

ми социального блока, начальниками различных отделов, управлений, специалистами, советниками, помощниками и т. д. Многие из них отмечают возрастающий объем функциональных задач, возлагаемых на них, интенсивность и динамичность работы. В современных условиях значительно возросли требования к профессиональным навыкам и умениям специалистов и руководителей PR-структур. По сути изменилась и философия паблик рилейшнз: на смену манипулятивным технологиям, отношениям «субъект–объект» приходит паритетность всех заинтересованных сторон, согласованность интересов.

Кроме того, помимо традиционных моделей взаимодействия, как показывает практика, возникают новые. Особенностью коммуникации стало активное использование интернет-технологий. Паблик рилейшнз выступает как средство кристаллизации сетевых структур. Это весьма важная инновация как функционирования самих PR-служб, так и определяющий вектор образовательного процесса по подготовке будущих специалистов.

Библиографические ссылки

1. *Комаровский В. С.* Административная реформа в Российской Федерации // Полис. Политические исследования. 2005. № 4. С. 172–178.
2. Информационное сопровождение социальных PR-проектов. Прак. пособие (О. Н. Савинова, С. В. Белковский, К. А. Болдина). Н. Новгород : Изд-во ННГУ, 2019. 171 с.

КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ КАК ФАКТОР ЛИЧНОСТНОГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РОСТА СУБЪЕКТА ТЕХНИЧЕСКИХ И ЕСТЕСТВЕННОНАУЧНЫХ ЗНАНИЙ

В. В. Шенетюк

*Белорусский государственный университет информатики
и радиоэлектроники,
ул. П. Бровки, 6, 220013, г. Минск, Республика Беларусь,
kanc@bsuir.by*

Игнорирование общесоциальных компетенций, в перечне которых одно из наиболее важных мест занимает коммуникативная компетентность, обобщается в последующем замедлении профессионального и личностного

роста субъекта технических и естественнонаучных знаний, торможением карьерного роста молодого специалиста и необходимостью ускоренного освоения им базовых коммуникативных умений уже в процессе самостоятельной практической деятельности. В представленном материале дается пояснение, зачем субъекту знаний в сфере высоких технологий необходимо формировать коммуникативную компетентность и в каких направлениях своей профессиональной деятельности целесообразно применение данного блока навыков.

Ключевые слова: коммуникативная компетентность; субъект знаний; личностный рост; профессиональный рост; инновационная деятельность; «hard» и «soft skills»; общесоциальные навыки; современный университет.

COMMUNICATIVE COMPETENCE AS A FACTOR OF PERSONAL AND PROFESSIONAL GROWTH FOR A SUBJECT OF TECHNICAL AND NATURAL SCIENTIFIC KNOWLEDGE

V. V. Shepetyuk

*Belarusian State University of Informatics and Radio Electronics,
6, P. Brovki Str., 220013, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: V. V. Shepetyuk (kanc@bsuir.by)*

Ignoring the general social competencies, in the list of which one of the most important places is occupied by communicative competence, results in a subsequent slowdown in the professional and personal growth of the subject of technical and natural science knowledge, as well as in inhibition of the career growth for young specialists and represents in the need for accelerated development of basic communicative skills in the process of independent practical activities. The presented material explains why the subject of knowledge in the field of high technologies needs to form communicative competence and in what areas of his professional activity it is advisable to apply this important block of skills.

Key words: communicative competence; subject of knowledge; personal growth; professional growth; innovative activity; «hard» and «soft skills»; general social skills; modern university.

