

УДК 331.53

DOI: 10.18384/2310-6646-2017-2-106-113

## ОБ ИЗМЕНЕНИИ ОТНОШЕНИЯ РАБОТОДАТЕЛЯ К КОММУНИКАбельНОСТИ КАК К ТРЕБОВАНИЮ К МОЛОДОМУ СПЕЦИАЛИСТУ НА РЫНКЕ ТРУДА

**Крохин А.Г., Башмаков Д.В.**

*Московский государственный областной университет  
105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10А, Российская Федерация*

**Аннотация.** В работе рассматривается проблема снижения интереса работодателей к коммуникабельности как к требованию, предъявляемому молодым специалистам на рынке труда. В качестве одной из причин этого изменения авторы обозначают рост популярности социальных сетей в Интернете. Дается оценка возможных последствий влияния социальных сетей на рынок труда молодых специалистов и на деятельность образовательных организаций. В работе сделан вывод о необходимости дальнейшего изучения проблемы на междисциплинарном уровне.

**Ключевые слова:** коммуникабельность, требования работодателей, социальные сети, социальная изоляция, виртуальный рынок, модель коммуникации в Интернете, профессиональное образование.

## ON EMPLOYERS' CHANGED ATTITUDE TO COMMUNICABILITY AS A REQUIREMENT FOR YOUTH LABOUR FORCE

**A. Krokhin, D. Bashmakov**

*Moscow Region State University  
10A, Radio st., Moscow, 105005, Russian Federation*

**Abstract.** The article considers the problem of employers' declining interest in such a requirement for young specialists as communicability. One of the causes of such decline as seen by the authors is in the grown popularity of social networks on the Internet. The possible impact of social networks on youth employment and educational organizations is assessed. It is concluded that further investigation of the problem is required at interdisciplinary level.

**Keywords:** communicability, employers' requirements, social networks, social isolation, virtual market, model of Internet-based communication, professional education.

Мониторинг требований работодателей к студентам и выпускникам в качестве кандидатов на рабочие места, проводимый на базе Московского государственного областного университета, позволил выявить немаловажные изменения в отношении работодателей к личностным характеристикам и компетенциям. В результате сравнения результатов мониторинга за 2016 г. с данными 2012 г. прежде всего стало заметно существенное уменьшение доли обра-

ний работодателей с требованиями коммуникабельности к выпускнику. Если в 2012 г. коммуникабельность была наиболее востребованной характеристикой выпускника и упоминалась в 68,4% обращений работодателей, причем 15,8% этих обращений были связаны с коммуникативными навыками и умениями общения с людьми, а 52,6% – с коммуникабельностью как личностным качеством, то в 2016 г. выявлено только 14,8% обращений с этим требованием [3]. Таким образом, за последние 4 года доля обращений, в которых коммуникабельность заявлена как требование к молодому соискателю, сократилась более чем в 4 раза, что заставляет предположить снижение интереса работодателей к этой характеристике как необходимому критерию исполнителя предлагаемой работы.

Это изменение, выявленное в ходе наблюдаемой практики, заслуживает отдельного рассмотрения для полноценного понимания востребованных качеств выпускников вуза. С чем же можно связать уменьшение интереса работодателей к коммуникабельности кандидатов, что же произошло в обществе за эти 4 года, что повлекло выработку такого изменения? Обращаясь к хронике последних лет, пожалуй, наиболее адекватным событием, отражающим содержание выше заявленного изменения, можно посчитать стремительный рост в 2010–2012 гг. популярности социальных сетей в российском обществе. В 2006 г. начинают работать российские соцсети «Одноклассники» и «ВКонтакте», к 2010 г. количество зарегистрированных пользователей на этих ресурсах достигает 50 млн. чел., а в 2012 г. это значение уже существенно превысило 100 млн. чел.

