Вип. 2. – С. 48–53.
5. Халилов, Д. 100 инструментов SMM-продвижения / Дамир Халилов [Електронний ресурс] // Маркетинг в социальных сетях: секреты и советы. - Електронні данні. – Режим доступа: <http://www.seowrite.ru/>

Татьяна Лачина, Максим Чистяков
Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте РФ, Владимирский филиал
(Россия)

Значение коммуникативной компетентности в формировании положительного имиджа государственного служащего

Государственная служба является важным структурным элементом общественной жизни и функционирования государства, неотъемлемой составной частью в обеспечении интересов граждан.

Вопросам изучения организационной культуры и имиджа государственных служащих сегодня уделяется большое внимание в силу перспективности данного научного направления для решения возникающих проблем в процессе функционирования государственного аппарата. Не преодоление деструктивных явлений в данной области направлен Указ Президента РФ «О Федеральной программе "Реформирование и развитие системы государственной службы Российской Федерации (2009–2013 годы)"» [4].

Целью данной работы является рассмотрение коммуникативной компетентности как фактор влияния на имидж государственного служащего.

Анализ научной литературы показывает, что функциональным принципом деятельности государственного служащего является профессионализм и компетентность, которые имеют всестороннее влияние на имидж чиновника. Под профессиональной компетентностью государственного служащего подразумевается, прежде всего, образовательный уровень, профессиональные знания, умения и навыки, в т. ч. инструментальные, способность государственных служащих эффективно применять их в практических целях в служебной деятельности. Необходимо отметить, что все это должно

быть в едином целом с личностно-деловыми, нравственно-этическими качествами служащего и, соответственно, с коммуникативной компетентностью (рисунок 1).

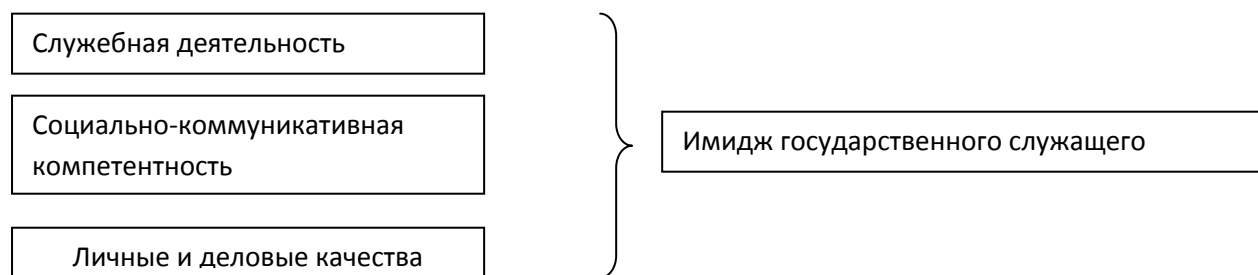


Рисунок 1. Основные факторы, формирующие имидж чиновника

Однако, если специалист государственной службы, обладающий соответствующим образованием и профессиональными знаниями, определенными инструментальными навыками, необходимой эрудицией, но при этом не владеющий навыками взаимодействия с другими людьми, оказывается профессионально недееспособным в коммуникационном процессе, являющемся частью социального взаимодействия в обществе.

Чиновнику, служебная деятельность которого связана с постоянным общением и взаимодействием с деятельностью других людей, планированием и организацией функционирования различных структур, коммуникации позволяют упорядочить данный процесс, систематизировать и организовать государственную и общественную работу, обогатить ее новыми контактами и возможностями.

В своей повседневной деятельности государственный служащий сталкивается с огромными объемами информации (публичные выступления, статьи и публикации, документы и отчеты и т. д.), которые необходимо анализировать, перерабатывать и применять в своей практике. Данная аналитическая способность зависит от личностных и профессиональных качеств чиновника, «определенного объема личного контекста» [2, 18].

Обобщая различное видение структуры и системы коммуникативной компетентности в служебной деятельности, имеющее определенное действие на имидж, нам удалось выделить определенные компоненты коммуникативной компетентности (рисунок 2.):

