

УДК 316.77:336.747

А. А. Мельниченко, А. П. Киричок

ДО ПИТАННЯ ВДОСКОНАЛЕННЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ СИСТЕМИ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ У СФЕРІ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

У статті йдеться про проблеми, пов'язані з питанням підготовки кваліфікованих кадрів для галузі зв'язків з громадськістю. Порушено питання про рівень підготовки фахівців на теренах вітчизняної освіти. Розглянуто причини такої ситуації. Запропоновано шляхи вдосконалення системи підготовки фахівців зі зв'язків з громадськістю.

Ключові слова: освіта, система підготовки, PR-освіта, спеціалісти зі зв'язків з громадськістю.

I. Вступ

Для сучасного українського суспільства характерними є суперечливі соціальні, економічні і, особливо, політичні процеси. На цьому тлі знову постають проблеми ефективного функціонування інформаційного суспільства та економіки знань, а відтак, виникає питання активного й раціонального застосування нових інформаційних технологій. Існуючі соціокультурні орієнтири впливають на формування нових напрямів у державній політиці, пов'язаній з визначенням необхідності підготовки фахівців, покликаних ефективно вирішувати питання врегулювання серйозних проблем і суперечностей сучасного українського суспільства. Одним з напрямів розв'язання складних суперечностей суспільного розвитку є формування громадської думки з метою створення в суспільстві атмосфери взаєморозуміння та злагоди. Таке завдання може сьогодні покладатися, зокрема, на фахівців із зв'язків з громадськістю. Наявна практика діяльності фахівців вказаного профілю свідчить про серйозні недоліки в підготовці, яка, зрештою, виливається в програші в інформаційних війнах, підвищенні соціального напруження тощо.

II. Постановка завдання

Мета статті – окреслити основні проблеми системи професійної підготовки фахівців зі зв'язків з громадськістю в Україні та узагальнено сформулювати критерії якості цього процесу. Об'єкт дослідження – вітчизняна система підготовки фахівців зі зв'язків з громадськістю. Предмет дослідження – функціональність та дисфункціональність системи підготовки фахівців зі зв'язків з громадськістю.

III. Результати

Вітчизняна система освіти потребує кардинального переосмислення з усіх точок зору, це стосується підходів до підготовки кадрів з різних дисциплін, зокрема фахівців зі зв'язків з громадськістю. Сьогодні перший крок до цього на рівні всієї системи вищої освіти зроблено – ухвалено Закон України

“Про вищу освіту”, який покликаний демократизувати освітню сферу й зробити її більш конкурентоспроможною. Оскільки Україна зараз переживає кардинальні зміни в економічній і соціальній сферах, перед державою постають нові виклики XXI ст. [9], зокрема, такі як уміння навчити та підготувати нові якісні кадри PR. Нинішні підходи до вивчення цього питання потребують широкого переосмислення досягнень у галузі PR для того, щоб можна було визначити нові напрями покращення та вдосконалення в підготовці фахівців зі зв'язків з громадськістю.

У зв'язку з демократизацією політичного, економічного та громадського життя в Україні виникла потреба в ефективних суспільних зв'язках, а відтак, потреба у формуванні й розвитку нової, якісної підготовки кадрів PR як галузі соціальної науки.

Якщо говорити про історичні аспекти розвитку PR як науки та виникнення внаслідок цього галузей професійної діяльності, то першими вченими, які зробили свій внесок у розвиток PR як професійної галузі в Україні, були В. Королько [4], В. Різун [10], В. Іванов [2], Г. Почепцов [8]. Основна проблема в підготовці кваліфікованих кадрів зі зв'язків з громадськістю полягає в тому, що в нашій державі це питання практично не досліджено. Вітчизняна дослідниця В. Березенко слушно зазначає, що в Україні можна спостерігати певне відставання в науковому осмисленні феномена PR-спільноти як нової професійної групи в сучасному українському суспільстві [1]. Очевидним є те, що від темпів і якості формування відносно нової для вітчизняного ринку праці спільноти залежить ефективність її функціонування.