В настоящее время вопросы инновационного развития экономики и общества все еще остаются важнейшими темами обсуждения для

самого широкого круга специалистов. Ключевым элементом инновационной деятельности, безусловно, выступает субъект знаний и инноваций – высококвалифицированный и образованный индивид, личность, разносторонне развитая и социально ответственная. Разумеется, чем больше таких людей способно генерировать общество, тем выше потенциал его инновационной деятельности. В условиях социально-экономической модернизации общества данная закономерность становится принципиально важной, так как позволяет определить исходные условия для инновационного скачка, одним из которых выступает качество образования. Само понятие качества образования и его содержание являются на сегодняшний день предметом дискуссии среди педагогов и представителей как средней, так и высшей школы в связи с тем, что однозначного подхода к оценке профессиональной готовности обучающихся и выпускников все еще не существует. Вместе с тем целесообразно рассматривать данную тему с точки зрения анализа проявляющих себя тенденций при подготовке специалистов в условиях высшей школы и, одновременно, с точки зрения важности выявления дополнительных малоизученных факторов, способствующих повышению компетентности и профессионального уровня лиц, получающих высшее образование.

Наиболее простым и понятным подходом при анализе компетенций обучающихся в условиях высшей школы является выделение среди всей совокупности получаемых ими навыков двух базовых блоков – специальных знаний и умений и дополнительных – социокультурных или общесоциальных навыков. Если задачей первого блока знаний и умений является обеспечение работоспособности индивида в рамках выбранной профессии, то назначение второго блока – успешная социальная адаптация и ресоциализация индивида при освоении им возникающих новых социальных ролей на различных этапах своей жизненной самореализации. Таким образом, речь идет о получении обучающимися в процессе образования двух базовых блоков компетенций, получивших в современной HR-деятельности название «hard» и «soft skills» – «жестких», т. е. узкоспециализированных, профессиональных и «мягких» – общесоциальных навыков.

Примечательно, что блок специализированных профессиональных навыков, как правило, рассматривается в качестве основного и самодостаточного для становления субъекта технических и естественнонаучных знаний, предполагая, тем самым, что владеющий его содержанием

индивид будет неизбежно конкурентоспособным специалистом. Последнее утверждение, однако, оказывается скорее неверным. Если при старте карьеры важное значение имеют именно узкопрофессиональные знания и умения, то при ее дальнейшем развитии все большую значимость приобретают общесоциальные навыки, среди которых одно из ключевых мест занимает коммуникативная компетентность, представляющая собой существенный элемент в структуре командного лидерства и менеджмента.

Практика свидетельствует, что наличие у субъекта выраженных коммуникативных компетенций всегда способствует более полной реализации его личностного и профессионального потенциала благодаря увеличению возможностей для демонстрации имеющегося у него объема знаний. Нельзя также игнорировать и тот факт, что хорошие коммуникативные навыки, безусловно, делают человека более привлекательным и интересным в глазах других людей, а также позволяют ему более точно и емко выражать свои мысли, а, следовательно, делают процесс его мышления более стройным и продуктивным, что, в свою очередь, определяет в последующем продуктивность его предметно-практической деятельности [1]. Сказанное означает, что сама по себе коммуникация может рассматриваться в качестве инструмента развития многих полезных личностных качеств индивида, представляющих собой своеобразный базис для дальнейшего формирования субъекта знаний. Примером здесь могут служить биографические данные значительного числа известных ученых, оставивших свой заметный след в естественнонаучной и технической областях деятельности. Так, в частности, история сохранила множество мотивирующих и глубоких по содержанию цитат Т. А. Эдисона – одного из самых известных изобретателей XIX в., которые со всей очевидностью показывают глубину его ума и способность демонстрировать окружающим креативный характер своего мышления, равно как и убеждать слушателей в оригинальности создаваемых с его помощью идей. Данная способность к коммуникации была частью профессиональных навыков Т. А. Эдисона, поскольку для успешной научно-конструкторской, а затем и предпринимательской деятельности требовалось не только представить прототипы разработанных устройств, но и получить для них патенты (всего выдающимся изобретателем было получено 1093 патента), а также участвовать в информационных кампаниях для популяризации созданных образцов техники [2]. Примеры других выдающихся зарубежных авторов – Э. Ре-

