

*Измайлина Эмилия Бах,  
студентка 3 курса бакалавриата  
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций,  
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при  
Правительстве Российской Федерации»  
г. Москва, (e-mail: emilia.izmaylina@mail.ru)*

*Матвеев Олег Викторович,  
доктор исторических наук, профессор кафедры «Общая политология»  
Финансового университета  
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при  
Правительстве Российской Федерации»  
г. Москва, (e-mail: matveev4you@mail.ru) – научный руководитель*

## **КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ СПЕЦИАЛИСТА ПО РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**Аннотация:** В данной статье рассматривается коммуникативная компетентность специалиста по рекламе и связям с общественностью, ее сущность и основные компоненты. Проанализированы основные коммуникативные знания и навыки, обеспечивающие специалисту по рекламе и связям с общественностью успех в достижении целей через коммуникацию с людьми.

**Ключевые слова:** компетентность, коммуникативная компетентность, коммуникация, коммуникативные знания, коммуникативные навыки.

*Emilia B. Izmaylina,  
Student of Faculty of Social Sciences and Mass Communication,  
FGIBU VO "Financial University under  
the Government of the Russian Federation",  
Moscow, (e-mail: emilia.izmaylina@mail.ru)*

*Oleg V. Matveev,  
Ph.D. (Historical Sciences), Professor, General Politology Department  
FGIBU VO "Financial University under  
the Government of the Russian Federation",  
Moscow, (e-mail: matveev4you@mail.ru) – scientific adviser*

## COMMUNICATION COMPETENCE OF AN ADVERTISING AND PUBLIC RELATIONS SPECIALIST

**Abstract:** This article considers the communication competence of an advertising and public relations specialist, its essence and component composition. The author analyzes the basic communication knowledge and skills that ensure the success of an advertising and public relations specialist in achieving goals through communication with people.

**Keywords:** competence, communication competence, communication, communication knowledge, communication skills.

Проблема формирования коммуникативной компетентности является актуальной для специалистов по рекламе и связям с общественностью, так как коммуникативная компетентность – важная составляющая профессиональной компетентности. Профессию специалиста по рекламе и связям с общественностью можно назвать в основном коммуникативной, ведь коммуникации в сфере PR играют важную роль и являются базисом для выстраивания благоприятных отношений с соответствующей целевой аудиторией. Успешная деятельность PR-специалиста определяется преимущественно его коммуникативной компетентностью. Развитые коммуникативные навыки позволяют создавать увлекательный и уникальный контент, взаимодействовать с аудиторией и проводить эффективные PR-кампании. Коммуникативные умения также могут помочь специалисту по рекламе и связям с общественностью более эффективно работать в команде и лучше выражать свои идеи коллегам.

Ораторское искусство является очень важным в области связей с общественностью, особенно для должностей, на которых специалисты по связям с общественностью выступают в качестве пресс-секретарей. Однако даже те, кто не является пресс-секретарем, должны предлагать свои идеи средствам массовой информации и взаимодействовать с заинтересованными сторонами и внешними

организациями. Специалисты по рекламе и связям с общественностью должны также создавать эффективные презентации, излагать творческую идею или представлять результаты опроса внешним клиентам или другим подразделениям компании, поэтому изучение основных методов публичных выступлений будет полезным для PR-специалистов.

Важно отметить также невербальные коммуникации. Невербальные навыки, такие как язык тела, могут быть столь же важны для пиарщиков, как и вербальные навыки в определенных ситуациях. Зрительный контакт и язык тела, такие как поза, жесты, мимика могут донести до аудитории важные сообщения. Важным является не только то, как специалист по рекламе и связям с общественностью слушает других людей, но и то, что он им говорит. Это имеет решающее значение на встречах с клиентами или при попытке убедить журналиста освещать историю [3].

В такой коммуникативной профессии, как специалист по связям с общественностью (PR), наиболее важным элементом является коммуникативная компетентность. Грамотный специалист по связям с общественностью обладает отличными коммуникативными навыками на всех уровнях – от письменного до устного и от вербального до невербального.

Самым главным в сфере рекламы и связи с общественностью является донесение конкретного сообщения до целевой аудитории эффективным и действенным способом, что требует развитых и ценных коммуникативных навыков [5].

Итак, рассмотрим то, как использовать свои коммуникативные навыки в области рекламы и PR или в любой коммуникативной профессии, например, в массовых коммуникациях.

Как уже упоминалось ранее, успешный специалист по связям с общественностью должен уметь эффективно коммуницировать на всех возможных уровнях. Это также относится к эффективному использованию всех средств массовой информации, в которых практикуются связи с

общественностью от письменного до устного и всего остального, что может возникнуть с появлением технологии.

С одной стороны, коммуникативная профессия базируется на овладении произносимым словом и всем, что оно влечет за собой, включая мимику, жесты и тон голоса. Все, кто занимается пиаром, чувствуют себя комфортно в публичных выступлениях, хотя и в разной степени, но факт остается фактом: практикующий должен быть готов встретиться с аудиторией в любой момент.