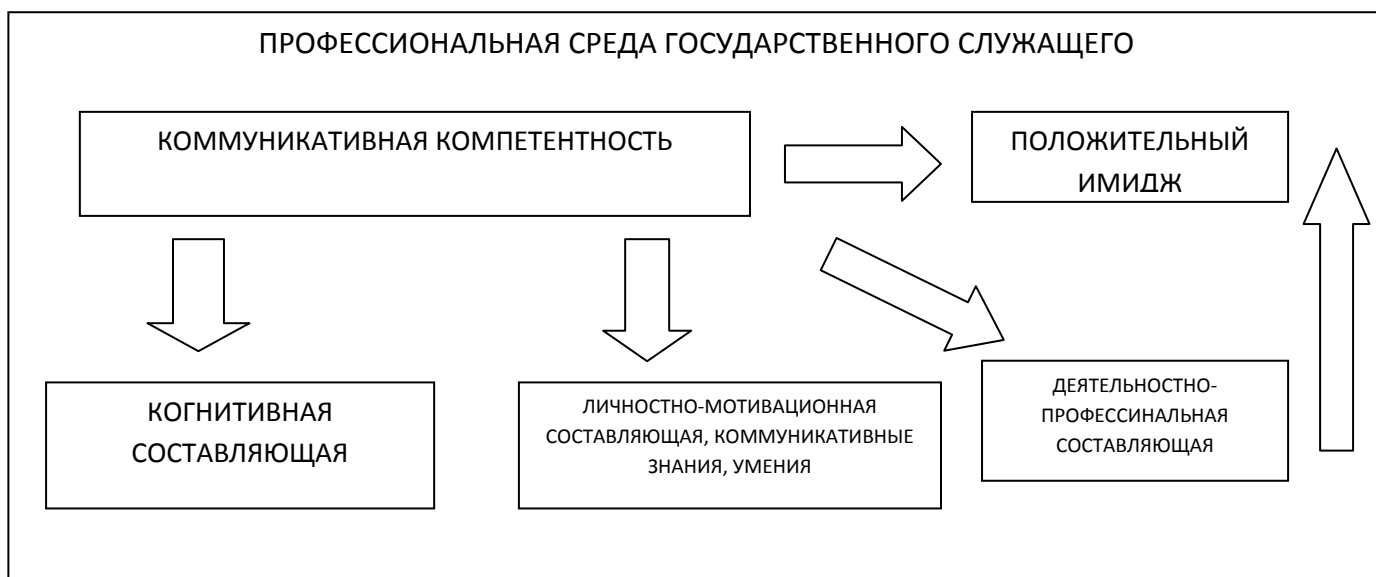


Рисунок 2. Коммуникативная компетентность в достижении профессиональных задач в формировании положительного имиджа

Основой данной модели является становление коммуникативной компетентности как одного из факторов положительного имиджа государственного служащего. Для ее воплощения необходимо решить ряд задач:

1. формирование и развитие коммуникативных знаний, умений и навыков;
2. накопление и синтез коммуникативного опыта, полученного в профессиональной деятельности;
3. постоянное совершенствование гуманитарной и этической культуры личности;
4. развитие стремления к профессиональному росту, самореализации и становлению в профессии;
5. заинтересованность в самообразовании, постоянном обновлении и пополнении знаний;
6. развитие ценностно-ориентированного и духовного отношения к окружающему миру.

Государственный служащий в процессе выполнения своих должностных обязанностей находится постоянно в различных межличностных отношениях, наделен в рамках своей должности властными полномочиями. Грамотно выстроенная и регламентируемая коммуникативная сторона деятельности государственного служащего является универсальным средством в достижении намеченных профессиональных целей и задач.

Литература

1. Бирюкова, Г.М., Лебединова, Ю.К. Профессионально-коммуникативная компетентность как имиджевый фактор российских госслужащих / Г.М. Бирюкова, Ю.К. Лебединова // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта, 12(70) – 2010. – С. 15–20.
2. Кудрявцева, Е.И., Макалатия, И.Н. Е Компетенции государственного гражданского служащего как исследовательская проблема / Е.А. Кудрявцева, И.Н. Макалатия // Настоящее и будущее социальных технологий: Материалы VIII международной конференции. – СПб.: Изд-во СЗАГС. – 2011. – С. 262–267.
3. Лачина, Т.А., Абдряшито, А.И. Механизмы развития управленческого потенциала на основе компетентностного подхода: Монография. – Владимир: Издательство: Владимирский филиал РАНХиГС, 2014. – 135 с. ISBN 987-5-906051-50-9.
4. Указ Президента РФ от 10.03.2009 № 261 (ред. от 10.08.2012) «О Федеральной программе "реформирование и развитие системы государственной службы российской федерации (2009–2013 годы)"» (с изменениями и дополнениями) // Собрание законодательства РФ, 2009. – № 11. – Ст. 1277.

Елена Лебедева

Белорусский государственный университет

Событийный менеджмент как инструмент формирования коммуникативного пространства современного города

Концепт «коммуникативное пространство» вошёл в обиход представителей различных научных направлений ещё в конце прошлого века. Впервые прозвучавший в контексте философской трактовки данный термин сегодня используется в области социологии, политологии, социальной психологии, лингвистики, менеджмента, а также в комплексе новых наук: медиалогия, коммуникативистика, социальная инженерия. Обобщенное определение коммуникативного пространства сводится к тому, что оно принимается как открытая самоорганизующаяся система неразрывно связанная с социальными изменениями, состоящая из взаимосвязанных уровней, для определения которых выделяются два важных параметра: первый – коммуникативная дистанция и второй – плотность коммуникации. Последующая адаптация понятия происходит в зависимости о направления исследовательского интереса. В данном случае нас интересует коммуникативного пространства города и, в частности, событийный менеджмент как инструмент его формирования.

Коммуникативное пространство города имеет ряд особенностей: сложная социально-стратификационная система, широкие рамки социального взаимодействия, значительная интенсивность информационных потоков, культурно-духовное многообразие. Высокая плотность населения, гетерогенность социальной структуры, интенсивные миграционные