

**ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З РЕКЛАМИ І ЗВ'ЯЗКІВ
З ГРОМАДСЬКІСТЮ З МЕТОЮ ФОРМУВАННЯ ЇХ КОНФЛІКТОЛОГІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ**

УДК 659.1 – 051:005.336.2

Ірина Тітаренко, аспірант
Національного університету “Кієво-Могилянська академія”

**ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З РЕКЛАМИ І ЗВ'ЯЗКІВ
З ГРОМАДСЬКІСТЮ З МЕТОЮ ФОРМУВАННЯ ЇХ КОНФЛІКТОЛОГІЧНОЇ
КОМПЕТЕНТНОСТІ**

У статті розглянуто різні підходи до визначення поняття “професійна підготовка майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю”, визначено компоненти професійної підготовки (суб'єктний, цільовий, змістовий, організаційно-діяльнісний, результативний), виявлено особливості формування конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю: збагачення мотиваційно-ціннісної сфери новими мотивами, цінностями, установками на конструктивне вирішення конфліктів; здобуття фундаментальних, понятійних і технологічних знань у галузі конфліктології; формування конфліктологічних умінь; дотримання конфліктологічної позиції.

Ключові слова: професійна підготовка, конфліктологічна компетентність, компонент, майбутні фахівці з реклами і зв'язків з громадськістю.

Літ. 13.

Ірина Тітаренко, аспірант
Національного університету “Кієво-Могилянська академія”

**ПРОФЕСИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО
РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ С ЦЕЛЬЮ ФОРМИРОВАНИЯ ИХ
КОНФЛИКТОЛОГИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ**

В статье рассмотрены разные подходы к определению понятия “профессиональная подготовка будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью”, определены компоненты профессиональной подготовки (субъектный, целевой, содержательный, организационно-деятельностный, результативный), выявлены особенности формирования конфликтологической компетентности будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью: обогащение мотивационно-ценностной сферы новыми мотивами, ценностями, установками на конструктивное разрешение конфликтов; усвоение фундаментальных, понятийных и технологических знаний в области конфликтологии; формирование конфликтологических умений; сохранение конфликтологической позиции.

Ключевые слова: профессиональная подготовка, конфликтологическая компетентность, компонент, будущие специалисты по рекламе и связям с общественностью.

Iryna Tytarenko, Postgraduate student,
National University “Kyiv-Mohyla Academy”

**THE PROFESSIONAL TRAINING OF PROSPECTIVE SPECIALISTS IN ADVERTISING
AND PUBLIC RELATIONS WITH THE AIMED TO DEVELOP THEIR
CONFLICTOLOGICAL COMPETENCY**

In the present article different approaches to the definition of the concept “professional training of prospective specialists in advertising and public relations” have been considered, the components of professional training (a subject, intentional, substantial, an organizing activity, productive) have been determined. The peculiarities of development of conflictological competency of prospective specialists in advertising and public relations have been revealed. They include: an enrichment of the motivational and values sphere by new motives, values and goals aimed at the constructive resolving of conflict; the acquisition of fundamental, conceptual and technological knowledge in the field of conflictology; the development of conflictological skills; the compliance of conflictological position.

Keywords: professional training, conflictological competency, a component, prospective specialists in advertising and public relations.

Постановка проблеми. В умовах сьогодення активний розвиток реклами і зв'язків з громадськістю як сфери професійної діяльності, що знаходить широке застосування в органах державної влади й управління, комерційних компаніях, рекламних агентствах, засобах масової комунікації тощо, зумовлює об'єктивну потребу сучасного суспільства в появі висококваліфікованих фахівців у цій галузі. Доцільно відзначити, що фахівець з реклами і зв'язків з громадськістю грає ключову роль в управлінні конфліктами, має бути

ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З РЕКЛАМИ І ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ З МЕТОЮ ФОРМУВАННЯ ЇХ КОНФЛІКТОЛОГІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ

здатним їх виявляти та вирішувати, ефективно взаємодіяти з іншими в умовах конфлікту. У зв'язку із цим актуальним є вивчення питань професійної підготовки майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю з метою формування їх конфліктологічної компетентності.