Популярность социальных сетей в обществе приводит к активному их использованию и в работе, к распространению новых способов решения практических задач с помощью этих интернет-сайтов и даже к появлению ориентированных на профессиональные и карьерные интересы соцсетей (LinkedIn (сайт заблокирован в РФ), «Мой круг» и др.). Такие функциональные области, как рекрутмент, маркетинг, реклама, продажи, претерпели изменения в сторону распространения новых методов работы, основанных на применении новых сервисов онлайн-общения. Всё больший объём функциональных обязанностей выполняется в социальных сетях, отчего их роль в профессиональной практике в последние 4 года только возрастает.

Однако каким образом популяризация социальных сетей в обществе связана с сокращением требований работодателей к коммуникабельности кандидатов на рабочие места? Под коммуникабельностью, как правило, понимают способность к коммуникации, к общению и установлению новых контактов, отношений. При этом подразумевается, что эта способность выражена, прежде всего в стремлении к «живому» вербальному общению. Главным же отличием построения работы с помощью соцсетей от традиционных методов является отсутствие необходимости в вербальном общении, которое для людей с разными психологическими особенностями может выступать в качестве барьера с разной степенью трудности его преодоления в своей профессиональной деятельности. Если для одних людей общение может представлять удовольствие, то для других – серьёзный стресс, что наиболее наглядным образом выражено в таком психическом расстройстве, как аутизм. Изменение содержания работы посредством

включения методов, основанных на применении онлайн-сервисов социального взаимодействия, позволяющих минимизировать устную речевую деятельность, создаёт более комфортную ситуацию для людей, не обладающих коммуникативностью, снижая тем самым интерес работодателей к этому требованию в привычном смысле его понимания.

Проблеме влияния интернет-коммуникаций на содержание социального взаимодействия посвящено уже немало научных работ, при этом отмечаются следующие противоречия. Например, Т.А. Рассадина обращает внимание на то, что Интернет создаёт практически безбарьерную среду для общения, виртуальную социальность, которая в то же время становится настолько привлекательной, что вызывает зависимость – так называемую интернет-аддикцию, которая имеет психологическую, а не физиологическую природу. Интернет-зависимым людям присуще активное использование социальных сетей, с помощью которых они получают новости, проводят досуг, общаются, завязывают новые знакомства [5]. О.В. Асева отмечает, что социальные сети помогают молодым людям в самореализации <...> [но поскольку] в социальных сетях отсутствуют какие-либо условности, которых невозможно избежать в реальном общении, многим молодым людям труднее общаться в реальной жизни». Социальные сети вносят изменения в процесс социализации, становления и развития личности молодых людей ... ««неживое» общение отрывает людей от реального, так необходимого для развития человека как полноценной личности. Существует опасность возникновения такого явления, как социальный аутизм. Такие люди противятся социализации, они воспринимают мир в статике и стремятся быть «рядом» с другими, а не «вместе» с другими» [1, с. 184].

И угроза этого феномена возникает в условиях роста «информационной насыщенности» общества и на фоне катастрофического роста числа новорожденных с диагнозом «аутизм». Если в 2000 г. степень распространения аутизма в мире среди детей составляла примерно 26 случаев из 10 тыс., в 2005 г. – один случай на 200–300 новорожденных, то в 2008 г. единичный случай приходился уже на 150 детей. За 10 лет количество детей с диагнозом «аутизм» выросло в 10 раз [2]. Такая статистика невольно заставляет задуматься о влиянии культурно-технологического фактора на физиологию человека. Однако с позиций анализа социально-экономических явлений более уместно говорить о социальном аутизме как о добровольной физической социальной изоляции, наглядным примером которой можно считать феномен хикикомори, наблюдаемый в странах Юго-Восточной Азии (Японии, Южной Корее, Китае). Хикикомори считают тех людей, которые по разным причинам добровольно отказываются от «живого» общения, находятся на обеспечении своих родственников и не имеют работы. Согласно правительственным данным Японии за 2010 г., в этой стране насчитывалось 700 тыс. представителей этого феномена, и ещё 1,55 млн. человек имеют «пограничное» состояние. Средний возраст этих людей 31 год, а тем, кого можно отнести к первому поколению хикикомори, уже за 40 лет, и стаж их социальной изоляции составляет более 20 лет. Подобный масштаб проблемы имеет место и в Южной Корее, где основной причиной считают зависимость от видеоигр [6].

