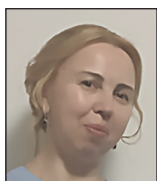


Формирование конфликтологических компетенций при подготовке специалистов по коммуникациям

Formation of Conflictological Competences in Training PR Specialists

DOI: 10.12737/2587-9103-2023-12-2-75-84

Получено: 08 января 2023 г. / Одобрено: 10 февраля 2023 г. / Опубликовано: 26 апреля 2023 г.



И.Ю. Мельникова

Канд. экон. наук, доцент, доцент ВШМиСО, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, ORCID 0000-0001-8912-4269, Россия, Санкт-Петербург, 195251, ул. Политехническая, д. 29, e-mail: melnikova_iyu@spbstu.ru

I.Yu. Melnikova

Ph.D. of Economics, Associate Professor, Higher School of Media Communications and Public Relations, Peter the Great St Petersburg Polytechnic University, ORCID 0000-0001-8912-4269, 29, Polytechnic st., St. Petersburg, 195251, Russia, e-mail: melnikova_iyu@spbstu.ru



T.A. Cherkashchenko

Канд. полит. наук, начальник отдела продвижения медицинских услуг и сервиса, Клиника высоких медицинских технологий им. Н.И. Пирогова СПбГУ, Россия, Санкт-Петербург, наб. реки Фонтанки, 154, e-mail: pr@gosmed.ru

T.A. Cherkashchenko

Ph.D. in Politics, Head of Marketing and Patient Success Department, St. Petersburg University's N.I.Pirogov, Clinic of High Medical Technologies, 154, Fontanka River Embankment, St. Petersburg, Russia, e-mail: pr@gosmed.ru

Аннотация

В статье осуществлен анализ востребованности на рынке труда компетенций управления конфликтными ситуациями. В рамках исследовательского этапа был применен анализ содержания вакансий специалистов в сфере рекламы и медиакоммуникаций, размещенных в открытом доступе. Исследования подтвердили гипотезу о востребованности конфликтологических компетенций в данной сфере профессиональной деятельности. Осуществлен анализ содержания профстандартов как основных документов, регламентирующих требования к кандидату на должность в области коммуникативных навыков и знаний. Обоснована необходимость утверждения профильных профстандартов специалистов в сфере коммуникаций для обеспечения учета интересов и запросов работодателей при разработке и реализации образовательных программ. Рассмотрены основные элементы конфликтологической компетентности и определена роль различных образовательных технологий в их формировании.

Ключевые слова: реклама и связи с общественностью, конфликтологическая компетентность, высшая школа, PR, образовательный процесс.

Abstract

The article analyzes the demand for conflict management competencies in the labor market. As part of the research phase, an analysis of the content of vacancies for specialists in the field of advertising and media communications, posted in the public domain, was applied. The research confirmed the hypothesis about the demand for conflictological competencies in this area of professional activity. The content of professional standards was analyzed as the main documents regulating the requirements for a candidate for a position in the field of skills and knowledge. The necessity of approval of specialized professional standards of specialists in the field of media communications is substantiated. This will ensure that the interests and requests of employers are taken into account in the development and implementation of educational programs. The main elements of conflictological competence are considered and the role of various educational technologies in their formation is determined.

Keywords: public relations, advertising, conflictological competence, high school, PR, educational process.

Введение

Современные организации, выступая субъектом коммуникационного процесса, определяют партнерские и гармоничные отношения с внешним окружением как одну из основных целей. Для достижения этой цели компании взаимодействуют с широким кругом стейкхолдеров; осуществляют анализ ключевых интересов и ожиданий заинтересованных сторон, привлекают их представителей к участию в обсуждении и принятии инвестиционных решений, обеспечивают открытость и прозрачность информации, демонстрируя готовность к продуктивному диалогу. Важным инструментом установления партнерских отношений является вовлечение стейкхолдеров в деятельность компаний, социальное проектирование [21]. Для оценки эффективности коммуникаций

компании все чаще опираются не только на количественные показатели (охват, частота показа, стоимость целевого действия пользователя, конверсия, стоимость привлечения или удержания клиента, доля голоса, окупаемость затрат и пр. [14]), но и на качественные параметры, такие как лояльность и доверие стейкхолдеров, гармония отношений, согласие, приверженность [17]. Яркие подтверждения этому мы увидели с начала пандемии, когда бренды стали запускать спецпроекты, сопряженные с определенной долей расходов для них, но приносящие пользу для их стейкхолдеров. Данный тренд обладает высокой степенью contagiозности: он характерен не только для больших бизнесов, но и для компаний среднего масштаба (открытые курсы от *Nimax*) и индивидуальных предпринимателей и инфлюенсеров (учеба по мар-

кетингу от Марии Солодар за любую цену или марфон желаний от Елены Блиновской за *donation*). Кроме того, он используется в коммуникациях и корпорациями федерального уровня, и региональными субъектами (Открытый Эрмитаж *online*).

Групп стейкхолдеров много, и каждая группа обладает специфическими интересами (как и сама компания), поэтому достижение баланса интересов не всегда является легкой задачей, а взаимодействие организации с заинтересованными сторонами приводит к конфликтам [22, с. 57–62]. Эти столкновения интересов могут быть вызваны как разным видением ситуации, разными принципами и приоритетами, так и фактическим распределением ресурсов компании.

Построение внутриорганизационных коммуникаций в компаниях ориентировано на те же результаты – доверие, гармония и долгосрочность отношений. Система внутренних коммуникаций компании призвана решать разнообразные задачи:

- 1) обмен информацией, необходимой для осуществления рабочего процесса;
- 2) формирование корпоративной культуры, направленной на плодотворный диалог и улучшение работы с внешними стейкхолдерами;
- 3) внутренний PR и формирование положительного имиджа компании в глазах ее сотрудников;
- 4) привлечение и удержание талантов;
- 5) создание развивающей среды для сотрудников;
- 6) коммуникационное обеспечение инновационных процессов [8, с. 154–157].

