

УДК 316.77:336.747

А. П. Киричок

МЕНТОРСЬКИЙ ПІДХІД У ПІДГОТОВЦІ PR-ФАХІВЦІВ

У статті розглянуто основні аспекти використання менторського підходу в підготовці фахівців зі зв'язків з громадськістю. Здійснено історіографічний огляд напрацювань, пов'язаних з особливостями використання менторства в педагогічній практиці. Наведено результати здійсненого автором дослідження, проведеного за допомогою методу онлайн-опитування. Представлено блок запитань, що пов'язаний саме з темою менторського підходу до підготовки PR-фахівців. Зазначено основні методологічні аспекти використання менторської допомоги в освіті зі зв'язків з громадськістю. Висвітлено загальні рекомендації щодо інтеграції менторського методу в процес педагогічної підготовки фахівців зі зв'язків з громадськістю в університеті.

Ключові слова: зв'язки з громадськістю, освітня підготовка, менторський підхід, професійні компетенції, модель підготовки.

I. Вступ

Українська система освіти з метою забезпечення її конкурентоспроможності потребує суттєвого переосмислення, зміни підходів до підготовки кадрів. У зв'язку з тим, що Україна наразі зазнає кардинальних змін в економічній і соціально-політичній сферах, перед державою постають нові виклики. Одним із напрямів вирішення складних суперечностей суспільного розвитку є гуманістично орієнтоване формування громадської думки для створення в суспільстві атмосфери порозуміння й злагоди. Таке завдання може сьогодні покладатися, зокрема, і на фахівців зі зв'язків з громадськістю, оскільки PR сприяє формуванню як гідного іміджу, так і громадської думки загалом за рахунок досягнення взаєморозуміння, заснованого на достатній інформованості. Однак досі існує проблема підготовки відповідних фахівців вітчизняними університетами. Відтак, постає проблема пошуку не тільки шляхів оптимізації програми підготовки фахівців з PR, а й тих підходів, які можуть якнайкраще допомогти в розвитку найнеобхідніших компетенцій фахівця зі зв'язків з громадськістю. Саме менторський підхід у підготовці фахівців з PR може бути інтегрований у систему освіти за цим напрямом. Правильне використання менторської допомоги може значно покращити рівень компетентності фахівців зі зв'язків з громадськістю.

Багато вчених з усього світу розглядали проблеми менторства та перспективи розвитку цього педагогічного підходу. Так, досліджено менторську допомогу через аспект домовленості між наставником та підопічним стосовно оцінки якості наставництва, критерії оцінювання [19]. Також висвітлено менторство крізь призму відповідності на-

ставника та його підопічного характеристикам один одного [6]. Низка праць була присвячена ґендерним проблемам менторської підготовки. Зокрема, одне з досліджень свідчить про те, що жінки-ментори є більш дружніми й у процесі підготовки вимагають менше, ніж їхні колеги чоловіки [13].

Якщо звертатись до визначення, то, за етимологічним словником, ментор – це керівник, вчитель, наставник, вихователь та невідступний наглядач для учня [12].

Більшість наукової літератури на тему наставництва описує функції, які виконують наставники для користі підопічних. Так, в одному дослідженні наведено приклад п'яти ключових ролей, які відіграє наставник, а саме: тренер, координатор, підтримка та організатор [1]. В іншому дослідженні науковець М. Зей перераховує функції, які повинен виконувати ментор, серед них: наглядач, вчитель, особа, яка надає психологічну підтримку, організатор та спонсор [17].

Крім того, деякі вчені працювали над вивченням переваг менторського підходу для підопічного. Так, у низці праць ідеться про переваги, пов'язані з професійним розвитком підопічного, які виявляються в підвищенні результатів навчання [4; 14–15]. Багато досліджень присвячено перевагам у кар'єрному та професійному зростанні після використання менторського підходу [7; 18; 20].

Незважаючи на те, що більшість праць щодо менторського підходу присвячено саме користі для підопічного, є низка досліджень, які стосуються саме користі, яку отримує ментор від роботи з підопічним [3]. Переваги для наставника полягають у професійному самовизначенні, а також розвитку лідерських якостей та комунікаційних навичок [8].

Наставництво, як відомо, посилює шанси підопічного на отримання гідного місця роботи в організації [10]. Є багато досліджень, пов'язаних із процесом наставництва на всіх його стадіях та в окремих галузях знань [9; 15–16], але недостатньо присвячених використанню менторського підходу в підготовці фахівців зі зв'язків з громадськістю.

II. Постановка завдання

Мета статті – з'ясувати, чи доцільно використовувати менторський підхід у підготовці фахівців зі зв'язків з громадськістю, яка саме модель менторського підходу матиме найбільший ефект.

