

РОЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ У ФОРМУВАННІ PR-КОМПЕТЕНЦІЇ МАЙБУТНЬОГО МЕНЕДЖЕРА

© Моргунова С. О., 2016
<http://orcid.org/0000-0001-7277-7618>
<http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.57597>

У статті розглядається роль соціальної взаємодії у формуванні PR-компетенції майбутнього менеджера та умови її формування у навчальному процесі вищого навчального закладу. Стверджується, що необхідність постійної взаємодії з соціумом, соціальними інститутами, групами населення, фахівцями різного профілю у процесі здійснення професійної діяльності робить роль соціальної взаємодії ключовою у формуванні PR-компетенції майбутнього менеджера. Аналізуються наукові підходи до визначення поняття «соціальна взаємодія», його структури й ознак. Вказується, що суть соціальної взаємодії полягає в ефективності вирішення соціальних завдань, встановленні взаєморозуміння, співробітництва, прояву толерантності у вирішенні конфліктів, що виникають в реальних, життєвих ситуаціях конкретного суспільства, на основі набутих знань, цінностей і схильностей, навчального і життєвого досвіду. У статті визначено структуру соціальної взаємодії у вигляді сукупності складових: мотиваційно-ціннісної, інтегративно-когнітивної, предметно-діяльнісної та соціальної. Запропоновано умови формування у майбутніх менеджерів вмінь соціальної взаємодії.

Ключові слова: PR-компетенція, соціальна взаємодія, навчальна діяльність, педагогічні умови, майбутні менеджери.

Моргунова С. А. Роль социального взаимодействия в формировании PR-компетенции будущего менеджера.

В статье рассматривается роль социального взаимодействия в формировании PR-компетенции будущего менеджера и условия его формирования в учебном процессе вуза. Утверждается, что необходимость постоянного взаимодействия с социумом, социальными институтами, группами населения, специалистами различного профиля в процессе осуществления профессиональной деятельности делает роль социального взаимодействия ключевой в формировании PR-компетенции будущего менеджера. Анализируются научные подходы к определению понятия «социальное взаимодействие», его структуры и признаков. Указывается, что суть социального взаимодействия заключается в эффективности решения социальных задач, установлении взаимопонимания, сотрудничества, проявлении толерантности в решении конфликтов, возникающих в реальных жизненных ситуациях конкретного общества, на основе полученных знаний,

ценностей и склонностей, учебного и жизненного опыта. В статье определяется структура социального взаимодействия в виде совокупности составляющих: мотивационно-ценностной, интегративно-когнитивной, предметно-деятельностной и социальной. Предложены условия формирования у будущих менеджеров умений социального взаимодействия.

***Ключевые слова:** PR-компетенция, социальное взаимодействие, учебная деятельность, педагогические условия, будущие менеджеры.*

Morhunova S. A. The role of social interaction in formation of PR- competence of future manager.

The role of social interaction in formation of PR- competence of future manager in the educational process of university are considered in the article. It is alleged that the need of constant interaction with society, social institutions, population groups, experts of different profiles in the process of implementation of the professional activity makes the role of social interaction a key component of forming PR- competence of future manager. Scientific approaches to the defining the concept of «social interaction», its structure and features are analyzed. It is stated that the essence of social interaction lies in the effectiveness of solving the social tasks, establishment of mutual understanding, cooperation, and tolerance manifestation in resolving conflicts, which arise in real life situations of a particular society, based on the acquired knowledge, values and aptitudes, educational and life experience. The structure of social interaction is defined in article by a complex of components: evaluative and motivational, integrative and cognitive, objective and activity, and social. The conditions of forming skills of social interaction of future managers are proposed.

***Key words:** PR-competence, social interaction, educational activity, pedagogical conditions, future managers.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах соціально-економічного розвитку України, у ситуації необхідності подолання кризових явищ в економіці актуальним стає вдосконалення професійної підготовки майбутніх менеджерів з метою приведення її у відповідність до міжнародних стандартів. Основою діяльності сучасного менеджера є вміння спілкуватися з підлеглими і керівництвом організації, партнерами та клієнтами. Від ефективності комунікації, соціальної взаємодії менеджера у кінцевому підсумку залежить продуктивність діяльності усієї організації.

PR-діяльність здійснюється сьогодні в усіх сферах суспільного життя. Основною метою PR-діяльності будь-якої організації є створення зовнішнього і внутрішнього соціально-психологічного середовища, що сприяє успіху організації, забезпечує необхідну поведінку цього середовища по відношенню

до організації. Таким чином, PR-діяльність організації може відбуватись за декількома напрямками, орієнтованими на різні суспільні групи (громадськість) або на досягнення конкретної мети (формування іміджу організації, подолання кризи, збільшення товарообігу).