Также актуальными задачами данного направления являются: обеспечение лояльности и вовлеченности, сплоченности, высокого уровня мотивации персонала, создание команд единомышленников. Новые явления в политической, технологической, социальной и информационной сферах неизбежно отражаются на характере и способах осуществления коммуникаций в компаниях. Способность решать профессиональные задачи в стрессогенных ситуациях, не создавая предпосылки для напряженности и конфликта, – одна из важнейших компетенций современного специалиста. Также огромное значение имеет способность сотрудников организации выстраивать бесконфликтное общение с внешними контрагентами (партнерами, клиентами, посредниками и т.д.). В современных компаниях с развитой корпоративной культурой важны не только навыки эффективного разрешения конфликтов, но и способности оказывать психологическое воздействие на оппонентов с целью снижения негативного шлейфа конфликтов, способности локализации зоны конфликтного взаимодействия, способность предотвращать напряженность в отношениях. Задача формирования данных компетенций сегодня решается не

только в рамках основных образовательных программ высшего образования, но и за счет реализации разного рода дополнительных образовательных программ. Тем не менее многие из нас часто наблюдают высокий уровень напряженности и конфликтности в рабочих группах и командах.

Некоторые исследователи утверждают, что трудовые отношения на любом предприятии закономерно включают в себя конфликты [4]. Рассматривая современную ситуацию в государственных учреждениях и коммерческих компаниях, мы выделяем несколько рискованных факторов, способных стать катализаторами развития конфликта:

- 1) низкая управленческая культура, факты нарушения работодателем трудового законодательства в отношении наемных работников (непредоставление льгот и компенсаций, предусмотренных законодательством, поручение работ за пределами должностных полномочий, отсутствие оплаты за сверхурочную работу и пр.);
- 2) различные формы проявления оппортунизма со стороны руководителей (несоразмерные с трудовым вкладом выплаты «любимым» сотрудникам, занижение оценки результатов труда работников, протекционизм при принятии карьерных решений, неуважение к работникам и клиентам организации: сплетни, обман, перекалывание ответственности за свои ошибки на других работников и пр.) [6];
- 3) оппортунистическое поведение работников, выражающееся в низком уровне организационной исполнительности (отлынивание и невыполнение работы в установленные сроки, небрежность, халатность, мнимое исполнение требований и пр.);
- 4) происходящие изменения в структуре персонала. Кадровая политика многих компаний ориентирована сегодня на омоложение рабочих коллективов [11]. На арену выходит новое поколение, которое по утверждению социологов характеризуется более выраженной ориентацией на индивидуалистические ценности [16] и высоким уровнем социального перфекционизма [20]. У молодых сотрудников много претензий к условиям труда, уровню вознаграждений, системе развития кадров и планирования карьеры. Завышенные ожидания становятся причиной разочарований и создают почву для конфликтов.

Теоретический анализ проблемы и понятийный аппарат

Таким образом, формирование конфликтологических компетенций является одной из важнейших задач подготовки выпускников образовательных

учреждений. Далее перейдем к определению понятий «компетенция» и «компетентность».

В соответствии с подходом, предложенным М. Бомензатом [15], структурными элементами компетенции являются знания, навыки и способности, способы осуществления коммуникаций. *Boyatzis* считает, что, помимо перечисленного, компетенция, при условии ее использования в ходе решения рабочих задач, включает в себя такие компоненты, как мотивы, особенности характера и социальную роль [25]. С. Уидетт, С. Холлифорд определяют компетенцию иначе – как способность воспроизводить установленные стандарты поведения [18].

Дж. Кревицкий, Л. Джордан и ряд других исследователей определили компетенцию как базовую характеристику индивида, которая причинно связана с достижением эффективности или превосходных результатов на работе [27].

В то время как Д. Ульрих и др. [31, с. 52–60] рассматривали компетенцию как навыки, способности, знания и черты, необходимые для эффективной работы, Вудрафф воспринимает компетенции как набор моделей поведения, которые человек должен воспроизводить, чтобы быть компетентным [26].

Таким образом, вслед за М.А. Полянской основные элементы компетенции представим в следующем виде (рис. 1).



Рис. 1. Структура компетенции

Со своей стороны, С. Парри [29, с. 48–56] описывает компетенцию как совокупность взаимосвязанных знаний, навыков и взглядов, которые влияют на значительную часть важнейших рабочих обязанностей или ролей; непосредственно коррелируют с выполняемой работой. Также, по мнению С. Парри, компетенция может быть количественно оценена по общепринятым стандартам. Эд. Шорт рассматривает компетенцию как способность владеть ситуацией

в условиях изменяющейся окружающей среды; способность эффективно реагировать на воздействие среды или изменять ее [30]. Общей точкой среди всех определений тезисов является мнение о компетентности как способности к выполнению задания или конкретной работы. Прикладная функция компетенций, на наш взгляд, заключается в том, что именно они защищают специалиста от профессиональной дезадаптации и эмоционального выгорания и являются проводником в процессе профессионализации.

В фокусе внимания П. МакЛагана и Дж. О’Шонесси находится групповой потенциал компетенций. Авторы рассматривают их как коллективные знания компании, посредством которых рождается импульс для развития конкретных умений и навыков, следовательно, компетенции обладают свойством динамичности, способности к развитию [28].

Р. Каплан и Д. Нортона рассматривают компетенцию как внутренние знания, недоступные непосредственному восприятию потребителя, которые находят косвенное выражение в потребительской стоимости конечного продукта через эффективность использования способностей и ресурсов организации [5]. Данное понятие раскрывает ещё одну отличительную особенность компетенции – её способность обеспечивать прирост полезности продукта или услуги.