Об'єктом дослідження стали фахівці галузі PR, які сьогодні є доволі масовою групою, тому було прийнято рішення використати вибірковий метод. Проте, враховуючи специфіку дослідження, ми не ставили перед собою завдання сформувати вибірку, яка була б статистично точною. Разом з тим, опитана кількість респондентів при здійсненні статистичного аналізу може бути достатньою для стійких статистичних висновків.

Інтернет-опитування здійснено за допомогою розсилання анкет на e-mail потенційних респондентів та через соціальні мережі "ВКонтакте" та "Facebook" за допомогою розміщення на сайті посилання, скористав-

шись яким можна було перейти на сторінку для проходження онлайн-опитування [11].

Оскільки тема цієї статті стосується особливостей застосування менторського підходу в підготовці фахівців зі зв'язків з громадськістю, з великого переліку запитань опитування тут виокремлено лише ті, що стосувались цієї проблеми.

III. Результати

В опитуванні взяли участь сто осіб, серед яких 60% жінок та 40% чоловіків. Це, з огляду на статистику, свідчить про те, що в галузі реклами, PR, маркетингу та соціальних комунікацій кількість працівників жіночої статі в нашій державі переважає кількість представників чоловічої статі.

На друге запитання респондентів попросили відповісти, чи вважають вони за доцільне використовувати менторський підхід (коли досвідчений працівник ділиться своїми знаннями, вміннями та навичками з недосвідченим новачком або студентом протягом певного проміжку часу) у підготовці фахівців за спеціальністю «Реклама та зв'язки з громадськістю». Абсолютна більшість – 83,1% опитуваних – відповіли, що вони вважають такий підхід досить ефективним; не вважають такий підхід ефективним 7,9%, а 9% не змогли відповісти на це запитання (рис. 1).

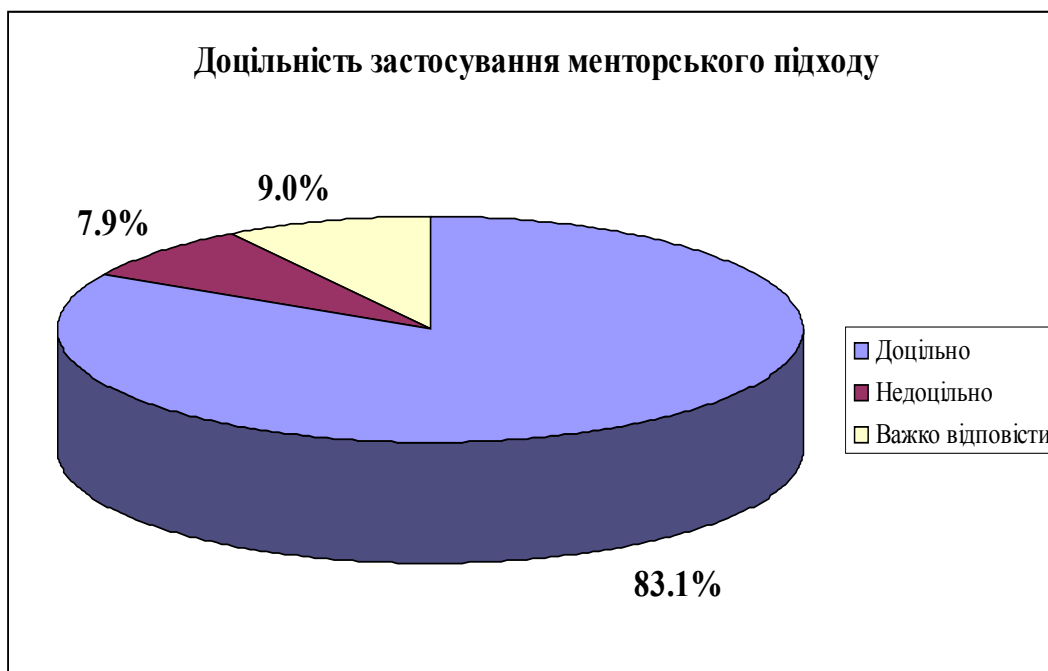


Рис. 1. Відповіді на четверте запитання.

У третьому запитанні опитуваних попросили визначити, яка саме модель менторської підготовки матиме найкращий ефект у підготовці фахівців зі зв'язків з громадськістю. Респондентам було запропоновано шість варіантів відповідей, з яких потрібно було обрати лише один варіант. За основу

взято концепцію моделей підготовки за Р. Саліваном [14]. Детальніше опишемо кожен запропонований нами варіант відповіді:

– спонсорська модель: ментор допомагає встановити певні ділові зв'язки та виступає як менеджер;

- модель психолога: ментор допомагає учню у вирішенні психологічних питань;
- модель навчання: ментор виступає вчителем, який передає знання учню;
- рефлексивна модель: ментор виступає в ролі конструктивного критика, який бере участь в оцінюванні результатів роботи учня;
- компетентнісна модель: формат навчання, за якого акцент роблять на практичній

- складовій у підготовці та вихованні професійних компетенцій;
- модель розвитку: ментор допомагає студенту в особистісному та професійному розвитку через рефлексію.

