

УДК 159.9

DOI: 10.34670/AR.2023.67.61.012

Эмоциональная культура как основа профессиональной компетентности PR-специалиста

Курилов Сергей Николаевич

Кандидат философских наук,
доцент кафедры рекламы, связей с общественностью,
Национальный исследовательский университет «МЭИ»,
111250, Российская Федерация, Москва, ул. Красноказарменная, 14;
e-mail: KurilovSN@mpei.ru

Родин Алексей Борисович

Директор Гуманитарно-прикладного института,
доцент кафедры рекламы, связей с общественностью и лингвистики,
Национальный исследовательский университет «МЭИ»,
111250, Российская Федерация, Москва, ул. Красноказарменная, 14;
e-mail: RodinAB@mpei.ru

Сергеева Ольга Александровна

Доктор педагогических наук,
профессор кафедры рекламы, связей с общественностью,
Национальный исследовательский университет «МЭИ»,
111250, Российская Федерация, Москва, ул. Красноказарменная, 14;
e-mail: SergeevaOA@mpei.ru

Аннотация

Данная статья посвящена изучению особенностей профессиональной компетентности будущего PR-специалиста, которая основана на эмоциональной культуре. Подробно описаны компоненты эмоциональной культуры, включая эмоциональный интеллект, который позволяет PR-специалисту применять социальный опыт и удовлетворять собственные потребности. Выявлены и определены особенности эмоциональной культуры, которая лежит в основе профессиональной компетентности PR-специалиста. Также рассмотрены ценностные ориентации будущих специалистов в сфере PR-деятельности. Применение коммуникативно-диагностического метода для изучения эмоциональной культуры будущих PR-специалистов обосновано. Это позволяет создать профессиональное окружение, где специалисты смогут эффективно осуществлять свою деятельность. Статья посвящена также рассмотрению специфики профессиональной компетентности будущего PR-специалиста, в основе которой лежит эмоциональная культура. Описаны компоненты эмоциональной культуры, в том числе эмоциональный интеллект, позволяющий специалисту по связям с общественностью реализовать ранее полученный социальный опыт и собственные потребности.

Для цитирования в научных исследованиях

Курилов С.Н., Родин А.Б., Сергеева О.А. Эмоциональная культура как основа профессиональной компетентности PR-специалиста // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. 2023. Т. 12. № 10А. С. 121-127. DOI: 10.34670/AR.2023.67.61.012

Ключевые слова

Профессиональная компетентность, эмоциональная культура, компетентностный подход, PR-деятельность, эмоциональный интеллект, связи с общественностью, коммуникативно-диагностический метод, социальный опыт, ценности, социальная ответственность.

Введение

Стратегическая цель современного этапа развития образования определяется формированием личности с определенным уровнем культуры [Выготский, 1991]. Понятие культуры приобретает особую трактовку в связи с подготовкой PR-специалистов, в деятельности которых заметно присутствует социально-психологическая проблематика взаимопонимания и убеждения. Формирование личностных ориентаций и механизмов развития соответствующих качеств у специалистов в области PR-деятельности подразумевает наличие не только определенных знаний, но и культурного потенциала.

Понятие «паблик рилейшнз» на сегодняшний день занимает важное место в любой компании. PR-деятельность – необходимый элемент продвижения компании, которая заинтересована в усовершенствовании бренда и своей узнаваемости на рынке схожих услуг или товаров. Анализ существующих подходов позволил определить PR-деятельность как сферу менеджмента, в которой формируется коммуникативная среда компании, сфера взаимодействия между людьми как внутри, так и во вне организации.

Использование эмоциональной составляющей способствует созданию доверительных отношений, что в конечном итоге приводит к долгосрочному сотрудничеству организации с клиентами, потребителями, партнерами [Изард, 1999].

Основная часть

Поскольку часто объектом воздействия PR-специалистов выступает человек, то большое значение приобретает речевое воздействие, осуществляемое при помощи использования различных речевых средств. Речевое воздействие представляет собой влияние на сознание и поведение конкретного человека или общества в целом. В зависимости от коммуникативных задач, PR-специалист выбирает речевые средства, соответствующие ситуации общения, и использует приемы, способствующие их эффективному применению. К таким приемам относятся техника рассеивания, персеверации, обращение к авторитету и другие. Речевое воздействие позволяет привлечь внимание потенциальной аудитории, стимулировать интерес и обеспечить запоминание сообщений клиентами.

Коммуникативно-речевые тактики, актуализирующие эмоциональную составляющую,

включают прежде всего убеждение и внушение [Вилюнас, 2016]. Эффективность данных тактик связана с эмоциональной культурой, с понятием культуросообразности.