Свой вклад в определение понятия «компетенция» внесли российские исследователи. Они подчеркивают роль связей, возникающих между структурными элементами компетенции. Сформированная компетенция обеспечивает возможность установить связь между знанием и ситуацией, обнаружить процедуру (знание и действие), подходящую для решения профессиональной проблемы [13]. С.Д. Резник рассматривает компетенцию как механизм, связывающий навыки, знание, особенности личности и поведения со стратегическими установками организации [19]. З.О. Османова определяет компетенции персонала как социально-экономическую категорию, представляющую собой совокупность профессиональных навыков, знаний, умений и личностных характеристик, обладающих свойством эмерджентности, необходимых для успешного выполнения соответствующих должностным обязанностям функций и задач, в рамках стратегических целей и корпоративной культуры предприятия [12, с. 133–137].

С.Б. Баязитов и его соавторы считают, что компетенция – это интеграция знаний, умений, опыта с социально-профессиональной ситуацией, из чего следует, что компетентный сотрудник это тот, кто способен реализовать на практике наиболее адекватную модель поведения в зависимости от специфики поставленной задачи [3].

А.Н. Ярыгин, О.Н. Ярыгин определяют компетенцию как область решаемых проблем, сферу деятельности, круг вмененных обязанностей, область реализации компетентности в совокупности с критериями решения; таким образом компетенция рассматривается авторами как единство области реализации компетентности, критериев исполнения, и используемых ресурсов [24].

Объединяя рассмотренные подходы, получаем, что компетенция, помимо знаниевой компоненты, включает в себя мотивацию и способность решать профессиональные и коммуникативные задачи в рамках общепринятых моделей (стандартов) поведения и стратегических приоритетов компании, способность реагировать и осуществлять изменения, способность создавать потребительскую ценность, способность выбирать лучшие решения и осознавать меру ответственности за свои действия. Все вышесказанное, на наш взгляд, имеет непосредственное отношение к конфликтологическим компетенциям. Они включают в себя знания, особый стиль мышления, готовность и способность личности к решению проблемных задач различного спектра и уровня сложности с ориентацией стратегические ценности компании, на оптимальное использование ресурсов и достижение лучшего результата. Важным при этом является наличие у личности ценностных оснований, в том числе толерантность, стремление к сотрудничеству, признание правомерности позиции любого субъекта при отстаивании своих интересов и прав [2, с. 105–109].

Методы и организация исследования

В рамках данного исследования мы проанализировали востребованность на рынке труда компетенций управления конфликтными ситуациями. Объектом исследования стали 15 городов-миллионников РФ. Методом контент-анализа в описаниях вакансий крупнейшего агрегатора hh.ru мы исследовали ключевые слова, указывающие на потребность работодателя в наличии конфликтологических компетенций у кандидата. В качестве «ключей» выступили: медиация, деловое общение, способность решать комплексные проблемы, навык управления людьми, навык успешного взаимодействия с людьми, *soft skills*, эмоциональный интеллект, навыки ведения переговоров, деловое общение, деловые коммуникации, ведение переговоров, управление отношениями, телефонные переговоры, работа в команде, стрессоустойчивость, работа с претензиями, бесконфликтность, неконфликтность, умение разрешать конфликты, умение управлять конфликтами. Анализ *job descriptions* (описаний вакансий) производился с разбивкой по регионам и по специализациям сферы «Маркетинг, реклама, PR».

В период исследования – с 04.03.2022 по 18.03.2022 – количество размещенных вакансий на сайте варьировалось от 850 619 до 1 001 395. Существенный разрыв, вероятнее всего, связан с февральскими событиями. Прогнозы экспертов указывали на то, что российский коммуникационный рынок мог потерять до 50% выручки [7]. Повестка спровоцировала рост рисков, связанных с наймом персонала в сложных финансовых условиях, и значительно повысила турбулентные настроения и степень неопределенности.

Анализ всех субъектов с населением более 1 млн человек позволил сделать обоснованный вывод о потребности в тех или иных специалистах и компетенциях в зависимости от региона. Фактические результаты прямо коррелируют с нашими гипотезами. Ниже представлено ранжирование городов-миллионников по численности населения на 1 января 2021 г. и по общему количеству специализированных вакансий на сайте на момент исследования (табл. 1).

Таблица 1

Анализ спроса на профильных специалистов в разных регионах

Субъект РФ	Численность населения	Количество вакансий по направлению «Реклама, маркетинг, PR»	Процент опубликованных вакансий относительно общего числа жителей
Москва	12 655 050	26725	0,21% – ↑
Санкт-Петербург	5 384 342	8625	0,16% – ↑
Новосибирск	1 620 162	2660	0,16% – ↑
Екатеринбург	1 495 066	3248	0,22% – ↑
Казань	1 257 341	2301	0,18% – ↑
Нижний Новгород	1 244 254	2237	0,18% – ↑
Челябинск	1 187 960	1267	0,11% – ↓
Самара	1 144 759	1473	0,13% – ↓
Омск	1 139 897	732	0,06% – ↓
Ростов-на-Дону	1 137 704	1664	0,15% – ↑
Уфа	1 125 933	1137	0,10% – ↓
Красноярск	1 092 851	1051	0,10% – ↓
Воронеж	1 050 602	1407	0,13% – ↓
Пермь	1 049 199	1004	0,10% – ↓
Волгоград	1 004 763	688	0,07% – ↓

Таким образом, максимальный спрос на профильных специалистов в период исследования наблюдался в Москве и Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Казани, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Ростове-на-Дону; а пониженный спрос – в Омске, Волгограде, Уфе, Красноярске и Перми. Различия в потребности

в компетенциях по регионам могут варьироваться в зависимости:

- от уровня инфраструктурного развития региона;
- экономической обстановки и общего количества предложений на рынке труда;
- наличия крупных компаний-производителей в регионе;
- количества малого и среднего бизнеса, пережившего пандемию и другие угрозы *BANI*-мира;
- этапа становления корпоративной этики региона и трендов в профессиональной сфере;
- образовательных программ в высших учебных заведениях;
- специфики локальной культуры;
- общего уровня благополучия и удовлетворенности населения.