Більшість опитуваних вважали, що менторська допомога повинна здійснюватись на основі компетентнісної моделі, яка передбачає вироблення професійних навичок та вмінь шляхом набуття практичного досвіду (рис. 2).



Рис. 2. Відповіді на п'яте запитання

Менторський підхід має чимало переваг і для студента, і для ментора, і для організацій, що будуть наймати студента як працівника, оскільки вони отримають уже підготовленого професіонала, який матиме певну кваліфікацію та буде психологічно готовий до виконання будь-яких завдань.

Відповідно як фахівець у своїй галузі ментор повинен мати певні здібності та вміння, за допомогою яких він буде вчити учня та передавати йому свій досвід: ментор повинен бути професіоналом своєї справи, мати широкий спектр знання з теорії, знати, як застосовувати знання в роботі та мати практичний досвід; наставник постійно повинен бути в контакті зі студентом і створювати умови для найшвидшого його прогресу; план роботи повинен бути складений чітко та зрозуміло, для того, аби студент міг зосередитись лише на виконанні самих завдань; ментор повинен підбирати та використовувати нестандартні форми постановки завдань для студента, враховуючи його здібності; наставник повинен постійно займатись саморозвитком і пошуком нових форм для навчання та розвитку; наставник повинен мати високий ступінь зацікавленості у вихованні нових висококваліфікованих спеціалістів.

Важливим аспектом менторського підходу є вміння чітко сформулювати мету, яка стоїть перед учнем у ході його роботи з ментором. Головною освітньою моделлю менторського підходу є така: “Розкажи – покажи – зроби” [2]. Ментор покроково повинен пояснити завдання студенту, якщо воно занадто велике, тоді він може розбити його на частини. Ментор обов’язково повинен перевірити, як студент зрозумів завдання; ментор має показати, як саме виконувати те чи інше завдання, при цьому коментує свої дії. Ментор так само повинен перевірити, чи студент все зрозумів; студент виконує те, що йому доручили виконати. Ментор повинен слідувати за виконанням завдання й просити коментувати все, що робить студент. Якщо ментор не впевнений у якості виконання певного завдання, то він може більш детально зупинитись на певному етапі роботи.

Сам процес менторської допомоги можна умовно поділити на три етапи:

- підготовчий – попереднє знайомство ментора та його учня або учнів. Головною метою цього етапу є налагодження нормального контакту між ментором і студентом для того, щоб процес передачі знань та рефлексія відбувались нормально;

- організаційно-діяльнісний – основний етап формування професійних компетенцій у студента, що проходить практичне навчання або займається самостійною роботою. Головною метою є виховання найнеобхідніших навичок, якостей та вмінь, які знадобляться студенту в майбутньому, під час його роботи;
- діагностувальний – заключний етап формування компетенцій. Головна мета цього етапу – визначення рівня сформованості професійних компетенцій фахівця та напрацювання певних рекомендацій для студента [8].

Зрозуміло, що ефективне менторське навчання повинно тривати рік, але якщо відштовхуватись від реалій вітчизняної освіти, то досить важко виконати саме цю умову. У такому разі в ході підготовки фахівців зі зв'язків з громадськістю ми пропонуємо використовувати менторську допомогу в поєднанні з проходженням практики. Вважаємо, що використання менторського підходу є доцільним тільки на старших курсах бакалавріату або в магістратурі. Оскільки менторство передбачає передачу практичного досвіду та знань, студент повинен мати гарну базову підготовку зі спеціальності та дотичних галузей знань. Детальніше розглянемо, на які саме аспекти ментор повинен звернути увагу в першу чергу.

Наставник повинен передавати студенту вузькоспеціалізовані знання, які стануть йому в нагоді в професійному житті. Ментор не повинен допомагати студенту виконувати його роботу. Ментор зобов'язаний здійснювати психологічну підготовку свого підопічного та слідкувати за тим, щоб його адаптація до робочого середовища проходила якомога швидше. Потрібно розуміти, що досить важко виконувати все самостійно, адже розробка, організація та проведення різноманітних рекламних і PR-проектів вимагають високоефективної взаємодії з великою кількістю професіоналів. Ментор під час спільної роботи має знайомити учня з іншими професіоналами та допомагати йому створити ділові контакти. Це значно полегшить процес його адаптації до робочого місця та допоможе в професійному зростанні. Крім цього, новачок зможе проконсультуватись, або отримати допомогу в більш досвідчених колегах, контакти яких він матиме.

