

## ПЕДАГОГИКА ВЫСШЕЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ШКОЛЫ

*Мочелевская Елена Владимировна*

канд. филол. наук, доцент кафедры гуманитарных  
и социальных дисциплин

Казанский национальный исследовательский технический университет им.

А.Н. Туполева-КАИ – Филиал в г. Альметьевск

г. Альметьевск, Республика Татарстан

### ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ В ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ И СОЦИАЛЬНО- ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

**Аннотация:** в статье раскрывается сущность социальной компетентности. Дается характеристика и значения терминов «компетентность», «социальная компетентность». Делается акцент на имеющихся проблемах формирования социальной компетентности, а именно на необходимости разработки научно-методического руководства, недостаточности объёма консалтинговых образовательных услуг и обеспеченности литературой для процесса самосовершенствования.

**Ключевые слова:** социальная компетентность, знания, умения, личность, самообразование, деятельность.

Проблема развития социальной компетентности студентов является важной социальной и психолого-педагогической проблемой. В настоящее время перед образованием стоит задача не только вооружить молодых людей знаниями, умениями и навыками по основам наук, но и обеспечить способностью и готовностью жить в современном обществе, достигать социально-значимые цели. Особое внимание необходимо сосредоточить на личности специалиста, так как от того, какое значение имеет для него профессия, каково его отношение к другим людям, к себе зависит успешность профессионализации.

В последнее время с понятием «профессионализация» связывают понятие «компетентность» и «социальная компетентность» в частности [1].

В.Ю. Кричевский характеризует термин «компетентность» как наличие знаний для успешной деятельности, понимание значения знаний для успешной деятельности, понимание значения знаний для практики, набор операционных умений и творческий подход к профессиональной деятельности [2].

Т.Г. Браже подчеркивает, что профессиональная компетентность специалиста определяется не только профессиональными (базовыми) научными знаниями, но и ценностными ориентациями специалиста, мотивами его деятельности, пониманием им себя в мире и мира вокруг себя, стилем взаимоотношения с людьми, с которыми он работает, его общей культурой, способностью к развитию своего творческого потенциала [1].

В работах зарубежных авторов (Г. Тейлор, Л. Мак Грегори, Ф. Герцберг, Т. Питерс, Р. Уотермен и др.) вопросы профессиональной компетентности рассматриваются по преимуществу в технологическом аспекте – как система субординированных и скоординированных специальных умений, необходимых для оптимального решения профессиональных задач [3].

Еще одно из проявлений социальной компетентности – коммуникативная компетентность. Это понятие рассматривается в работах Г.Т. Трофимовой. Коммуникативная компетентность, по ее мнению, – это способность личности целесообразно взаимодействовать с другими на своем уровне развития, обученности или воспитанности и на основе гуманистической ценностной диспозиции личности. В психологии коммуникативная компетентность рассматривается как способность к быстрой и точной ориентации в ситуации общения, основанная на коммуникативном опыте индивида.

Исходный термин «*competere*» означает «знать», «добиваться», «уметь», «соответствовать». Эти значения выражают сущность социальной компетентности в общем виде. Для последующей разработки категории социальной компетентности конкретизируем данные понятия.

«Знать» означает не только объективно верное и конкретное знание, необходимое для осуществления социальных технологий, но и ценности, которые являются объективно лучшими и направляют применение знаний и умений.

«Уметь» означает способность человека свободно и сознательно самоопределяться как в своем внутреннем духовном опыте, так и во внешней социальной действительности.

«Добиваться» – значит уметь осуществлять поставленные цели в рамках закона, нравственности и культуры.

«Соответствовать» может означать и то, что деятельность и поведение личности отвечают требованиям, которые предъявляют к личности государство, трудовой коллектив, семья, профессия, иные социальные общности, организации. Такое соответствие выражается в умении личности осуществлять свои обязанности, права, полномочия на должном социальном и культурном уровне.

Осмысление современных реалий социально-экономического развития нашего общества постепенно привело исследователей к пониманию, казалось бы, чисто рыночных явлений и понятий не сквозь призму исключительно технологического и техногенного подхода, а как раз под углом зрения социально-психологического, морально-этического, экономико-правового подхода. В частности, свидетельством этого являются утверждения в современной литературе о том, что в маркетинговой деятельности особое значение имеют для самореализации личности и достижения наибольшей эффективности следующие факторы:

- системность знаний и большая интуиция и кругозор;
- коммуникабельность, умение находить общий язык с людьми разных мировоззрений, характеров, привычек;
- стремление к новому, устремленность в будущее, ориентированность на творчество;
- дипломатичность, умение гасить конфликты.

Проблема формирования социальной компетентности заключается в том, что основополагающим элементом её достижения является процесс самообразования. Отметим, что обеспечить процесс самообразования студента практически невозможно без предоставления ему необходимого объёма консалтинговых образовательных услуг и обеспечения литературой. В современных условиях к

этим компонентам самообразовательного процесса добавилась необходимость научно-методического руководства в процессе самостоятельного поиска.

В процессе воспитания социальной компетентности важным является социальная самоидентификация личности, ее самоутверждение в той или иной социальной и профессиональной группе, обретение ею определенного социального статуса. Если человек четко и последовательно отстаивает свой социальный и профессиональный статус, соответствует ему, соблюдает определенные корпоративные, социальные, профессиональные правила, нормы этики и морали, тогда он предстает в сознании людей социально компетентным.

Во многих исследованиях ставится и решается задача выделения первооснов социальной компетентности, на почве которых можно бы было говорить о специфических основаниях конкретных форм ее проявления. В качестве такой первоосновы социальной компетентности выступает, прежде всего, четкая ценностная ориентированность личности, четкое представление о ценностях абсолютного и относительного характера и умение соотносить их с личными интересами.

Актуальность изучения ценностных ориентаций молодых людей, обучающихся в вузе, обусловлена рядом социально-психологических процессов, связанных с изменением значения ценности высшего образования в общественном сознании. Причем, с одной стороны, значимость высшего образования в плане социальной успешности личности заметно снизилась, а с другой стороны, резко увеличился спрос на получение высшего образования по специальностям, востребованным в рамках предпринимательской деятельности.

Таким образом, проблема изучения ценностных ориентаций студентов, исследование формирующих механизмов и динамики изменения ценностных ориентаций представляется весьма актуальной в процессе формирования социальной компетентности. Говоря о новом типе экономического мышления, хозяйственного поведения личности следует иметь в виду возрастание значения творческих способностей личности по отношению к её репродуктивным способностям.

### ***Список литературы***

1. Бахтеева, С.С. Формирование социальной компетентности специалиста в процессе обучения иностранному языку в вузе экономического профиля / С.С. Бахтеева. – Казань: Центр инновационных технологий, 2004. – 148 с.
2. Кричевский, В.Ю. Функциональная неграмотность и профессиональная некомпетентность как факторы риска цивилизации и роль непрерывного образования в их преодолении / В.Ю. Кричевский. – СПб.: НИИНОВ, 1990. – С. 67-70.
3. Питерс Т. В поисках эффективного управления / Т. Питерс, Р.В. Уотермен. – М.: Прогресс, 1986. – 422 с.