Исходя из проведенного исследования, стало понятно, какие формулировки работодатели не используют в описаниях вакансий вовсе: так, похоже, что термин «медиация» до сих пор ассоциируется с научной средой — только так можно объяснить его низкую частотность в объявлениях. Самыми же популярными ключевыми словами стали «деловое общение», «навыки ведения переговоров», «ведение переговоров», «работа в команде».

Очевидно, что в условиях нового времени все может измениться моментально и кардинально: как потребности в конфликтологических компетенциях, так и ключевые запросы, по которым специалистов, обладающих этими компетенциями, будут искать. Вероятно, в качестве альтернативных ключей в будущих исследованиях можно использовать «бизнес-этикет», «деловой этикет», «управление переговорами», «ведение деловой переписки», «посредничество в конфликтах», «организаторские навыки», «внутренние коммуникации», «общение с клиентской командой».

При этом важно понимать, что упоминание той или иной конфликтологической компетенции в тексте вакансии — очень относительный показатель, поскольку невозможно измерить конфликтологические компетенции на собеседовании, достоверно это можно сделать только в процессе работы.

Детализация результатов исследования по специализациям продемонстрировала, что максимальных коммуникативных компетенций требуют такие специализации, как менеджер по продажам и менеджер по работе с клиентами. Конфликтологическая компетенция практически всегда востребована в работе менеджера по работе с партнерами. Это объяснимо тем, что на данной позиции происходит прямое взаимодействие с лицами, принимающими решения. Отдельно стоит отметить потребность в конфликтологических компетенциях в профессии «Директор

по маркетингу и *PR*», поскольку именно руководители чаще всего сталкиваются с конфликтными ситуациями на этапе их решения. В крупнейших городах — Москве и Санкт-Петербурге — потребность в директорах намного выше, поэтому и требования значительно отличаются, и многие работодатели обращали внимание на управление конфликтами как на значимую компетенцию. Также часто упоминаются конфликтологические навыки для описания вакансий менеджеров по маркетингу и рекламе. Им приходится тесно взаимодействовать с людьми, в коллективе, их должность подразумевает общение и коммуникацию, соответственно. Конфликтологические компетенции являются необходимыми.

Конфликтологические компетенции менее востребованы у аналитиков и в креативных специализациях — это копирайтер, редактор, корректор, *SMM*-менеджер, контент-менеджер, дизайнер, художник, чья работа в основном связана с символьными системами, графическими редакторами и пакетами прикладных программ. Данные профессии требуют в большей степени *hard skills* в использовании специфичных инструментов. Конечно, и на этих должностях необходимы конфликтологические компетенции для взаимодействия внутри организации, однако они, по мнению работодателей, не являются перво-степенно важными. Выяснилось, что наименее важны конфликтологические компетенции для арт-директоров и промоутеров — последний факт можно объяснить минимальными требованиями, которые зачастую предъявляются к этим специалистам.

Несмотря на вышесказанное, межличностные и корпоративные коммуникации, по нашему мнению, востребованы и должны оставаться *status quo* в любой профессии, несмотря ни на какие колебания рынка и изменения внешней среды. Как уже описано выше, ведение переговоров и работа в команде являются самыми значимыми компетенциями по всем регионам (суммарная частота упоминаний по всем регионам 14 979 и 14 999 соответственно). Данные компетенции являются базовыми и необходимы практически во всех специализациях в сфере *PR* и рекламы. Они представляют собой мощный инструмент эффективного достижения целей организации и реализации поставленных внутри нее задач.

Формирование компетенций: результаты и обсуждение

Поскольку компетенции являются очень глубоко лежащей и устойчивой частью человеческой личности, то и формирование компетенций (в том числе конфликтологических) является нетривиальной задачей, требующей применения различных подходов.

Понимание природы конфликтов строится на совокупности знаний о них [10]. Сегодня формирование знаний о природе конфликта, о методах управления конфликтными ситуациями, как правило, осуществляется на базе социально-гуманитарных дисциплин с использованием традиционных методов обучения (лекции, семинары).

Обобщая опыт преподавания соответствующих дисциплин в рамках основных и дополнительных образовательных программ, авторы определили роль активных методов обучения в формировании элементов конфликтологической компетентности обучаемых (табл. 2). Навыки анализа ситуации и проектирования эффективных мер по разрешению конфликта могут быть усовершенствованы в рамках анализа кейсов и деловых игр. К активным методам обучения относится организация проектных лабораторий. В рамках данной технологии возможна разработка индивидуальных и групповых проектов. Проектная деятельность формирует не только искомым большинством работодателей умение работать в команде, она развивает особый тип мышления, обеспечивающий человеку возможность адекватно понимать ситуации, возникающие в его профессиональной деятельности, ставить цели, планировать их достижение, принимать решения в ходе их выполнения, прогнозировать и оценивать их возможные последствия. Темы проектов формулируются заранее экспертами или выбираются слушателями самостоятельно в зависимости от сферы профессиональных интересов. Для формирования у обучаемых способности воспроизведения эффективных моделей поведения применяют тренинги (табл. 2).