Аналіз актуальних досліджень. У психолого-педагогічній літературі існують різні підходи до визначення поняття “професійна підготовка майбутнього фахівця”. Н. Мукан розуміє професійну підготовку як багатогранний феномен, що передбачає розвиток професійних знань, встановлення мінімальних меж компетентності на етапі завершення педагогічної підготовки, а також реалізацію відповідної системи оволодіння компетентністю [7, 8]. Е. Нероба розглядає професійну підготовку як цілеспрямований організований процес, спрямований на оволодіння певною професією [8,10]. На основі узагальнення психолого-педагогічних праць І. Манохіною наведено комплексне визначення поняття “професійна підготовка” як складної багаторівневої педагогічної системи, що включає певну сукупність цілей, змісту, форм, методів, засобів та технологій, зумовлених сутнісними потребами суб'єктів педагогічної взаємодії. Окрім того, за словами дослідниці, це процес і результат формування готовності особистості до виконання певної професійної діяльності [4, 131].

Як справедливо зазначають українські дослідники В. Королько та О. Некрасова, розвиток системи PR-освіти в Україні фактично розпочався в 1990-х рр. [5, 53], тому питання професійної підготовки майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю є недостатньо дослідженими та потребують системного вивчення. Різним аспектам професійної підготовки майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю присвячені наукові праці вітчизняних та зарубіжних учених. Загальні питання професійної підготовки зазначених вище фахівців, шляхи її вдосконалення висвітлено в дослідженнях В. Березенко, Т. Белофастової, Т. Буннелла, Дж. Вайса, А. Киричок, В. Королько, Д.У. Крїмеля, Н. Кузнецової, М. Лі, О. Некрасової, А. Мельниченко, Д. Дж. Свансона, А. Степанова, В. Шияна та ін.

Проблему реалізації компетентнісного підходу в процесі професійної підготовки майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю досліджено в роботах Л. Плуженської, Ф. Шаркова, А. Швецова, О. Швецової та ін.

Особистісну складову професійної підготовки даних фахівців вивчали Н. Веремйова

(особистісне зростання), Т. Сабіров (професійна мотивація), І. Тюнякіна (професійні цінності), М. Фурманов (комунікативна готовність), А. Швецов (самооцінка діяльності) та ін.

Проте, аналіз наукових праць засвідчує, що питання професійної підготовки майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю з метою формування їх конфліктологічної компетентності є вивченими недостатньо.

Формулювання цілей статті. Метою статті є уточнити сутність поняття “професійна підготовка майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю” через аналіз її компонентів та виявлення особливостей формування конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань використовувалися такі методи: вивчення, аналіз і узагальнення науково-педагогічної літератури з метою розкриття основних дефініцій досліджуваної проблеми; педагогічні спостереження з метою визначення компонентів професійної підготовки майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю з метою формування їх конфліктологічної компетентності.

Виклад основного матеріалу. Доцільним є проаналізувати існуючі в науковій літературі позиції вчених з визначення поняття “професійна підготовка майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю” та її складових. У роботі В. Шияна [13] це поняття розглядається як система вимог – загальнопрофесійних, вузькопрофесійних, соціальних та особистісних, що висувуються до фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю. Н. Веремйова [2] розуміє професійну підготовку зазначених вище фахівців як створення умов для їх особистісного розвитку та зростання.

Важливою є думка А. Степанова, котрий наголошує, що в основі професійної підготовки майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю є тісний взаємозв'язок загального та професійного розвитку особистості в процесі навчання, що реалізується через єдність соціально-педагогічних, психолого-педагогічних та технологічних компонентів [10, 8].

А. Швецов акцентує на необхідності забезпечити комплексність професійної підготовки майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю, що передбачає інтеграцію та засвоєння багатьох теоретичних, гуманітарних, соціальних та технічних знань; розвиток необхідних умінь, навичок, а також особистісних, професійно значущих якостей, котрі необхідні даному фахівцеві [12, 10].

ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З РЕКЛАМИ І ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ З МЕТОЮ ФОРМУВАННЯ ЇХ КОНФЛІКТОЛОГІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ

Важливою є думка Л. Комалової, котра акцентує на тому, що формування конфліктологічної компетентності є невід'ємною частиною при підготовці фахівців із зв'язків з громадськістю [4, 351]. Поняття “конфліктологічна компетентність майбутнього фахівця з реклами і зв'язків з громадськістю” розуміємо як інтегроване особистісне утворення, що сприяє якісному здійсненню професійної діяльності в умовах конфлікту.

Вивчення наукової літератури та власний практичний досвід уможливають визначити компоненти професійної підготовки майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю з метою формування їх конфліктологічної компетентності, а саме: суб'єктний, цільовий, змістовий, організаційно-діяльнісний та результативний.

Суб'єктний компонент професійної підготовки визначає майбутнього фахівця з реклами і зв'язків з громадськістю як суб'єкта, здатного виявляти та конструктивно розв'язувати конфлікти. У зв'язку із цим доречно пригадати думку В.С. Станева, котрий підкреслює, що сфера діяльності фахівця з реклами і зв'язків з громадськістю є значно ширшою – він не просто є суб'єктом PR, він шукає рішення під час кризи, долає конфлікти, формує ставлення громадськості до організації [9, 9].

Цільовий компонент професійної підготовки майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю, на наш погляд, має відбивати спрямування даних фахівців до конструктивного вирішення конфліктів. А. Анцуповим та А. Шипіловим окреслено критерії конструктивного вирішення конфлікту, а саме: ступінь вирішення протиріччя, що лежить в основі конфлікту та перемогу в ньому правого опонента. Як зауважують дослідники, важливо, щоб при вирішенні конфлікту було знайдене рішення проблеми, через яку він виник [1, 471].

Схарактеризуємо *змістовий* компонент професійної підготовки майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю. На основі аналізу навчально-методичних документів (ОКХ, ОПП, навчальних планів, навчальних та робочих навчальних програм дисциплін) та власного досвіду професійної підготовки майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю доцільно визначити провідні фахові дисципліни, вивчення яких сприяє формуванню конфліктологічної компетентності даних фахівців, зокрема “Комунікативні стратегії”, “Конфліктологія”, “Психологія управління та конфліктологія”. Водночас зауважимо, що на вивчення теоретичних

та методичних засад конфліктології відводиться недостатній обсяг початкових годин.

На наш погляд, потенціал загальногуманітарних дисциплін, необхідних для формування конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю, використовується неповною мірою. Проте відомо, що поняття “конфлікт” є міждисциплінарним та вивчається такими науками, як психологія, педагогіка, соціологія, історія, політологія, філософія тощо.

Доцільно відзначити, що самостійність навчальних дисциплін, їх слабкі зв'язки один з одним утруднюють процес формування конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю. Тому вважаємо за необхідне забезпечити інтеграцію навчальних дисциплін між собою за допомогою встановлення змістовних зв'язків й надання навчальній діяльності студентів міжпредметної спрямованості.

У зв'язку із цим наведемо думку А. Гірника, котрий акцентує на тому, що формування конфліктологічної компетентності в майбутнього фахівця має здійснюватися чотирма взаємопов'язаними шляхами: 1) опанування конфліктологічних дисциплін; 2) розвиток соціально-психологічної компетентності в процесі вивчення психолого-педагогічних дисциплін; 3) моделювання діяльності в конфліктогенному професійному середовищі в процесі викладання фахово-орієнтованих дисциплін; 4) засвоєння окремих конфліктологічних умінь в результаті вивчення загальноосвітніх дисциплін [3, 21].

Розглядаючи *організаційно-діяльнісний* компонент професійної підготовки майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю, посилаємося на дослідження І. Тюнякіної, в якому наведено наступне навчально-методичне забезпечення процесу професійної підготовки даних фахівців [11, 23]:

1) надання викладу матеріалу необхідної емоційності, наочності і переконливості;

2) залучення студентів до активних спільних роздумів про майбутню професію через вирішення професійних завдань;

3) організація творчої діяльності студентів з трансформації культурологічних ситуацій в актуально-професійні (комунікативні, управлінські та ін.);

4) включення у зміст занять аналізу досвіду роботи професіоналів;

5) проведення на кожному практичному занятті етапу оцінки та рефлексії;

6) широке застосування методу прикладу,

ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З РЕКЛАМИ І ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ З МЕТОЮ ФОРМУВАННЯ ЇХ КОНФЛІКТОЛОГІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ

методів активізації пізнавальної діяльності студентів (інформаційного, проблемного, евристичного й дослідницького діалогів);

7) виконання творчих завдань: розробка проєктів, написання статей, рефератів, організація диспутів, проведення конференцій з доповідями.