У межах тематики нашої статті ми розуміємо PR-компетенцію як інтегральну характеристику особистісних, професійних і поведінкових якостей особистості, показник знання основних психологічних, соціологічних і PR-концепцій, показник вміння ефективно використовувати сучасні PR-технології, що дозволяють фахівцю максимально реалізуватися у професії.

Необхідність постійної взаємодії з соціумом, соціальними інститутами, групами населення, фахівцями різного профілю у процесі здійснення професійної діяльності робить роль соціальної взаємодії ключовою у формуванні PR-компетенції майбутнього менеджера.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз психолого–педагогічної літератури свідчить, що питання формування соціальної взаємодії розглядалося здебільшого в контексті розвитку комунікативної та соціальної компетентності випускників вузів (О. Бодальов, О. Киричук, Я. Коломинський, В. Сластьонін, Н. Тарасевич, Т. Яценко та ін.). Питання комунікативної підготовки менеджерів висвітлювалися у низці досліджень зарубіжних (С. Ковен, І. Гранфілд, А. Хьюберт, Р. Мілс) та вітчизняних науковців (Ю. Голубєв, В. Дюков, С. Макаров, Ю. Морозов, Є. Уткін, В. Яровий). Зміст і шляхи підготовки особистості до ділового спілкування розглядалися в роботах Ю. Ємельянова, Ю. Жукова, Л. Власова, Г. Ковальова, О. Панасюка, Л. Петровської, В. Зігерта, Т. Фідлера, Т. Яценко та ін., але у ракурсі уваги цих вчених опинилися головним чином соціально-психологічні аспекти комунікативної компетентності. Феномен соціальної взаємодії став об'єктом дослідження у працях О. Агавелян, В. Андреева, А. Бодалева, . Вершловского, М. Галагузовой, Л. Гейхман, Б. Гершунского, А. Маллер, В. Мухіной, Г. Цикото та ін.

Незважаючи на різноманіття підходів до розгляду проблеми, до сих пір не виявленими залишаються питання формування вмінь соціальної взаємодії майбутнього менеджера в навчальному процесі ВНЗ та роль цих вмінь у формуванні PR-компетенції фахівця цієї галузі.

Метою статті є визначення і характеристика вмінь соціальної взаємодії у формуванні PR-компетенції майбутнього менеджера.

Виклад основного матеріалу. Феномен соціальної взаємодії достатньо широко обговорюється у сучасній науковій літературі. Можна виділити два підходи до цього питання. В рамках першого підходу в якості базового поняття висувається поняття діяльності взагалі і спільної діяльності зокрема. У зв'язку з цим представниками цього підходу взаємодія розглядається як взаємозв'язок діяльностей (Х. Лейметс, М. Смирнов), як спільна діяльність (В. Масний, С. Хозе, Б. Бітінас), як особливий вид спільної діяльності (Н. Ліціс), як особливий спосіб організації спільної діяльності (О. Самусевич). Друга лінія міркувань ґрунтується на параметрах міжособистісної взаємодії (Ю. Бабанський, Н. Родіонова, Л. Байбородова, Я. Коломінський, І. Кон, В. Новіков).

У довідникових джерелах термін «соціальна взаємодія» тлумачиться як «взаємодія між двома і більше індивідами, у процесі якої передається соціально значима інформація, або здійснюються дії, орієнтовані на іншого індивіда» [7, с. 85].

У межах тематики нашої статті інтерес представляє визначення цього феномену, запропоноване А. Кареткевичем: «це дії соціальних суб'єктів упродовж деякого відрізка часу, що зацікавлені у суспільно-корисному і взаємовигідному результаті своїх дій. Характер взаємодії формує певні очікування суб'єктів, що впливають на їхню поведінку. Якщо очікування набувають стабільного характеру по відношенню до певної поведінки, то вони стають нормами взаємодії і починають регулювати останні [3].

Як вказує С. Фролов, «під соціальною взаємодією розуміється система взаємообумовлених соціальних дій, пов'язаних циклічною причинною залежністю, при якій дії одного суб'єкта є одночасно причиною і наслідком відповідних дій інших суб'єктів» [9, с. 127]. Це означає, що кожна соціальна дія викликається іншою соціальною дією, що їй передуює й одночасно є її причиною. Таким чином, соціальні дії – це ланки в нерозривному ланцюзі взаємодій.

Німецький соціолог М. Вебер висловлював думку, що джерелом соціальної дії і взаємодії людей (індивідів, груп) є їхні потреби, інтереси і цінності. У процесі взаємодії люди прагнуть максимально раціоналізувати свою поведінку з метою досягнення найбільшої економічної ефективності, тому для

соціальних дій характерними є такі якості, як усвідомленість, раціональність і орієнтованість на інших [1, с. 387].