Реализация культурного потенциала PR-специалиста осуществляется в процессе коммуникации, под которой понимается обмен различной информацией посредством вербальных (речевых) и невербальных (внеязыковых) средств, форма взаимодействия между людьми [Гоулман, 2008]. В PR-деятельности процесс коммуникации осуществляется через обмен информацией, на основе которой PR-специалисты получают знания, необходимые для принятия эффективных решений.

Конкурентоспособность, так же, как важный социальный навык, входит в перечень профессиональных и личных качеств, составляющих основу компетентности, которая позволяет добиться качественных результатов в профессиональной деятельности.

Приказ Минобрнауки России от 26 ноября 2020 г. № 1456 определяет компетенции, которые должна включать программа бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, в том числе общепрофессиональные компетенции, среди которых ОПК-7. В соответствии с данной компетенцией, PR-специалист должен «учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности» [Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 26.11.2020 № 1456, [www](http://www.gov.ru)]. Данный этический принцип предполагает, что в своей профессиональной деятельности PR-специалисту необходимо учитывать не только интересы индивидов или организаций, с которыми он сотрудничает, но и интересы, ценности и цели широких социальных групп и общества в целом.

В основе данного принципа лежит понимание специфики социализации как взаимодействия индивида и социума. Социализация включает два основных направления: социальную адаптацию и социальную автономию. В процессе социальной адаптации человек адаптируется к социальным условиям существования, основанным на социокультурных нормах. Принимая социокультурные нормы в собственную систему ценностей, соглашаясь с ними или отвергая их, человек реализует социальную автономию, проявляет собственную индивидуальность. При интеграции этих направлений возникает социальная ответственность, которая основана на системе нравственных отношений, мотивов действия, чувств и сознания. Конкретное наполнение этой модели зависит от специфики развития общества, от того, как трактуются понятия «добро» и «зло», как понимается «высшее благо».

Социальные и моральные обязательства принято рассматривать в парадигме четырех уровней ответственности: кономическая ответственность (приносить прибыль); правовая ответственность (следование закону); этическая ответственность (следование моральным принципам общества); социальная ответственность (способствование благосостоянию и повышению качества жизни).

Различают три подхода к социальной ответственности: 1) традиционный [Майер, 2001]; 2) этический [Bar-On, 1997]; 3) социально-этический [Mayer D., Salovey P., Caruso, 2004].

При этом можно определить следующие принципы социальной ответственности, которые реализует PR-специалист в своей профессиональной деятельности: 1) принцип регулярности; 2) принцип партнерства; 3) принцип социальных проб; 4) принцип способствования; 5) принцип перспективности.

Каждый из вышеназванных принципов социальной ответственности предполагает наличие

комплекса сформированных компетенций, в который входят как универсальные, так и общепрофессиональные компетенции [Wethington, Kessler, 1991].

В широком смысле компетенцию можно рассматривать как желание и готовность использовать полученные знания, реализовать сформированные навыки и развитые личностные качества для успешного решения различных задач в PR-деятельности. Это существенная разница между компетентностным подходом и квалификационным подходом, который долгое время считался решающим. Квалификационный подход основан на профессиональных знаниях, навыках и умениях. Однако не учитывалось то обстоятельство, что одни и те же профессиональные знания, одни и те же навыки и умения могут проявляться по-разному в зависимости от того, какими личностными характеристиками обладает специалист. Компетентностный подход позволяет восполнить этот пробел. Среди факторов, определяющих профессиональную компетентность PR-специалиста, помимо профессиональной подготовки, большое значение имеют индивидуальные характеристики PR-специалиста, к которым относится эмоциональная культура, реализуемая в процессе коммуникаций.

В сфере связей с общественностью существуют различные виды коммуникаций. Коммуникативно-диагностический метод, основанный на функциональном подходе к коммуникативной компетентности, позволяет классифицировать виды коммуникаций, осуществляемых будущим PR-специалистом, выделить информативные, интерактивные и перцептивные виды. Особое место занимает выразительная функция – функция взаимопонимания, переживаний и эмоциональных состояний. Реализация этой функции позволяет PR-специалисту эффективно влиять на потребителя, создавать рекламное сообщение для любого канала коммуникации.

Профессиональная компетентность PR-специалиста подразумевает не только понимание сущности процессов управления, наличие компетентности в управлении людьми, в подборе персонала, но и умение оценивать собственную деятельность исходя из текущей ситуации и стратегических задач [Карпов, 2018]. Это требует создания индивидуальных профилей компетенций определенного формата, включая, среди прочего, эмоциональную компетенцию.