Результативний компонент професійної підготовки майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю визначає сформованість їх конфліктологічної компетентності. Вважаємо, що компонентами її формування є мотиваційно-ціннісний (спрямованість особистості на конструктивне вирішення конфлікту), когнітивно-практичний (наявність необхідних знань та вмінь якісного здійснення професійної діяльності в умовах конфлікту) та контроль-корегульований (сформованість конфліктологічної позиції).

Л. Комаловою сформульовано вимоги для фахівця із зв'язків з громадськістю, який бажає підвищити свій рівень конфліктологічної компетентності. По-перше, цей фахівець має володіти високою здатністю до рефлексії й самопізнання. По-друге, за словами дослідниці, необхідно пам'ятати, що конфліктологічна компетентність розвивається в процесі набуття досвіду конструктивної взаємодії в конфліктах, тому не слід уникати вирішення конфліктних ситуацій, проявляти конфліктофобію. По-третє, фахівець повинен уміти чітко виокремлювати предмет конфлікту й не давати емоціям узяти верх над здоровим глуздом [4, 350].

У результаті аналізу компонентів (суб'єктного, цільового, змістового, організаційно-діяльнісного та результативного) професійної підготовки майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю та компонентів формування їх конфліктологічної компетентності (мотиваційно-ціннісного, когнітивно-практичного, контроль-корегульованого) виявлено наступні *особливості* формування конфліктологічної компетентності даних фахівців:

1) збагачення мотиваційно-ціннісної сфери новими мотивами, цінностями, установками на конструктивне вирішення конфліктів;

2) здобуття в процесі навчання студентів фундаментальних, понятійних і технологічних знань в галузі конфліктології (історичної, філософської, політологічної, юридичної, психологічної, соціологічної тощо) за рахунок доповнення змісту відповідних навчальних дисциплін та реалізації їх інтегративних зв'язків;

3) формування конфліктологічних умінь (комунікативних, перцептивних, прогностичних, креативних, умінь саморегуляції);

4) дотримання конфліктологічної позиції з

метою ефективного поведіння в ситуації конфлікту.

Висновки з дослідження і перспективи подальших розвідок. У дослідженні на основі аналізу наукової літератури та вимог до підготовки фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю професійну підготовку останніх визначено як процес утворення та реалізації необхідних суб'єктивних та об'єктивних умов з метою формування професійної компетентності та конфліктологічної компетентності як її складової. Компонентами професійної підготовки майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю є суб'єктивний, цільовий, змістовий, організаційно-діяльнісний та результативний. Компонентами конфліктологічної компетентності зазначених вище фахівців є мотиваційно-ціннісний, когнітивно-практичний та контроль-корегульований.

Перспективами подальших досліджень є теоретичне обґрунтування педагогічних умов формування конфліктологічної компетентності майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю.

1. Анцупов А.Я. *Конфликтология: учеб. для вузов* / А.Я. Анцупов, А.И. Шипилов. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 551 с.

2. Веремьева Н.В. *Педагогические условия личностного роста будущих специалистов по связям с общественностью в процессе их психолого-педагогической подготовки: автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. пед. наук: спец. 13.00.08 "Теория и методика профессионального образования"* / Н.В. Веремьева. – Ярославль, 2007. – 23 с.

3. Гірник А. *Конфліктологічна компетентність як складова професійної компетентності сучасного фахівця* / А. Гірник // Зб. матеріалів III Міжнар. наук. конф. "Соціально-гуманітарні вектори педагогіки вищої освіти" (м. Харків, ХНТУСГ ім. П. Василенка, 13 – 14 трав. 2011 р). – Х., 2011. – С. 19 – 22.