Проблема PR-освіти в нашій державі вимагає ретельного вивчення, адже підготовка фахівців з PR має певну специфіку. Фахівці зі зв'язків з громадськістю повинні мати досить широкий спектр знань, тому що їхня праця дуже часто буває нелінійною, неординарною й потребує специфічних навичок та вмій. Нинішнє інформаційне протистояння з Російською Федерацією це зайвий раз підтверджує. Завдання щодо визначення шляхів і

способів підготовки спеціалістів з PR ускладнюється навіть тим, що спеціалісти зі зв'язків з громадськістю можуть обіймати різні посади та виконувати різні функції, починаючи від технічної рутинної роботи й закінчуючи високими управлінськими посадами. Використовуючи підхід Г. Тульчинського [13], можна визначити основні функції та знання фахівця зі зв'язків з громадськістю, а саме:

- виявлення груп, організацій, інстанцій, осіб, підтримки та взаєморозуміння яких потребує або потребуватиме організація, установа тощо;
- моніторинг ЗМІ та громадської думки;
- розробка програм та стратегій інформування й взаємодії з компонентами та адресатами соціального середовища установи;
- встановлення, підтримка й розвиток необхідних контактів, взаємозв'язків і відносин;
- підготовка та публікація необхідних інформаційних матеріалів, статей тощо для зовнішнього й внутрішнього використання фірми;
- інформування громадськості з використанням ЗМІ, професійних видань, особисті контакти із журналістами та видавцями;
- організація підготовки фото-, кіно-, відеоматеріалів, фільмів, мультимедіа;
- підготовка та проведення прес-конференцій, виставок, демонстрацій, урочистих заходів, презентацій, прийомів;
- спічрайтинг і персональне вміння виступати публічно;
- організація та проведення опитувань, контент-аналізу інформаційних матеріалів і документів, інтерв'ю, перемовин; збір необхідної інформації різними методами.

Як бачимо, спектр знань, якими повинен володіти PR-спеціаліст, дійсно широкий. Саме тому PR-освіта потребує ретельного дослідження специфіки цієї професійної діяльності на державному рівні. Варто погодитися з позицією В. Мойсєєва, що "участь PR-фахівців у ситуаціях, перебіг яких залежить від громадської думки, настрою чи намірів партнерів, часто забезпечує прямий політичний або економічний ефект. Тому уряди, підприємства (організації) не можуть здійснювати успішну діяльність без співробітництва з громадськістю, і це стимулює розширення масштабів PR-індустрії" [7]. Як уже зазначалося вище, у питанні професійної підготовки спеціалістів в галузі PR виникає ціла низка проблем, які пов'язані з адаптацією спеціалістів, які закінчили ВНЗ, до сучасних умов ринку праці й виробленням нових якісних стандартів підготовки.

Аналізуючи праці вітчизняних та зарубіжних науковців, які досліджували проблеми підготовки фахівців зі зв'язків з громадськістю й детально вивчали складові

цієї професії, можна виділити теоретичні розробки щодо походження самого поняття, його структури та функціонування. Так, науковці В. Королько [3], В. Мойсєєв [7] першими запропонували Концепцію прикладних аспектів використання зв'язків з громадськістю, В. Різун [10], Г. Почепцов [8], В. Королько [3], Є. Тихомирова [12], А. Чумиков [13] – теорію сучасної ідеології зв'язків із громадськістю, а В. Королько, О. Некрасова [4], В. Іванов, О. Дудко [2] – принципи взаємодії зв'язків з громадськістю як інституту, що співпрацює з іншими інститутами. Щодо зарубіжних учених, то тут слід відзначити праці М. К. Скотта [11], який запропонував різні методи підвищення ефективності PR-освіти. Проаналізувавши ситуацію, що склалася на вітчизняному ринку освіти, можна зробити певні узагальнення щодо тих проблем, які стоять на шляху до підвищення рівня професійної освіти за спеціальністю "Зв'язки з громадськістю" в нашій державі. Потрібно зазначити, що проблеми, які постають перед Україною в підготовці кадрів з PR, є практично такими самими, як і в інших державах по всьому світу. Ось що із цього приводу стверджує Я. Ключковська, голова правління UAPR, генеральний директор Nords PR Ukraine: "Ця професія ще не остаточно сформувалася: не досліджені з наукової точки зору її місце і роль у соціально-стратифікаційних структурах суспільства, відсутні будь-які наукові критерії та принципи діяльності, стандарти освіти, показники ефективності" [6]. Такий самий погляд на ситуацію має і М. Когут, член Чартерного інституту PR у Лондоні, член – засновник Української асоціації PR, віце-президент Romyr&Associates Ukraine Ltd. Він стверджує, що PR перебуває на стадії розвитку та формування не тільки в Україні, а й навіть у інших, передових державах [6]. Академічні програми курсу "Зв'язки з громадськістю" з'явилися приблизно у 1980-х рр., отже, є досить молодими. Саме через це питання, що викладати, як викладати та хто повинен навчати майбутніх фахівців з PR, залишаються відкритими [6]. Як вважає А. Кривососов, українській PR має схожі з іншими пострадянськими державами проблеми [5].