Таблица 2

Активные методы обучения, эффективно формирующие конфликтологические компетенции

Методы обучения	Формируемые компоненты конфликтологической компетентности
Кейс-метод	<ul style="list-style-type: none"> • умение определить тип конфликта; • навык определения причин конфликта; • навык оценки факторов, влияющих на ход конфликта; • навык оценки интересов и целей участников конфликта; • развитие вариативности мышления при выработке стратегии разрешения конфликта; • способность разрабатывать организационно-методические мероприятия, направленные на профилактику конфликтов; • способность определять подходящее решение профессиональной / коммуникационной проблемы; • способность разрабатывать варианты / сценарии развития конфликтного взаимодействия; • способность разрабатывать мероприятия, направленные на локализацию и разрешение конфликтов; • оценка возможных результатов конфликтного взаимодействия

Методы обучения	Формируемые компоненты конфликтологической компетентности
Деловые и ролевые игры	<ul style="list-style-type: none"> • осознание собственной цели в конфликтном взаимодействии; • сбор данных о конфликте (проверка достоверности информации); • навык оценки и поиска ресурсов для урегулирования конфликта; • преодоление тоннельного видения, выход за пределы ситуации; • выбор наиболее эффективной стратегии поведения в конфликте; • оценка позиции и силы оппонента; • выработка стратегии переговоров; • подготовка к переговорам, анализ информации, формулирование аргументов; • навык взаимодействия с оппонентом в ходе переговоров; • владение приемами ситуационного вмешательства; • умение воспользоваться ситуацией, умение управлять ситуацией, создание определенных условий ситуации; • разъяснение информации и принятых решений; • навык оценки последствий собственных действий в конфликте; • оценка влияния шлейфа конфликта на коммуникации
Тренинги	<ul style="list-style-type: none"> • способность воспроизводить установленные / общепринятые в профессиональном сообществе стандарты поведения и действовать в соответствии со стратегическими установками организации; • владение продуктивными стратегиями преодоления стресса; • владение техниками контроля собственных эмоциональных проявлений; • навык применения технологий посредничества при решении конфликтных ситуаций; • владение навыками ведения переговоров; • владение приемами конструктивной критики
Актуализация прошлого опыта разрешения конфликтов / участия в конфликтах	<ul style="list-style-type: none"> • осознание необходимости анализа конфликтной ситуации; • осознание необходимости разрешения конфликтов; • владение адаптационными техниками и способами реагирования индивидов на стрессовые ситуации; • овладение техниками саморефлексии, самопознания; • мотивация бесконфликтного общения; ориентация на позитивный результат; • готовность к посреднической деятельности, направленной на урегулирование и разрешение конфликтов; • готовность к ведению переговоров в ситуации конфликта; • готовность создавать и поддерживать между людьми атмосферу взаимопонимания и сотрудничества, функционального и социального партнерства

В формировании конфликтологических компетенций деловые игры, хакатоны и мастер-классы стали неотъемлемыми элементами образовательного процесса. Также одним из действенных методов является анализ прошлого опыта разрешения кон-

фликтов или участия в конфликтах. Анализ прошлых конфликтных ситуаций из практики обучаемых позволяет осознать ущербы и потери, негативные последствия конфликтов и сформировать мотивацию к занятию активной позиции в конфликтном взаимодействии, готовность брать на себя ответственность за ход конфликта и возможные результаты принятых решений. Для реализации данного метода применяют групповое обсуждение собственного опыта, ведение дневника конфликтов [23, с. 361–367.]

Эффективным является прием «реверсионная мозговая атака», который обеспечивает высокий уровень вовлеченности обучаемых и дает хорошие результаты по пониманию зоны ограничений в области коммуникативных практик и принимаемых решений. По принципу демонстрации «неправильных» способов поведения построены многие ролевые игры и тренинги (например, тренинги «Деструктивное общение», «Конфликтогены» и «Провокация конфликта»). Высокий отклик у обучаемых вызывает демонстрация видеофрагментов из кинофильмов и сериалов и их групповой разбор: известные студентам материалы и понимание контекста стимулируют активное обсуждение этапов развития конфликта, а также позиций, мотивов, приёмов участников переговоров.

Позитивные результаты дают сессии взаимного (дуального) коучинга, которые могут быть реализованы как очно, так и на основе различных платформ для видеоконференций. Применение в качестве обучающих технологий моделирования ситуаций живого общения и дуального коучинга способствует лучшему познанию себя через познание другого и его мотивов при инициировании конфликта, вариативному восприятию обстоятельств, более результативному соотношению целей, приоритетов и интересов, более точному прогнозированию действий других субъектов конфликта. Также в рамках дуального коучинга появляется возможность примерить на себя и оценить приемлемость различных стратегий конфликтного взаимодействия.

Немаловажно и то, что у современных студентов — поколений «альфа» и зумеров — запрос сформирован не только на обязательное обеспечение их теоретическими знаниями и практическими формами обучения, но и на формирование адекватных средовых факторов — адекватного психологического климата и комфортной среды для обучения [9, с. 232].

Результаты анализа вакансий были дополнены анализом компетенций и трудовых функций специалиста по связям с общественностью, маркетолога и ряда близких по содержанию профессий, что позволяет взглянуть на проблему требований рынка труда

к соискателям с другой стороны — выявить запрос на конфликтологические компетенции на нормативном уровне. Так, нами были отобраны утвержденные профессиональные стандарты и проекты документов, включающие группы занятий 2431 («Специалисты по рекламе и маркетингу») и 2432 («Специалисты по связям с общественностью») по Общероссийскому классификатору занятий.

В профессиональном стандарте маркетолога (утвержден Приказом Министерства труда и социальной защиты российской федерации от 4 июня 2018 г. № 366н) отсутствуют интересующие нас компетенции, но есть ряд трудовых функций, связанных с разработкой и реализацией коммуникационной политики компании (разработка и проведение коммуникационных кампаний в организации; формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации и пр.). Проект профстандарта специалиста по связям с общественностью разработан некоммерческим партнерством «РАСО — связи с общественностью», но до текущего момента еще не утвержден. В соответствии с приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512 образовательные организации, реализующие программы подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» должны учитывать содержание профессиональных стандартов «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н. Стоит отметить, что содержание профессиональной деятельности перечисленных выше специалистов и стоящие перед ними задачи существенно отличаются от задач и функционала специалиста по связям с общественностью. Тем не менее, анализируя содержание профстандарта «Специалист по информационным ресурсам», мы наблюдаем описание навыков по модерированию обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях (снижение негативных реакций, поддержание дружелюбной тональности в комментариях к официальным сообщениям организации и пр.). В целом сложившаяся ситуация однозначно требует утверждения профильных профессиональных стандартов («Специалист по связям с общественностью» и «Специалист по рекламе»). Утверждение этих документов обеспечит четкие ориентиры для сферы образования в процессе подготовки конкурентоспособных специалистов.