Т.А. Рассадина также указывает на то, что у интернет-зависимых людей имеется связь профессиональной деятельности с ресурсами сети. Среди профессий преобладают такие сферы деятельности, как IT-технологии, реклама, журналистика, сфера образования. Люди именно этих профессий сегодня тесно связаны с Интернетом. Таким образом, информационная функция Интернета, связанная с поддержанием профессиональной и учебной деятельности, имеет тот же приоритет, что и коммуникативная и развлекательная функции. В отличие от Асеевой, Т.А. Рассадина отмечает положительную сторону Интернета, который во многом привлекает тех, кто нуждается в приобретении коммуникативных навыков и общении в условиях сложной реальной социальной жизни. Результаты её исследования противоречат утверждениям, что интернет-зависимые лица имеют высокую степень изолированности и даже страдают аутизмом [5]. Аналогичную точку зрения имеют и американские специалисты Сьюзан М. Шульц и Глория Э. Джейкобс, которые в своей работе рассказывают историю молодого человека – аутиста, сумевшего расширить круг своего общения за счёт социальной сети Facebook [7]. Эта история – наглядный пример того, как человек даже с серьёзными отклонениями в «живой» коммуникации способен через виртуальную реальность устанавливать и расширять свои социальные контакты и отношения как частного, так и делового характера.

Какие же последствия выше обозначенные изменения могут иметь для рынка труда молодых специалистов и для деятельности организаций профессионального образования? С точки зрения работодателя следует отметить, что для бизнеса популяризация социальных сетей Интернета является весьма выгодным вложением, поскольку они существенно удешевляют внешние коммуникации, связанные с продажами, рекламой, наймом сотрудников, поиском новых партнеров в сравнении со средствами массовой коммуникации – телевидением, радио, прессой. В то же время бизнес реагирует на инновацию, понимая, что всё больше клиентов и партнёров становятся участниками социальных сетей, формируя виртуальный рынок с реальными доходами. Однако этот рынок имеет несколько иную природу, принципиальным отличием его становится изменение структуры коммуникации. Как известно, в модели коммуникации Романа Якобсона, эта структура представлена шестью элементами, каждый из которых несет свою функцию:

- *адресант*, выполняющий эмотивную или экспрессивную функцию, поскольку отправитель сообщения выражает своё отношение к тому, что говорит;
- *адресат* с конативной функцией, так как коммуникация отражает воздействие на собеседника и ориентирована на получателя сообщения;
- *контакт*, реализующий фатическую функцию, связанную с обеспечением непрерывности коммуникации;
- метаязыковую функцию выполняет *код*, обеспечивающий единство значений в понимании сообщения адресантом и адресатом, определяет содержательную сторону сообщения;
- *сообщение* несёт на себе поэтическую функцию, т. е. основное внимание уделяется уже не содержанию, а форме сообщения, служит сферой выражения ораторского искусства;

– *контекст* играет референтивную (денотативную или когнитивную) функцию, т. е. отсылку на объект, о котором идёт речь в сообщении [4, с. 54–57].