До того ж в Україні готувати фахівців-бакалаврів зі зв'язків з громадськістю почали лише з 2007 р., а за рівнями підготовки "спеціаліст" і "магістр" – 2010 р. Отже, вагомого внеску в розвиток підготовки кадрів за спеціальністю "Реклама та зв'язки з громадськістю" наша держава зробити ще не встигла. У нашій державі існують школи, які готують фахівців зі зв'язків з громадськістю та проводять курси підвищення кваліфікації, але підготовка такого виду проводиться не на підставі акредитації, а за наданням тимчасових ліцензій. Цей факт позначається на розвитку PR освіти в Україні скоріше негатив-

но, ніж позитивно, оскільки при цьому страждає якість освіти. Проте головною проблемою, на нашу думку, є відсутність якісного наповнення навчальних планів за спеціальністю "Зв'язки з громадськістю". Оскільки в нашій державі спеціалістів з PR почали готувати тільки сім років тому, то очевидно, що немає розроблених моделей PR-освіти, відсутні методики й технології викладання. Для підвищення освітнього рівня спеціальності потрібне вивчення проблеми в усіх аспектах, проведення семінарів, круглих столів тощо. Однак в Україні питання щодо змісту та методики навчання за спеціальністю "Зв'язки з громадськістю" поки практично не порушується. В. Березенко із цього приводу зазначає: "В Україні популярною є практика застосування не вітчизняного, а зарубіжного досвіду викладання PR-дисциплін, і в цьому немає нічого поганого, якщо дотримуватися кращих міжнародних стандартів такої освіти. У гіршому разі (особливо в комерційних школах і на курсах підвищення кваліфікації) виходить еkleктичне, довільне поєднання елементів маркетингу, реклами, журналістики, окремих комунікаційних технологій (аж до нейролінгвістичного програмування), за принципом "що є під руками" (залежно від того, кого з числа тренерів, коучерів, викладачів вдалося знайти і залучити)" [3].

Оскільки PR, як і інші наукові дисципліни, зараз дуже швидко розвивається, доцільно було б запроваджувати підвищення фахової кваліфікації, яке було б максимально наближеним до світових стандартів. За кордоном також існує практика підготовки різних спеціальних видань, присвячених певній галузі, у нашому випадку – PR. При інститутах та університетах, де відкрита спеціальність "Зв'язки з громадськістю", потрібно проводити певні дослідження як у галузі PR загалом, так і в галузі PR-освіти зокрема.

Також у нашій державі існують проблеми з кадровим забезпеченням PR-освіти: особи, які викладають зв'язки з громадськістю, є за фахом істориками, маркетологами, журналістами, економістами, які просто освоїли певний предмет і тепер його викладають. Чому той, хто має практичний досвід, не йде викладати, питання зовсім іншого характеру, і на нього немає однозначної відповіді.

У професійну сферу паблік рилейшнз ідуть працівники іншого фаху, а сама практика постійно збагачується й змінюється, тому особливого значення набуває потреба розподілу системи підготовки працівників для сфери паблік рилейшнз на дві частини: на систему базової підготовки в спеціальних навчальних закладах та на систему постійної перепідготовки піарників, які вже практикують [3].

Ще однією важливою складовою проблемою є те, що держава не має бажання розвивати паблік рилейшнз як галузь, якої можна навчати і яка буде корисною. Потрібно якісно

й докорінно переглянути навчальні плани, за якими проводиться підготовка фахівців-піарників. Очевидно, що в державі повинні бути розроблені єдині норми та вимоги до науки піару.

Необхідним елементом, на нашу думку, є практичне навчання під час підготовки. Саме практика дає змогу найкраще освоїти професію. Так, викладачі повинні пояснювати всі тонкощі професії, включаючи поняття "сірого" і "чорного" піару та поняття інформаційних воєн.