С другой стороны, коммуникационная карьера также требует владения письменным словом. На самом деле, это может быть самым важным навыком, который специалист по связям с общественностью должен развивать в первую очередь независимо от отрасли, частью которой он является. Необходимо иметь в виду то, что специалист по связям с общественностью должен уметь писать пресс-релизы, новостные статьи, годовые отчеты создавать рекламные объявления, контент и другие печатные материалы [2].

Итак, использование коммуникативных навыков в области связей с общественностью предполагает владение медиумом, то есть умение эффективно донести то или иное сообщение с помощью различных средств массовой информации до конкретной целевой аудитории. Необходимо обратить внимание на то, что для достижения более высокого уровня эффективности коммуникации в каждой среде потребуются различные подходы.

Коммуникативная профессия также связана с созданием, развитием, а затем поддержанием выгодных отношений между двумя сторонами – организацией и соответствующей общественностью, к которой компания обращается в первую очередь. Таким образом, необходимо обладать правильными коммуникативными навыками, чтобы иметь дело со всеми типами людей из всех слоев общества, которые приведут к выгодным взаимоотношениям.

В профессии пиарщика необходимо также найти и выявить те слои общества, которые смогут помочь донести то или иное сообщение. Речь идет о клиентах организации, соответствующих заинтересованных сторонах и других

лидерах общественного мнения. Если направить свои эффективные коммуникативные навыки в эти секторы, то можно считать свою коммуникационную стратегию эффективной.

Итак, как же это возможно? Необходимо быть активными в социальных кругах, коммуницировать с людьми на различных собраниях и мероприятиях, посещать семинары, тренинги и мастер-классы, где присутствует целевая аудитория. В общем, быть заметными, общительными и открытыми для создания эффективных деловых коммуникаций [1].

Профессия пиарщика также связана с выявлением постоянных изменений в технологиях. По сути, специалисты по рекламе и связям с общественностью должны уметь эффективно использовать Интернет и все его возможности для того, чтобы донести те или иные идеи до миллионов людей. Официальные сайты, блоги, электронные релизы и даже вирусные видеоролики меняют то, как коммуникационная карьера складывается для ее профессионалов.

Социальные сети обладают потенциалом быстрого распространения новостей и информации по нескольким каналам, и специалисты по связям с общественностью должны уметь эффективно общаться через эти каналы. Необходимо постоянно быть в курсе последних новостей и уметь составлять короткие, быстрые, легко читаемые сообщения, а также быстро реагировать на негативные комментарии.

Таким образом, результаты исследуемого материала позволяют сделать следующие выводы:

1. Важно научиться коммуницировать на нескольких носителях. В данном случае коммуникации в одной среде будут дополнять коммуникации в другой среде, и это приведет к успешному результату [4].

Действительно, мы не можем переоценить, насколько важны эффективные коммуникативные навыки в такой коммуникативной профессии, как специалист по рекламе и связям с общественностью. Хитрость заключается в том, чтобы использовать новые средства массовой информации (Интернет), все еще обращая внимание на традиционные средства массовой информации.

2. Специалисту по рекламе и связям с общественностью необходимо выявить те слои общества, которые помогут донести ключевое сообщение. Необходимо определить клиентов организации, соответствующих заинтересованных лиц и других лидеров общественного мнения. Если направить свои эффективные коммуникативные навыки в эти секторы, то можно считать свою коммуникационную стратегию эффективной и успешной.

3. Связи с общественностью включают в себя использование социальных медиа. Необходимо знать, как целевая аудитория ведет себя в социальных сетях, что заставляет ее принимать решения и что ее интересует. Также необходимо регулярно следить за тенденциями в социальных сетях и использовать их для того, чтобы донести ключевое сообщение, которое будет релевантным (актуальным) потребностям целевой аудитории.

### **Литература:**

1. Митракова О.К., Кива Л.А., Шестопалова А.С. Коммуникативная компетентность как базисная составляющая психологического портрета успешного PR - специалиста // Вологдинские чтения. 2009. С. 51-53.

2. Коммуникативная компетентность специалиста PR // lektsii.org URL: <https://lektsii.org/2-89505.html> (дата обращения: 26.10.2020).

3. Профессиональная компетентность pr-специалиста // studfile.net URL: <https://studfile.net/preview/5877391/page:4/> (дата обращения: 26.10.2020).

4. Коммуникативная компетентность специалиста // study.org URL: [https://studme.org/1787091918391/marketing/kommunikativnaya\\_kompetentnost\\_spetsialista](https://studme.org/1787091918391/marketing/kommunikativnaya_kompetentnost_spetsialista) (дата обращения: 26.10.2020).

5. Гоношилина И.Г., Ярускина А.Д. Коммуникативная компетентность PR-специалиста // Экономика и социум. 2016. №6. С. 579-580.