Сравнивая виртуальный и традиционный рынки по схеме Р. Якобсона, можно выделить следующие различия в построении коммуникации. Первое: при вербальном взаимодействии сообщение неразрывно связано с конкретным адресантом, а значит, с его манерами, внешним видом, эмоциональным контекстом, умением выбирать интонации для более точного выражения своего отношения к предмету коммуникации, а в интернет-коммуникациях адресант – это аноним, который создаёт себе образ в виртуальной среде, и адресат понимает, что образ адресанта – искусственный. Второе: случайный характер адресата, что проявляется в том, что в объёме личных коммуникаций увеличивается доля сообщений безадресного, но в тоже время массового характера – участник соцсети выкладывает записи на стене, полагаясь на случайное восприятие наибольшим числом адресатов («кто-то увидит, кто-нибудь прочтёт»). Третье: контакт имеет другой временной континуум, для виртуальной коммуникации характерно большее время ожидания отклика на оставленные сообщения в сочетании с неопределенностью относительно момента восприятия сообщения адресатом – каждый контакт является самоценным, новые контакты не хуже релятивных, имевших место в прошлом. Четвёртое: кодовая система в виртуальной социальности в силу технических возможностей предоставляет больший выбор для обозначения предмета сообщения, поскольку позволяет сочетать языковые, иконографические и звуковые средства – «упаковка» сообщения становится намного сложнее, она предполагает у участника способности к составлению оригинальных текстов, графическому оформлению, выбору фото- и видео- сопровождения. пятое: существенно возрастает роль контекста, который обеспечивает единство в разнообразии используемой кодовой системы, поэтому эффективность коммуникации в Интернете существенно зависит от правильного выбора тематических разделов, тегов, сообществ, где будет размещено сообщение. Из сравнения видно, что для участника виртуальной коммуникации характерны иные навыки и умения. Для работодателя эти изменения предполагают смену приоритетов в требованиях к кандидатам, приглашаемым на работу, связанную с выполнением тех же задач, но в новой среде, в которой характеристики, как правило, ассоциируемые с традиционной коммуникабельностью, уже незначимы. При этом важными для работодателя становятся навыки использования социальных сетей, активность кандидата в виртуальной среде, имеющееся у него количество подписчиков. В то же время такие навыки чаще встречаются у молодых людей в возрасте, соответствующем как раз периоду окончания организаций высшего профессионального образования. А это значит, что для молодых специалистов описанные изменения открывают возможности безбарьерного входа на рынок труда и начала карьерного роста, создавая для них новые преимущества относительно кандидатов, уже имеющих опыт работы.

В сфере профессионального образования указанные тенденции отражаются в создании виртуальной образовательной среды, в развитии дистанционного образования, а также в активности в социальных сетях, где образовательные ор-

ганизации имеют свои сообщества. В этом случае отмеченные противоречия сохраняются: с одной стороны, образовательные организации могут увеличивать времяпрепровождение обучающихся в виртуальном пространстве, способствуя рискам социального аутизма, с другой – повышать конкурентоспособность своих выпускников как участников рынка труда за счёт развития у них тех навыков и умений, на которые работодатель предъявляет спрос. Интернет также становится более востребованной площадкой для сотрудничества с работодателями, которые прежде предпочитают увидеть заинтересованность в них со стороны обучающихся в социальной сети и уже вторым планом рассматривают мероприятия «живого» общения – презентации, ярмарки вакансий, мастер-классы и т. д.

В качестве вывода следует отметить необходимость междисциплинарного исследования проблемы влияния современных нововведений в сфере информационно-коммуникационных технологий как на процессы взаимодействия сферы образования и рынка труда, так и на социальные отношения в обществе в целом с целью выдвижения ценностей, способных обеспечить координацию представленных процессов и отношений в надежном и продуктивном направлении.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Асева О.В. Влияние социальной сети Интернет на развитие социальной активности молодежи // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. № 19 2012. С. 181–184.
2. Клевитов С.И., Терентьева О.С. Сущность, специфика проявления аутизма и проблемы социализации аутистов в современном обществе // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2014. № 6 (134). С. 133–138.
3. Крохин А.Г., Башмаков Д.В. Проблема адекватности требований работодателей к выпускнику высшего учебного заведения // Кадровик. 2015. № 2. С. 99–103.
4. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-бук, Киев: Ваклер, 2001. 656 с.
5. Рассадина Т.А. Интернет-зависимость: информационно-коммуникативный аспект // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2015. № 2 (34). С. 98–111.
6. Hoffman M. Nonprofits in Japan help 'shut-ins' get out into the open [E-source] // The Japan Times [site]. URL: [http://www.japantimes.co.jp/news/2011/10/09/news/nonprofits-in-japan-help-shut-ins-get-out-into-the-open/#.WJg8\\_W-LTct](http://www.japantimes.co.jp/news/2011/10/09/news/nonprofits-in-japan-help-shut-ins-get-out-into-the-open/#.WJg8_W-LTct) (request date: 06.02.2017).
7. Schultz S.M., Jacobs G.E. The Social Magic of Facebook for Adults on the Spectrum [E-source] // Autism Asperger's Digest [site]. September/October 2012. URL: <http://autismdigest.com/the-social-magic-of-facebook-for-adults-on-the-spectrum/> (дата обращения 02.02.2017).