Заключение

Развитие конфликтологической компетенции необходимо студентам вне зависимости от ступени обучения и направления образовательной программы. В современном мире практически любая профессия — это взаимодействие с людьми, а там, где есть взаимоотношения, есть риски возникновения конфликтных ситуаций. Любая профессиональная среда, а в области рекламы и PR особенно, характеризуется конфликтогенностью. Именно поэтому помощь студентам в получении профессиональных знаний, в развитии личности, в познании функциональных задач профессии и в осознании собственной роли в ней позволит будущим выпускникам стать более востребованными специалистами, достигать более совершенных результатов, добиваться более выгодных условий для своей компании, минимизировать вред от конфликтов и относиться к действиям другой стороны с объективным пониманием, а также эффективно управлять конфликтом в тех случаях, когда их не удается избежать.

Одним из перспективных путей по формированию у студентов конфликтологических компетенций является междисциплинарная и внутриведомственная интеграция, интеграция воспитательной среды, которая предполагается современной педагогической наукой. Гуманитарные и социально-экономические дисциплины способствуют формированию у будущих

выпускников общей и профессиональной культуры, научного мировоззрения, вооружают студентов знаниями, которые помогают понять смысловую сторону жизни, найти свое место в обществе, преодолеть личностные проблемы, выходить из конфликтных ситуаций, умело контактировать с другими людьми, одним словом, понять и приумножить человеческие ценности и решать профессиональные задачи [1, с. 571]. Это требует закладывания нового фундамента обучения будущих специалистов — междисциплинарного сознания, при котором история науки и культуры должна освещаться в едином познавательном контексте, смоделированном на широкой основе.

При формировании учебных планов и составлении ООП каждой образовательной организации следует учитывать актуальные запросы работодателей и современные профессиональные стандарты. При этом следует четко формулировать название дисциплин, уделять внимание их анонсированию и позиционированию. В данном контексте важно понимать, что каждая из дисциплин является своеобразным брендом, от привлекательности которого в настоящем будет зависеть вовлеченность студентов в процесс обучения, а в будущем — успешность выпускников на профессиональной ниве. Дисциплины, направленные на формирование конфликтологических компетенций, содержательно должны отвечать требованиям времени и запросам работодателей.

Литература

1. Александрова Л.М. Содержание и организация работы преподавателя по формированию у студентов конфликтологических компетенций [Текст] / Л.М. Александрова, Л.У. Жданова // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 5. — С. 571–571. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32664458&ysclid=17kfts6m6v365560874>
2. Алексеев О.А. Конфликтологическая компетенция в новой управленческой парадигме [Текст] / О.А. Алексеев // International Scientific and Practical Congress of Economists and Lawyers. — 2015. — С. 105–109. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=17915269&ysclid=17kfqeu8qv192214184>
3. Баязитов С.Б. Формирование социально-гуманитарной компетенции в современной системе подготовки педагогических кадров [Текст]: учеб. пособие / С.Б. Баязитов, Д.С. Василина, Е.Д. Жукова; под науч. ред. В.Л. Бенина. — 3-е изд., стер. — М.: Флинта, 2021. — 247 с. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1309094>
4. Богданова Н.Ю. Опportunистическое поведение: к формулировке понятия [Текст] / Н.Ю. Богданова // Logos et Praxis. — 2009. — № 2. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opportunisticheskoe-povedenie-k-formulirovke-ponyatiya>
5. Каплан Р. Сбалансированная система показателей [Текст] / Р. Каплан, Д. Нортон. — М.: Олимп-бизнес, 2004.
6. Красиков О.А. Опportunизм и трудовой опportunизм работников: общие и специфические черты, причины проявления [Текст] / О.А. Красиков, И.В. Рощина // Вестник Томского государственного университета. Экономика. — 2018. — № 42. — С. 119–128. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opportunizm-i-trudovoy-opportunizm-rabotnikov-obshchie-i-spetsificheskie-cherty-prichiny-proyavleniya>
7. Лебедева В. NMI Group прогнозирует падение рекламного рынка более чем на 50% в 2022 году [Текст] / В. Лебедева. — 23.03.2022. // Коммерсантъ. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5259345> (дата обращения: 04.08.2022).
8. Мельникова И.Ю. О роли коммуникаций при внедрении и реализации клиентоориентированного подхода в деятельность компании [Текст] / И.Ю. Мельникова // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. — 2018. — Т. 7. — № 2. — С. 68–73. URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=330850&ysclid=17kfvqi770115534272>
9. Мельникова И.Ю. Новая коммуникационная реальность: конфликтологическая компетентность современного специалиста [Текст] / И.Ю. Мельникова, Т.А. Черкащенко // Инженеры смыслов в новой реальности: тренды и практики коммуникационной индустрии: коллективная монография / под ред. М.С. Арканниковой. — СПб.: Политех-пресс, 2022. — 310 с.
10. Морозов А.В. Формирование компетенции «Управление конфликтом» (Conflict Management) [Текст] / А.В. Морозов // Вестник СПбГУ. Серия 16 «Психология. Педагогика». — 2012. — № 3. — С. 65–75.
11. Нефедова П.С. Подходы к созданию HR-бренда [Текст] / П.С. Нефедова, М.С. Сафонова // E-Scio. — 2020. — № 9. — С. 155–173. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-sozdaniyu-hr-brenda?ysclid=17kffkmhyw261014492>
12. Османова З.О. Сущность понятия «компетенции персонала» [Текст] / З.О. Османова // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. — 2016. — № 1. — С. 133–137. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-ponyatiya-kompetentsii-personala?ysclid=17kfrjzbsz495507561>