Аналізуючи феномен соціальної взаємодії, В. Торохтій у якості основних його ознак називає наступні: наявність обміну інформацією між людьми, які вступили у відносини; наявність факту узгодження дій, заходів, поглядів, думок і т.д. між людьми, які вступають у взаємодію; наявність факту спільної діяльності або спільних заходів, дій, зусиль і т. ін.[8, с. 58]. Вчений зазначає, що існує чітка ієрархічність між поняттями «спілкування», «взаємодія» і «спільна діяльність», а саме: «спілкування є основою для виникнення взаємодії; наявність взаємодії, у свою чергу, є важливою умовою появи спільної діяльності, що становить апогей взаємодії» [8, с. 60].

Визначаючи природу соціальної взаємодії, американський соціолог П. Сорокін включає до неї три елементи: особистість як суб'єкта взаємодії; суспільство як сукупність взаємодіючих індивідів з його соціокультурними відношеннями і процесами; культуру як сукупність знань, цінностей і норм, що ними володіють особи, які взаємодіють, і сукупність носіїв, які об'єктивують, соціалізують і розкривають ці значення [5, с. 239].

Таким чином, суть соціальної взаємодії людини полягає в ефективності вирішення нею соціальних завдань, встановленні взаєморозуміння, співробітництва, прояву толерантності у вирішенні конфліктів, що виникають в реальних, життєвих ситуаціях конкретного суспільства, на основі набутих знань, цінностей і схильностей, навчального і життєвого досвіду.

Безсумнівно, що усі соціальні явища виникають в результаті соціальної взаємодії. У процесі взаємодії відбувається обмін інформацією, знаннями, досвідом, матеріальними, духовними та іншими цінностями. Соціальна взаємодія може мати різний зміст, може змінюватися, може здійснюватися прямо, безпосередньо або опосередковано, але основа її завжди міжсуб'єктна.

У сучасній науці існують різні підходи до визначення структури соціальної взаємодії. Так, В. М'ясищев вважає, що соціальну взаємодію менеджера доцільно розглядати на трьох взаємопов'язаних рівнях (аспектах): взаємодія з собою, взаємодія з колегами (групою), взаємодія з колективом (суспільством) [4, с. 134]. Перший аспект відображає особливості емоційно-вольової регуляції фахівця. Другий аспект, що характеризує взаємодію менеджера з колегами (групою), розкриває широкі можливості для реалізації

способів соціальної взаємодії менеджера з різними суб'єктами професійної діяльності. Ключовою характеристикою, як вважає В. М'ясищев, на рівні взаємодії з колективом (суспільством) є його соціальна відповідальність [4, с. 136].

Структура соціальної взаємодії менеджера може мати й іншу інтерпретацію, якщо взяти до уваги ту обставину, що здібності менеджера, що проявляються у взаємодії з різними суб'єктами професійної діяльності, ґрунтуються на його знаннях, вміннях і навичках, а також мотивації і досвіді менеджера. У цьому випадку, як зазначає І. Зимня, соціальна взаємодія як компонент компетентності може включати наступні характеристики: готовність до прояву компетентності (мотиваційний аспект), володіння знанням змісту компетентності (когнітивний аспект), досвід у прояві компетентності у різноманітних ситуаціях (поведінковий аспект), відношення до змісту компетентності і об'єкту її докладання (ціннісно-смысловий аспект), емоційно-вольову регуляцію процесу і результати прояву компетентності (емоційно-вольовий аспект) [2, с. 12].

Відповідно до третього підходу у структурі соціальної взаємодії виділяють когнітивний, емоціональний і конативний аспект [10, с. 98]. Когнітивний аспект включає ефективну соціальну переробку інформації і реалістичне сприйняття себе і середовища. До емоціонального аспекту входить адекватне формування і вираз почуттів. Конативна складова, на думку Х. Хершгена, містить вербальні і невербальні здібності та їх необхідне поєднання [10, с. 99].

На нашу думку, вміння здійснювати соціальну взаємодію є ключовими у системі PR-компетенції майбутнього менеджера, що обумовлюється необхідністю взаємодії фахівця з соціумом, громадськими інститутами, групами населення і спеціалістами різного профілю з метою вирішення професійних проблем.

Основу структури соціальної взаємодії складають:

- мотиваційно-ціннісна складова (сформоване відношення до соціальної взаємодії як професійній цінності);
- інтегративно-когнітивна складова (система інтегрованих психолого-педагогічних і соціальних знань про компетенції соціальної взаємодії);

- предметно-діяльнісна складова (система спеціальних вмінь, що забезпечує готовність студента-випускника до здійснення ефективної соціальної взаємодії у професійній діяльності);

- соціальна складова (сукупність таких якостей, як соціальна відповідальність, соціальна активність, толерантність і соціальних знань про норми, правила поведінки, відношення суб'єктів соціальної взаємодії).