#### REFERENCES

1. Aseva O.V. The impact of the Internet on the development of youth social activity. In: *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filosofiya. Sotsiologiya. Pravo* [Belgorod State University Scientific Bulletin. Series: Philosophy. Sociology. Law.], 2012, no. 2, pp. 181–184.
2. Klevitov S.I., Terent'eva O.S. The essence and peculiarities of autism manifestation and the issues of autistic people socialization in modern society. In: *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki* [Bulletin of Tambov University. Series: Humanities], 2014, no. 6, pp. 133–138.

3. Krokhin A.G., Bashmakov D.V. The issue of the adequacy of employer's requirements to tertiary education graduates. In: *Kadrovik* [HR], 2015, no. 2, pp. 99–103.
  4. Pocheptsov G.G. *Teoriya kommunikatsii* [Communication Theory]. Moscow, Refl-book Publ., Kiev, Vakler Publ., 2001. 656 p.
  5. Rassadina T.A. Internet addiction: information and communication aspect. In: *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedenii. Povolzhskii region. Obshchestvennye nauki* [University Proceedings. Volga Region. Social Sciences.], 2015, no. 2, pp. 98–111.
  6. Hoffman M. Nonprofits in Japan help 'shut-ins' get out into the open. In: *The Japan Times*. October 9, 2011. Available at: [http://www.japantimes.co.jp/news/2011/10/09/news/nonprofits-in-japan-help-shut-ins-get-out-into-the-open/#.WJg8\\_W-LTct](http://www.japantimes.co.jp/news/2011/10/09/news/nonprofits-in-japan-help-shut-ins-get-out-into-the-open/#.WJg8_W-LTct) (assessed 06.02.2017).
  7. Schultz S.M., Jacobs G.E. The Social Magic of Facebook for Adults on the Spectrum Autism Asperger's Digest. September/October 2012. Available at: <http://autismdigest.com/the-social-magic-of-facebook-for-adults-on-the-spectrum/> (assessed 02.02.2017).
- 

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

*Крохин Александр Геннадьевич* – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и предпринимательства Института экономики, управления и права Московского государственного областного университета;  
e-mail: [ag.krohin@mgou.ru](mailto:ag.krohin@mgou.ru)

*Башмаков Данил Валерьевич* – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры управления организацией Института экономики, управления и права Московского государственного областного университета;  
e-mail: [dv.bashmakov@mgou.ru](mailto:dv.bashmakov@mgou.ru)

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

*Alexander G. Krokhin* – PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Economic and Entrepreneurship at the Institute of Economy, Management and Law at Moscow Region State University;  
e-mail: [ag.krohin@mgou.ru](mailto:ag.krohin@mgou.ru)

*Danil V. Bashmakov* – PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Organization Management at the Institute of Economy, Management and Law at Moscow Region State University;  
e-mail: [dv.bashmakov@mgou.ru](mailto:dv.bashmakov@mgou.ru)

---

#### ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА

Крохин А.Г., Башмаков Д.В. Об изменении отношения работодателя к коммуни-  
кабельности как требованию к молодому специалисту на рынке труда // Вестник  
Московского государственного областного университета. Серия: Экономика.  
2017. № 2. С. 106-113.

DOI: 10.18384/2310-6646-2017-2-106-113

**CORRECT REFERENCE**

Krokhin A.G., Bashmakov D.V. On Employers' Changed Attitude to Communicability as a Requirement for Youth Labour Force. *Bulletin of Moscow Region State University. Series: Economics*, 2017, no. 2, pp. 106-113.  
DOI: 10.18384/2310-6646-2017-2-106-113