13. Петрова Т.А. Этапы становления компетентного подхода [Текст] / Т.А. Петрова // Вестник Академии знаний. — 2016. — № 4. — С. 59–69. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etapy-stanovleniya-kompetentnogo-podhoda?ysclid=l7kfkdmzo864676438>
14. Пискунова Е.Е. Модели клиентоориентированного бизнеса [Текст] / Е.Е. Пискунова, И.Ю. Мельникова // Kant. — 2018. — № 3. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modeli-klientoorientirovannogo-biznesa>
15. Полянская М.А. Компетенции и компетентность персонала: взаимосвязь понятий [Текст] / М.А. Полянская // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». — 2005. — № 2. — С. 69–74. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kompetentsii-i-kompetentnost-personala-vzaimosvyaz-ponyatiy>
16. Радаев В.В. Миллениалы: Как меняется российское общество [Текст] / В.В. Радаев; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики», 2020. — 2-е изд. — М.: Изд-во Высшей школы экономики, 2020. — 224 с.
17. Стратегические коммуникации [Текст]: учеб. пособие для магистрантов / А.Д. Кривоносов [и др.]; под общ. ред. А.Д. Кривоносова. — СПб.: Изд-во СПбГУЭ, 2016. — 127 с.
18. Уидетт С. Руководство по компетенциям [Текст] / С. Уидетт, С. Холлифорд. — М.: НИРО, 2008. — 240 с.
19. Управление компетенциями: структура, институты, механизмы [Текст]: монография / под общ. ред. Р.М. Нижегородцева, С.Д. Резника. — М.: ИНФРА-М, 2021. — 208 с. — DOI: 10.12737/16541. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1515074>
20. Филясова Ю.А. Перфекционизм личности в социально-трудовых отношениях [Текст] / Ю.А. Филясова // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. — 2021. — № 1. — С. 23–28. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perfektsionizm-lichnosti-v-sotsialno-trudovyh-otnosheniayah?ysclid=l7kfhwdead173956380>
21. Финогеева А.И. Формирование механизма управления ключевыми стейкхолдерами корпорации [Текст] / А.И. Финогеева. — М., 2019.
22. Хуснулина А.Р. Исследование внешней и внутренней клиентоориентированности организаций [Текст] / А.Р. Хуснулина, И.Ю. Мельникова // Актуальные проблемы экономики и управления в XXI веке: сб. науч. статей. Ч. 1. — Новокузнецк: Сиб. гос. индустр. ун-т, 2017.
23. Шабанова Т.Л. Психолого-педагогические условия обучения студентов-педагогов дополнительным компетенциям по управлению конфликтами в образовательном процессе (в рамках стратегической инициативы вуза «Педагог будущего») [Текст] / Т.Л. Шабанова [и др.] // Проблемы современного педагогического образования. — 2017. — № 56-7. — С. 361–367. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-kompetentsii-upravlenie-konfliktom-conflict-management?ysclid=l7kfsosn2f83352462>
24. Ярыгин О.Н. Структура интеллектуальной компетентности и её тестирование [Текст] / О.Н. Ярыгин // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. — 2011. — № 2.
25. Boyatzis R.E. (1982). *The Competent Manager: A Model for Effective Performance*. John Wiley & Sons, New York, NY.
26. Christophe A.O. Assamoi. Core Competencies Development among Science and Technology (S&T) College Students and New Graduates. *American Journal of Educational Research*. 2015. Vol. 3. No. 9, pp. 1077–1084. URL: <http://pubs.sciepub.com/education/3/9/3>
27. Krevisky J., Jordan L.I. (1994). *Webster Encyclopedia Unabridged Dictionary of the English Language*. New Jersey: Gramery Book Inc. Publishers.
28. McLagan P.A. *Models for Excellence*, The American Society for Training and Development, 1983, Washington, DC.
29. Parry S.B. (1996). The quest for competencies. *Training*, 33(7).
30. Short Ed.C. *Competence: inquiries into its meaning and acquisition in educational settings* / Ed. by Ed.C. Short. Lanham: University Press of America, 1984. V-VI. 185 p.
31. Ulrich D., Jick T., Von Glinow M. (1993). High impact learning: building and diffusing learning capability. *Organizational Dynamics*, Autumn, p. 52–60.