На думку науковців, рівень розвитку соціальної взаємодії особистості проявляється в успішності здійснення наступних умінь: 1) вміння визначати цілі і будувати цільову ієрархію соціальної взаємодії; 2) вміння здійснювати пошук і обмін інформацією; 3) вміння аналізувати соціальні ситуації, діяти на користь себе і суспільства; 4) вміння розробляти різні програми взаємодії, проектувати й моделювати в практичних формах, реалізовувати в конкретній діяльності [6, с. 36].

Ми вважаємо, що формування в майбутніх менеджерів вмінь здійснювати соціальну взаємодію можливе за умов актуалізації у навчальному процесі розвитку в студентів рефлексивного ставлення до комунікативного аспекту майбутньої професійної діяльності, спрямованості на вдосконалення способів і прийомів ділового спілкування; при застосуванні методів активного навчання, що моделюють соціальний контекст і способи спілкування менеджера в ситуаціях професійної взаємодії (сюжетно-рольові та ділові ігри, метод аналізу конкретних ситуацій, групові дискусії тощо); за умов орієнтації викладача на діалогічну форму навчальної взаємодії з студентами, яка забезпечує сприятливий психологічний мікроклімат, емоційний контакт й атмосферу творчого пошуку і співробітництва під час занять.

На основі отриманих знань майбутній менеджер формує вміння встановлювати контакт на міжособистісному рівні, безконфліктно вирішувати дискусійні питання, враховувати точку зору інших і аргументовано відстоювати свою, орієнтуватися в проблемах, пов'язаних з реалізацією певних соціальних ролей, організувати та координувати роботу в команді, розподіляти ролі. Формування вмінь соціальної взаємодії передбачає розвиток таких якостей особистості як толерантність, доброзичливість, ввічливість і тактовність у спілкуванні, порядність і чесність в партнерських відносинах, високий ступінь самоорганізації та самоконтролю, відповідальність.

Висновки. Результатом сформованості вмінь соціальної взаємодії PR-компетенції майбутнього менеджера є його готовність до здійснення соціальної взаємодії у професійній діяльності, що передбачає наявність соціально-психологічних знань; комплексу соціальних якостей; наявність вмінь реалізації соціально-психологічних технологій в практичній діяльності; вміння систематизувати емпіричний матеріал; володіння мовними і письмовими навичками; потребу надавати допомогу іншим; потребу в здійсненні контактів, інтерес до результатів діяльності.

PR-компетенція є комплексом особистісних і професійних ресурсів, що забезпечують у майбутньому можливість ефективного вирішення фахівцем професійних завдань. У коло професійних завдань сучасного менеджера входить управління репутацією організації, просування її продукту на ринку, здійснення зв'язків зі споживачами та ЗМІ, формування позитивного іміджу організації та її внутрішнього корпоративного середовища. Все це неможливо здійснити, якщо фахівець недостатньо володіє вміннями соціальної взаємодії. Тому ефективність реалізації вмінь соціальної взаємодії безпосередньо впливає на рівень PR-компетенції фахівця. Формування в майбутніх менеджерів вмінь соціальної взаємодії PR-компетенції повинно стати невід'ємною частиною підготовки сучасного фахівця цієї галузі.

Література

1. Вебер М. Государство і суспільство / Макс Вебер; пер. з нім. М. Кушнір. – К.: Всесвіт, 2013. – 1112 с.
2. Зимняя И.А. Ключевые компетентности как результативно-целевая основа компетентностного подхода в образовании: Авт. версия / И.А.Зимняя.– М.: Исслед. центр проблем качества подготовки специалистов, 2004. – 38 с.
3. Кареткевич А. Г. Проблемы социального взаимодействия в трансформирующихся переходных обществах / А. Г. Кареткевич // Режим доступа: <http://jurnal.org/articles/2009/sociol3.html>
4. Мясичев В.Н. Психология отношений : Избр. психол. труды / В.Н.Мясичев.– М.: МПСИ, 2003. – 315 с.
5. Сорокин П.А. Общедоступный учебник социологии. Статьи разных лет. –М., 1994.– 340 с.

6. Старкова Д.В. Сущность и роль компетентности социального взаимодействия в современной педагогике // Современная педагогика.– 2013.– № 11.– С. 35-42.

7. Тематичний словник-довідник з соціології / За ред. В.В. Кохана; укл. А. Александровська, Є. Буга, Ю. Ткачук та ін. – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2009. – 112с.

8. Торохтий В.С. Психология социально-педагогической деятельности / В.С. Торохтий // Психологическая наука и образование.– 2010.– № 5.– С. 56-71.

9. Фролов С. С. Общая социология : учебник / С. С. Фролов. – М. : Проспект, 2011. – 384 с .

10. Хершген Х. Маркетинг: основы профессионального успеха : учеб. для вузов / Х. Хершген.– М.: ИНФРА-М, 200; . – 286 с.