Под эмоциональной компетентностью мы понимаем знание человека об эмоциях, понимание эмоциональных типажей, эмоциональных реакций, наличие практических навыков, которые позволяют нам идентифицировать личность при общении, анализировать содержание коммуникации, трансформировать одну форму коммуникации в другую [Гоулман, 2008]. Эмоциональная компетентность – один из ключевых составляющих профессионально-практической компетентности будущего PR-специалиста. Эмоциональная компетентность способна проявиться, окончательно сформироваться и закрепиться как навык только в процессе накопления опыта в рамках профессиональной деятельности, но ее базовые элементы – специальные знания, индивидуальные качества и др. – могут быть сформированы в процессе обучения в вузе.

Согласно актуальным социологическим исследованиям, в списке требований потенциальных работодателей к кандидатам, помимо наличия высшего или среднего профессионального образования, присутствуют определенные личностные качества, в частности стрессоустойчивость, умение прогнозировать ситуацию, коммуникативные навыки и т.д. Большинство этих личных качеств связано с эмоциональной культурой.

Представляют интерес результаты проведенного социологического исследования в

Национальном исследовательском университете «МЭИ» в 2021-2022 г. Центром прикладных социологических исследований МЭИ, направленного на изучение отношения студентов к эмоциональной культуре как профессионально значимому качеству, необходимому для успешной профессиональной деятельности PR-специалиста. Большинство респондентов (93%) отметили необходимость воздействия на эмоциональное состояние потребителей для увеличения количества продаж товаров или услуг. Доброжелательность и сопереживание, по их мнению, способствует долгосрочному сотрудничеству. Треть респондентов (34%) считают, что эмоциональная культура является их личностно значимым качеством. При этом 73% респондентов считают себя толерантными к другим культурам, 66% респондентов считают себя общительными. Респонденты придают особое значение профессионализму. Умение контролировать собственные эмоции, являющееся частью эмоциональной культуры, рассматривается большинством респондентов (81%) как необходимое условие эффективной PR-деятельности.

Заключение

PR-специалист в своей профессиональной деятельности осуществляет коммуникативное взаимодействие, направленное на установление доверительных, эмоционально окрашенных отношений с потребителем, клиентом, партнером. Осуществляя аналитическую деятельность, предоставляя необходимую информацию, он демонстрирует профессиональную компетентность. Наиболее распространенная модель профессиональной компетентности студента в сфере PR включает следующие блоки: содержательный, процедурный и эффективный. Каждый из них связан с эмоциональной культурой, поскольку определяет эмоциональную направленность типа, стиля и методов профессионального поведения и деятельности PR-специалистов.

Компетентностный подход к подготовке PR-специалистов, направленный на формирование компетенций, в том числе эмоциональной, основанной на эмоциональной культуре, позволяет подготовить специалиста, способного не только решать производственные задачи в соответствии с профессиональными требованиями, но и выступать в роли предмета собственного профессионального развития.

Библиография

1. Вилюнас В. Психология эмоций. СПб.: Питер, 2016. 496 с.
2. Выготский Л.С. Педагогическая психология. М.: Педагогика, 1991. 480с.
3. Гоулман Д. Эмоциональный интеллект. М.: АСТ; Хранитель, 2008. 478 с.
4. Деревянко С.П. Роль эмоционального интеллекта в процессе социально-психологической адаптации студентов // Инновационные образовательные технологии. 2007. № 1 (9). С. 92-95.
5. Изард К. Психология эмоций. СПб.: Питер, 1999. 464 с.
6. Карпов А.В. Психология менеджмента. М.: Гардарики, 2018. 584 с.
7. Майер Г. Психология эмоционального мышления // Гиппенрейтер Ю.Б., Петухов В.В. (ред) Хрестоматия по общей психологии. Психология мышления. М.: Изд-во МГУ, 2001. С. 123-129.
8. О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования: приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 26.11.2020 № 1456 (зарегистрирован 27.05.2021 № 63650) // СПС «КонсультантПлюс».
9. Bar-On R. Emotional Intelligence Inventory (EQ-i): Technical Manual. Toronto, Canada: Multi-Health Systems, 1997. 124 p.
10. Mayer D., Salovey P., Caruso D. Emotional intelligence: Theory, Findings and Implications // Psychological Inquiry.

2004. Vol. 15. No. 3. P. 197-215.

11. Wethington E., Kessler R.C. Situations and processes of coping // The social context of coping. New York: Plenum Press, 1991. P. 13-29.