Суспільство, в якому освіта стає справжнім капіталом і головним ресурсом, висуває нові, причому жорсткі, вимоги до підготовки фахівців у сенсі їх освітньої відповідності потребам демократизації суспільства в Україні. Дуже важливо сформулювати такий підхід до викладання, щоб викладач не просто передавав знання, а підштовхував тих, хто навчається, до саморозвитку й виховання необхідних для професії якостей, таких як креативність, обізнаність тощо. Це можна вважати методологічною основою розвитку та функціонування сучасної вітчизняної системи професійної PR-освіти. Суспільству слід усвідомити те, що цінність знань полягає в умінні їх застосовувати, потрібні певні здібності, які є унікальними або хоча б рідкісними. Таким чином, недостатньо нагромаджувати лише багаж теоретичних знань, необхідно знати практику й виховувати в собі професійні якості.

Також важливим аспектом є стимулювання інноваційної діяльності, але через низький рівень фінансування в нашій державі фактично не проводяться наукові роботи. Сучасний ринок праці вимагає від фахівця в галузі зв'язків з громадськістю не лише глибоких теоретичних знань, а й уміння самостійно застосовувати знання в нестандартних ситуаціях, що дасть можливість вийти на якісно новий рівень освіти. У наш час PR досить динамічно розвивається в Україні. Це можна сказати про всі його види. Спеціалісти зі зв'язків з громадськістю є все більш затребуваними на ринку праці, оскільки PR у наш час проник у всі куточки життя суспільства. Саме тому спеціалісти зі зв'язків з громадськістю все вище підіймаються щаблями соціального руху й соціуму загалом. До думок PR-працівників прислухаються всі ланки влади, приватний бізнес і всі сфери впливу людей. Обов'язковим стало мати в штабі людини, яка відповідає за зв'язки з громадськістю і таким чином лобює інтереси тих чи інших суб'єктів перед спільнотою. На цьому етапі ми повинні діяти на випередження. Навчальні плани, запроваджені в Україні із самого початку, вже давно застаріли, саме тому наше завдання – розробити якісно нові освітні моделі для підвищення якості освіти фахівців зі зв'язків з громадськістю.

Якщо уявити собі ідеальну модель розвитку подій, то необхідним видається хоча б при-

близний прогноз на майбутнє. Тобто на основі аналізу ситуації, різного виду моніторингу та інших засобів доцільно хоча б частково спрогнозувати, якою повинна бути PR-освіта в майбутньому. Це дасть нам змогу мати цілісну картинку напрямку руху.

Можна вважати цю тему досить перспективною, оскільки внаслідок тотальної глобалізації та інформатизації світ стає все більш відкритим для комунікативних, бізнесових та політичних зв'язків. Як наслідок з'являється необхідність у лобюванні та просуванні інтересів тієї чи іншої держави, людини, продукту на ринку послуг. Україна зараз перебуває в стані війни з Росією і так само, як військові дії ведуться по всьому фронту, вони ще мають своє відображення в інформаційному просторі. Зараз, в Україні задіяні та мобілізовані всі державні установи, які відповідають за формування іміджу України в світовому інформаційному просторі. Як наслідок, коли Україна буде мати привабливий імідж, внутрішні, комерціалізовані структури також будуть потребувати PR-просування. Тоді виникне потреба в підготовці кадрів цієї галузі, тому перспективи розвитку PRу в Україні досить потужні, а з ними й перспективи підготовки нових, молодих, кваліфікованих особистостей, які будуть рухати вперед цей напрям вунашій державі.

IV. Висновки

Сучасна освіта за спеціальністю "Зв'язки з громадськістю" має низку недоліків, серед яких невідповідність здобутої кваліфікації професійним вимогам ринку праці, дефіцит кваліфікованого професорсько-викладацького складу навіть за наявної кількості кандидатів та докторів наук, низька зацікавленість держави в підготовці кадрів зі зв'язків з громадськістю.

Необхідним елементом, на нашу думку, є практичне навчання під час підготовки. Саме практика дає змогу найкраще освоїти професію.

Необхідний такий підхід до викладання, щоб викладач не просто передавав знання, а підштовхував студентів до навчання, саморозвитку та виховання необхідних для професії якостей, таких як креативність, обізнаність тощо.

Оскільки ми живемо в світі, який щодня розвивається, ми повинні діяти на випередження. Це означає, що ті навчальні плани, які були запроваджені в Україні із самого початку, вже давно застаріли, саме тому наше завдання – розробити якісно нові освітні моделі для підвищення якості освіти спеціалістів зі зв'язків з громадськістю.