зерфорда, Н. Теслы, А. Эйнштейна, русских естествоиспытателей и инженеров – М. В. Ломоносова, Д. И. Менделеева, В. И. Вернадского, С. П. Королева, И. В. Курчатова, современных западных инженеров с мировым именем, представляющих сферу информационных технологий, – С. Джобса, Б. Гейтса, М. Цукерберга – эти и другие примеры ученых-руководителей представляют собой уникальные модели субъектов знаний, отмеченных необычным свойством быть эффективными коммуникаторами, способными облекать свои идеи и знания в доступные для восприятия другими субъектами формы [3; 4].

История науки подтверждает тот факт, как важно не просто создавать образцы новых высокотехнологичных устройств, но и влиять на формирование общественного мнения путем умелого использования своих коммуникативных компетенций, позволяющих органично существовать в публичном пространстве, участвовать в общественных мероприятиях и презентациях, привлекать и удерживать внимание окружающих, убеждать разнородные аудитории в целесообразности изменения своей позиции относительно предлагаемых технологических решений и инноваций и, в конечном счете, обосновывать свою мировоззренческую позицию, преодолевая естественный скепсис критиков и их возражения в целях дальнейшего совершенствования проектов. Основой развития коммуникативных навыков и компетенций при этом выступают виды деятельности, способствующие разностороннему и гармоничному формированию личности, зачастую не связанные на первый взгляд с профессиональной активностью субъекта. Многогранность и разнообразие знаний, увлечений, возможность сочетать и реализовывать свой потенциал одинаково плодотворно как в области гуманитарных, так и технических наук есть, в сущности, признак выдающейся личности и незаурядных качеств субъекта, связанного с естественнонаучным и техническим творчеством. Именно такие характеристики применимы к тем авторам, чей вклад в развитие достижений современной цивилизации оценивается как наиболее весомый. Следует помнить о том, что инновационный характер развития общества является производным от уровня интеллектуальных возможностей субъектов знаний, которые его представляют. В этой связи принципиально важно способствовать формированию профессиональных качеств молодых специалистов и ученых в области естествознания и техники с учетом выявленной закономерности, определяющей общую продуктивность их новаторской деятельности.

Таким образом, можно вести речь о целесообразности совершенствования системы подготовки специалистов инженерного и естественнонаучного профиля на этапе получения высшего образования в условиях современного университета с целью повышения их конкурентоспособности на рынке труда и обеспечения динамичной реализации личностного потенциала. Осуществление инновационной деятельности, достигающейся за счет эффекта многоплановой самореализации специалиста, будет возможно лишь при учете всего спектра необходимых субъекту знаний и умений, в числе которых одним из важнейших является коммуникативная компетентность.

Библиографические ссылки

1. *Колвин Дж.* Талант ни при чем! Что на самом деле отличает выдающихся людей? М. : Альпина Бизнес Букс, 2012. 251 с.
2. *Каменский А. В.* Томас Эдисон. Его жизнь и научно-практическая деятельность: биографический очерк [Электронный ресурс]. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256059> (дата обращения: 24.02.2020).
3. *Дьячкова Е. Д.* Выдающиеся ученые и изобретатели в области физики: учебно-методическое пособие [Электронный ресурс]. URL: <https://e.lanbook.com/reader/book/112263/?previewAccess=1#4> (дата обращения: 24.02.2020).
4. *Финкельштейн С.* Супербооссы: как выдающиеся руководители ведут за собой и управляют талантами. М. : Бомбора, 2018. 328 с.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ БЕЛОРУССКИХ МОБИЛЬНЫХ ОПЕРАТОРОВ

П. А. Леонович¹⁾, Е. А. Малыженков²⁾

*¹⁾Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
polya.leonovich@yandex.by,*

*²⁾Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
contenta.by@gmail.com*

В рамках данной работы проанализирована роль социальных сетей как необходимого в современных условиях средства коммуникации бренда с