Emotional culture as the basis of professional competence of a PR specialist

Sergei N. Kurilov

PhD in Philosophy,
Associate Professor of the Department of advertising and public relations,
National Research University "MPEI"
111250, 14 Krasnokazarmennaya str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: KurilovSN@mpei.ru

Aleksei B. Rodin

Director of the Humanitarian and Applied Institute,
Associate Professor of the Department of advertising, public relations
and linguistics
National Research University "MPEI"
111250, 14 Krasnokazarmennaya str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: RodinAB@mpei.ru

Ol'ga A. Sergeeva

Doctor of Pedagogy,
Professor of the Department of advertising and public relations,
National Research University "MPEI"
111250, 14 Krasnokazarmennaya str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: SergeevaOA@mpei.ru

Abstract

This article is devoted to studying the features of the professional competence of a future PR specialist, which is based on emotional culture. The article describes in detail the components of emotional culture, including emotional intelligence, which allows a PR specialist to apply social experience and meet their own needs. Features of emotional culture, which underlies the professional competence of a PR specialist, are identified and defined. The value orientations of future specialists in the field of PR activities are also considered. The use of the communicative diagnostic method to study the emotional culture of future PR specialists is justified. This allows you to create a professional environment where specialists can effectively carry out their activities. The article is also devoted to consideration of the specifics of the professional competence of the future PR specialist, which is based on emotional culture. The article describes the components of emotional culture, including emotional intelligence, which allows a public relations specialist to realize previously acquired social experience and his own needs.

For citation

Kurilov S.N., Rodin A.B., Sergeeva O.A. (2023) Emotsional'naya kul'tura kak osnova professional'noy kompetentnosti PR-spetsialista [Emotional culture as the basis of professional competence of a PR specialist]. *Psikhologiya. Istoriko-kriticheskie obzory i sovremennye issledovaniya* [Psychology. Historical-critical Reviews and Current Researches], 12 (10A), pp. 121-127. DOI: 10.34670/AR.2023.67.61.012

Keywords

Professional competence, emotional culture, competence-based approach, PR activities, emotional intelligence, public relations, communicative diagnostic method, social experience, values, social responsibility.

References

1. Bar-On R. (1997) *Emotional Intelligence Inventory (EQ-i): Technical Manual*. Toronto, Canada: Multi-Health Systems.
2. Derevyanko S.P. (2007) Rol' emotsional'nogo intellekta v protsesse sotsial'no-psikhologicheskoy adaptatsii studentov [The role of emotional intelligence in the process of socio-psychological adaptation of students]. *Innovatsionnye obrazovatel'nye tekhnologii* [Innovative educational technologies], 1 (9), pp. 92-95.
3. Goleman D. (2008) *Emotsional'nyy intellekt* [Emotional intelligence]. Moscow: ACT; Khranitel' Publ.
4. Izard K. (1999) *Psikhologiya emotsiy* [Psychology of emotions]. Saint Petersburg: Piter Publ.
5. Karpov A.V. (2018) *Psikhologiya menedzhmenta* [Psychology of management]. Moscow: Gardariki Publ.
6. Mayer D., Salovey P., Caruso D. (2004) Emotional intelligence: Theory, Findings and Implications. *Psychological Inquiry*, 15 (3), pp. 197-215.
7. Mayer G. (2001) Psikhologiya emotsional'nogo myshleniya [Psychology of emotional thinking]. In: Gippenreyter Yu.B., Petukhov V.V. (eds) *Khrestomatiya po obshchey psikhologii. Psikhologiya myshleniya* [Reader on general psychology. Psychology of thinking]. Moscow: Publishing House of Moscow State University, pp. 123-129.
8. O vnesenii izmeneniy v federal'nye gosudarstvennye obrazovatel'nye standarty vysshego obrazovaniya: prikaz Ministerstva nauki i vysshego obrazovaniya Rossiyskoy Federatsii ot 26.11.2020 № 1456 (zaregistrovan 27.05.2021 № 63650) [On amendments to the federal state educational standards of higher education: Order of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation No. 1456 of November 26, 2020 (registered May 27, 2021 No. 63650)]. *SPS «Konsul'tantPlyus»* [SPS Consultant].
9. Vilyunas V. (2016) *Psikhologiya emotsiy* [Psychology of emotions]. Saint Petersburg: Piter Publ.
10. Vygotskiy L.S. (1991) *Pedagogicheskaya psikhologiya* [Pedagogical psychology]. Moscow: Pedagogika Publ.
11. Wethington E., Kessler R.C. (1991) Situations and processes of coping. *The social context of coping*. New York: Plenum Press, pp. 13-29.