Список використаної літератури

1. Березенко В. В. Проблеми вдосконалення профпідготовки спеціалістів з PR /

- В. В. Березенко // Інформаційне суспільство. – 2013. – Вип. 17. – С. 31–35.
2. Журналістика в піарі та піар у журналістиці / упор.: В. Ф. Іванов, О. С. Дудко. – Київ : Грамота, 2010. – 288 с.
3. Королько В. Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика : підручник для студ. вищ. навч. заклад. / В. Г. Королько, О. В. Некрасова. – Київ : Києво-Могилянська академія, 2009. – 831 с.
4. Королько В. Г. Паблік рилейшнз: проблеми образования (международный опыт и украинские реалии) / В. Г. Королько, О. В. Некрасова // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2004. – № 2. – С. 169–184.
5. Кривонос А. А. Опыт анализа истории европейского PR / А. А. Кривонос // Петербургская школа PR: от теории к практике : сб. ст. – Санкт-Петербург : Розамира, 2003. – Вып. 1. – С. 61.
6. Круглий стіл "Вітчизняна PR-освіта: реалії, проблеми, перспективи" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://iib.com.ua/ua/novosti-mib/item/2766-kruglii-stil-vitchiznyana-pr-osvita-realiyi-problemi-perspektivi.html>.
7. Мойсєєв В. А. Паблік рилейшнз : навч. посіб. / В. А. Мойсєєв. – Київ : Академвидав, 2007. – 224 с.
8. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз для професіоналов / Г. Г. Почепцов. – Москва : Рефл-Бук: Ваклер, 2005. – 640 с.
9. Проект Національної стратегії розвитку освіти в Україні на 2012–2021 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: mon.gov.ua/images/files/10.../3%20var.doc.
10. Різун В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій [Електронний ресурс] / Володимир Різун ; Ін-т журналістики. – Київ, 2011. – Режим доступу: http://journalib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf.
11. Скотт М. Паблік рилейшнз. Теория и практика : учеб. пособ. / Скотт М. Катлип, Аллен Х. Сентер, Глен М. Брум ; пер. с англ. – Москва : Вильямс, 2008. – 624 с.
12. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю : навч. посіб. / Є. Б. Тихомирова. – Київ : НМЦВО, 2001. – 560 с.
13. Тульчинский Г. Л. PR фирмы: технология и эффективность / Г. Л. Тульчинский. – Санкт-Петербург : Алетейя, 2000. – 304 с.
14. Чумиков А. Н. Связи с общественностью : учеб. пособ. для студ. управленч. спец. вузов / А. Н. Чумиков. – Москва : Дело, 2001. – 296 с.

Стаття надійшла до редакції 15.09.2014

Мельниченко А. А., Киричек А. П. К вопросу совершенствования отечественной системы подготовки специалистов в сфере связей с общественностью

В статье говорится о проблемах, связанных с вопросом подготовки квалифицированных кадров для области связей с общественностью. Поднимается вопрос об уровне подготовки специалистов в отечественном образовании. Объясняются причины такой ситуации. Предлагаются пути совершенствования системы подготовки специалистов отрасли связей с общественностью.

Ключевые слова: образование, система подготовки, PR-образование, специалисты по связям с общественностью.

Melnichenko A., Kirichek A. On the Issue of Improving the National System of Training in the Field of Public Relations

This scientific article lays stress on the problems which are connected with preparation of well-qualified specialists in public relations sphere. It raises a question about low-quality level of specialists' preparation in the scope of national education. This scientific article also explains reasons which have led to this situation in higher education. After analyzing the situation which exists in the educational environment in Ukraine this article describes the steps to improve specialists' preparation system in public relations sphere. It recounts basic functions and skills that public relations specialist should have. Considering a problem of public relations specialists' preparation a historical overview is being done: firstly, as promoters in the historical chronicle of Soviet times, and then as public relations specialists in independent Ukraine. The article gives a bibliographic review of the sources that have been published on this subject. It emphasizes the importance of graduated students' adaptation to their first work place. The attention is paid to the availability of practical component in the educational programs of the universities. There are main problems which are connected with the novelty of public relations specialty in Ukraine and the absence of the most experts' desire to share their knowledge due to the unattractiveness and the lack of profit in teaching within the country. The necessity of scientific activity in the public relations sphere and the need of filling information content by own scientific materials in PR is accentuated. The necessity of financing and development of scientific activity in this sphere is also emphasized and it stresses that only with the presence of own scientific works and well-qualified specialists the discipline of public relations will exist and develop in our country. It stresses about the need of change in the educational programs to more modern and new ones and which will correspond to the international standards of quality of higher education.

Key words: education, system of education, upgrading the educational system, PR-education, Public Relations specialist.