4. Комалова Л.Р. *Конфликтологическая компетентность как профессиональный принцип конструктивной коммуникации в конфликте* / Л.Р. Комалова // *Социальное управление, коммуникация и социальные проектные технологии: материалы Всерос. конф., 5 – 6 октября 2005 г.* – М.: Ин-т социологии РАН, 2006. – С. 347 – 351.

5. Королько В.Г. *Паблик рилейшнз: проблемы образования (международный опыт и украинские реалии)* / В.Г. Королько, О.В. Некрасова // *Социология: теория, методы, маркетинг: журн.;*

**ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З РЕКЛАМИ І ЗВ'ЯЗКІВ
З ГРОМАДСЬКІСТЮ З МЕТОЮ ФОРМУВАННЯ ЇХ КОНФЛІКТОЛОГІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ**

Ин-т социологии НАН Украины. – К., 2004. – №2. – С. 169 – 184.

6. Манохіна І.В. Проблема професійної підготовки фахівців соціально-педагогічної сфери в науковій літературі / І.В. Манохіна // Вісн. Дніпропетровськ. ун-ту ім. Альфреда Нобеля. Сер. “Педагогіка і психологія”. Педагогічні науки. – Дніпропетровськ, 2015. – № 1 (9). – С. 128 – 134.

7. Муқан Н.В. Система професійної підготовки майбутніх учителів загальноосвітніх шкіл в університетах Канади: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: спец. 13.00.04 “Теорія і методика професійної освіти” / Н.В. Муқан. – К., 2006. – 21 с.

8. Нероба Е. Професійна підготовка інженерів-педагогів у вищих технічних навчальних закладах Польщі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: спец. 13.00.04 “Теорія і методика професійної освіти” / Е. Нероба. – К., 2003. – 22 с.

9. Станев В.С. Реклама “Против” PR (исторические аспекты конфликта) / В.С. Станев // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: науч. журн. – Новосибирск: АНС “СибАК”, 2014. – Вып. 35. – С. 7 – 15.

10. Степанов А.С. Социально-педагогические основы подготовки специалистов по связям с общественностью для социокультурной сферы: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. пед. наук: спец. 13.00.08 “Теория и методика профессионального образования” / А.С. Степанов. – М., 2001. – 23 с.

11. Тюнякина И.А. Формирование профессиональных ценностей у будущих специалистов по связям с общественностью в процессе преподавания дисциплин культурологического цикла: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. пед. наук: спец. 13.00.08 “Теория и методика профессионального образования” / И.А. Тюнякина. – СПб, 2010. – 24 с.

12. Швецов А.Е. Методика коррекции самооценки деятельности специалиста по связям с общественностью в процессе профессиональной подготовки: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. пед. наук: спец. 13.00.08 “Теория и методика профессионального образования” / А.Е. Швецов. – Тамбов, 2002. – 20 с.

13. Шиян В.О. Нові стандарти у підготовці фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю в контексті Болонського процесу / В.О. Шиян // Неперервна професійна освіта: теорія і практика: наук.-метод. журн.; Київ. ун-т ім. Бориса Грінченка, Благод. фонд ім. Антона Макаренка. – К., 2015. – Вып. 1 – 2. – С. 7 – 82.

Стаття надійшла до редакції 10.08.2016



Крилаті вислови І.Я.Франка

“Али боротись – значить жить!”

“Мова росте елементарно, разом з душею народу”.

“Більш, ніж меч, і огонь, і стріла, і қоса, Небезпечне оружжя – жіноча краса”.

“Гумор – невідлучна прикмета кожного правдивого таланту”.

“Мій патріотизм – се не сентимент, не національна гордість, то тяжке ярмо”.

“Хто стане слово слухати невчене?”

“Щастя ніколи довго не триває. Щастя все – день, година, одна хвилинка”.

“І подумай собі, що іноді досить одного слова, щоб убити чоловіка, щоб навіки або на довгі літа зробити його нещасливим!”

“Любов не залежить від нашої волі, приходить без нашої заслуги, щезає без нашої вини.

“Ми мусимо навчитися чути себе українцями – не галицькими, не буковинськими українцями, а українцями без офіційних кордонів”

Іван Франко