References

1. Aleksandrova L.M., Zhdanova L.U. (2015) Content and organization of teachers on the formation of students conflictological competence // *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya* [Modern problems of science and education]. № 5. Pp. 571–571. (In Russian)
2. Alekseev O.A. (2015) Conflictological competence in the new management paradigm // *International Scientific and Practical Congress of Economists and Lawyers*. Pp. 105–109. (In Russian)
3. Bayazitov S.B. (2021) Formation of social and humanitarian competence in the modern system of training of pedagogical personnel: textbook. Moscow: Flinta publishing house. 247 p. (In Russian)
4. Bogdanova N.Yu. (2009) Opportunistic behavior: formulation of the concept // *Logos et Praxis*. № 2. (In Russian)
5. Kaplan P., Norton D. (2004) *Balanced scorecard*. M.: Olimp-biznes [Publishing house Olimp-business]. 210 p. (In Russian)
6. Krasikov O.A., Roshchina I.V. (2018) Opportunizm i trudovoj opportunizm rabotnikov: obshchie i specificheskie cherty, prichiny proyavleniya [Opportunism and labor opportunism of workers: General and specific features, causes of manifestation]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika*. Tomsk State University Journal of Economics, 2018, no. 42, pp. 119–128. DOI: 10.17223/19988648/42/8 (In Russian)
7. Lebedeva V. (2022) NMI Group predicts a drop in the advertising market by more than 50% in 2022. 23.03.2022. «Kommersant». URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5259345> (data obrashcheniya: 04.08.2022). (In Russian)
8. Melnikova I.Y. (2018) The role of communications in the implementation and implementation of a client-oriented strategy. *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Sovremennaya kommunikativistika* [Scientific research and development. Modern communication science]. T. 7. № 2. Pp. 68–73. DOI: 10.12737/article_5ab4e29da400a4.49154244 (In Russian)
9. Melnikova I.Y., Cherkashchenko T.A. (2022) New Communication Reality: Conflictological Competence of a Modern Specialist // *Inzhenerny smyslov v novoj real'nosti: trendy i praktiki kommunikacionnoj industrii* [Engineers of meanings in the new reality: trends and practices of the communication industry]: Monograph. SPbPU (In Russian)
10. Morozov A.V. (2012) Formation of the competence “Conflict management” // *Vestnik SPbGU. Seriya 16: Psikhologiya. Pedagogika* [Bulletin of St. Petersburg University. Series 16: Psychology. Pedagogy]. № 3. Pp. 65–75. (In Russian)
11. Nefedova P.S., Safonova M.S. (2020) Approaches to creating an hr brand // *E-Scio*. 2020. № 9. Pp. 155–173. (In Russian)
12. Osmanova Z.O. (2016) The essence of conception «personnel competence» // *Nauchnyi vestnik: finansy, banki, investitsii* [Scientific Bulletin: finance, banks, investments]. No. 1. Pp. 133–137. (In Russian)
13. Petrova T.A. (2016) Stages of formation of a competency-based approach // *Vestnik Akademii znaniy* [Bulletin of the Academy of Knowledge]. № 4. Pp. 59–69. (In Russian)
14. Piskunova E.E., Melnikova I.Y. (2018) The models of client-oriented business // *Kant*. 2018. № 3. (In Russian)
15. Polyanskaya M.A. (2005) Competence and competence of the staff: relationship of concepts // *Vestnik Omskogo universiteta. Seriya «Ekonomika»* [Bulletin of Omsk University. Series “Economics”]. № 2. Pp. 69–74. (In Russian)
16. Radaev V. (2020) *Millennials: How Russian society is changing*. 2-e izd. M.: Izd. dom Vysshei shkoly ekonomiki. Moscow: [Publishing House HSE]. 224 p. (In Russian)
17. *Strategic communications: textbook. allowance for undergraduates* (2016) / A.D. Krivonosov [et al.]; ed. by A.D. Krivonosov. SPb.: Izd-vo SPbGUE [Publishing house St. Petersburg State University of Economics], 2016. 127 p. (In Russian)

18. Uidett S., Kholliford S. (2008) Competency Guide. M.: NIRRO, 2008. 240 p.
19. Nizhegorodtsev R.M., Reznik S.D. (2021) *Upravlenie kompetentsiyami: struktura, instituty, mekhanizmy* [Competency Management: Structure, Institutions, Mechanisms]. Moscow: INFRA-M. 208 p. DOI: 10.12737/16541. (In Russian)
20. Filyasova Yu. A. (2021) Perfectionism in social and labour relations // *Teleskop: zhurnal sotsiologicheskikh i marketingovykh issledovaniy* [Telescope: Journal of Sociological and Marketing Research]. № 1. Pp. 23–28. DOI: 10.51692/1994-3776_2021_1_23.
21. Finogeeva A.I. (2019) Formation of a mechanism for managing key stakeholders of the corporation. Moscow. 208 p. (In Russian)
22. Khusnulina A.R. (2017) Research of external and internal customer orientation of organizations // *Aktual'nye problemy ekonomiki i upravleniya v XXI veke: sb. nauch. statei. Ch. 1* [Actual problems of economics and management in the XXI century: a collection of scientific. articles. Part 1]. Novokuznetsk: Sib. gos. industr. un-t. (In Russian)
23. Shabanova T.L. et al. (2017) Psychological and pedagogical conditions for training of students-teachers with additional competences for controlling conflicts in the educational process (within the framework of the strategic initiative of the "PEDAGOGUE OF THE FUTURE" HIGH SCHOOL) // *Problemy sovremenogo pedagogicheskogo obrazovaniya* [Problems of Modern Pedagogical Education]. № 56-7. Pp. 361–367. (In Russian)
24. Yarygin O.N. (2011) Structure of intellectual competence and its testing. *Vektor nauki Tol'yattinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Vector of Science of Togliatti State University]. № 2. (In Russ Russian)
25. Boyatzis R.E. (1982). *The Competent Manager: A Model for Effective Performance*. John Wiley & Sons, New York, NY.
26. Christophe A.O. Assamoi. (2015) Core Competencies Development among Science and Technology (S&T) College Students and New Graduates. *American Journal of Educational Research*. Vol. 3, No. 9, pp. 1077–1084. DOI: 10.12691/education-3-9-3.
27. Krevisky J., Jordan L.I. (1994). *Webster Encyclopedia Unabridged Dictionary of the English Language*. New Jersey: Gramery Book Inc. Publishers.
28. McLagan P.A. (1983) *Models for Excellence*, The American Society for Training and Development, Washington, DC.
29. Parry S. B. (1996). The quest for competencies. *Training*, 33(7).
30. Short Ed.C.(1984) *Competence: inquiries into its meaning and acquisition in educational settings* / Ed. by Ed.C. Short. Lanham: University Press of America, V-VI. 185 p.
31. Ulrich D., Jick T., Von Glinow M. (1993). High impact learning: building and diffusing learning capability. *Organizational Dynamics*. URL: [http://dx.doi.org/10.1016/0090-2616\(93\)90053-4](http://dx.doi.org/10.1016/0090-2616(93)90053-4)