Коли студент уперше інтегрується в робоче середовище, він має переважно теоретичний базис, який також може використовувати, але який не має першочергового значення в роботі. Студенту необхідно набувати практичного досвіду та виховувати в собі необхідні компетенції, які йому згодяться в роботі. Досвідчений ментор повинен розуміти, які саме професійні компетенції потрібно виховувати у фахівця. Вважаємо

за доцільне назвати основні компетенції, у вихованні яких повинен допомагати ментор: проведення досліджень, написання текстів, антикризове управління та стратегічне планування, робота з рекламними й PR-проектами, створення медіаплану та планування рекламних і PR-компаній, аналітичні та комунікативні навички, навички ділових перемовин, морально-етичне виховання, спілкування з клієнтами та вміння виступати публічно.

За короткий термін проходження практики ментор не зможе виховати у свого підопічного всі зазначені компетенції, тому він зобов'язаний визначити той напрям виховання компетенцій, який дасть найкращий педагогічний результат. Спеціаліст зі зв'язків з громадськістю має бути компетентним та обізнаним у багатьох галузях знань, але ментор має допомагати студенту у вихованні саме тих компетенцій, що пов'язані з його прямими функціями, які останній виконує під час проходження практичного навчання.

У цьому разі, поєднуючи менторський підхід з проходженням практики, наставник повинен слідкувати за тим, щоб студент максимально зміг заглибитись у робочу атмосферу. Гарний педагогічний ефект буде від того, що студент зможе отримати знання про якомога більше коло питань, пов'язаних із функціонуванням рекламних та PR-компаній або відділу, що відповідає за зв'язки з громадськістю.

Менторський підхід у зв'язках з громадськістю, перш за все, повинен допомогти студенту навчитись працювати в команді, створювати якісний інформаційний продукт та правильно формувати громадську думку. Оскільки робоче середовище часто вимагає діяти колективно, наставник повинен велику увагу приділяти саме тому, щоб студент працював у колективі і в нього не виникало із цим труднощів.

Важливою умовою ефективного наставництва є те, щоб воно не розповсюджувалось за межі роботи. Іншими словами, студент повинен мати можливість відпочивати й переключатись на інші справи. Приходячи на роботу, він починає працювати з ментором, по закінченню, вони прощаються й наступного разу процес менторської допомоги повторюється лише на наступний день під час практики.

Ментор також має заздалегідь встановити певну планку, результат, якого повинен досягти студент. Наставник повинен мати чіткий план дій, який він разом зі студентом повинен виконувати. Разом з ментором студент складає робочий план і графік своєї роботи та починає працювати. У ході роботи відбувається розвиток необхідних знань, умінь, навичок та психологічна підготовка індивіда, яка фіксується ментором у графіку роботи. У кінці проходження практики як ментор, так і студент повинні написати свої

звіти. У звіті студента має бути описаний процес роботи й усі робочі аспекти з описом кінцевого практичного результату. Звіт ментора повинен складатись із характеристики, де наставник дає оцінку особистісним характеристикам та вмінням індивіда, який проходив практику, та опису роботи, виконаної під час проходження практичного навчання.

IV. Висновки

Менторський підхід досить добре зарекомендував себе в багатьох галузях підготовки, як гуманітарного, так і технічного спрямування. Цей підхід до підготовки має сильний ефект завдяки тому, що учень має можливість отримувати необхідні знання, навички та вміння від професіонала в певній галузі. Його використання в підготовці фахівців зі зв'язків з громадськістю матиме значний ефект завдяки спрямуванню на розвиток необхідних професійних компетенцій, що допоможе майбутньому фахівцю якнайшвидше адаптуватись до місця роботи, стати частиною колективу та приносити користь як собі, так і організації, у якій він буде працювати.

Список використаної літератури

1. Clutterbuck, D. (1991). Everyone needs a mentor: Fostering talent at work. London: Institute of Personnel Management.
2. Harold, C. (2008). Lyon Mentoring.
3. Hegstad, C. D. (1999). Formal mentoring as a strategy for human resource development: A review of research. *Human Resource Development Quarterly*, 10(4), 383–390.
4. Joinson, C. (2001). Employee, sculpt thyself...with a little help. *HRMagazine*, 46(5), 60–64.
5. Knouse, S. B. & Webb, S. C. (2000). Unique types of mentoring for diverse groups in the military. *Review of Business*, (Summer 2000), 48–52.
6. Koberg, C. S., Boss, R. W., and Goodman, E. (1998). Factors and outcomes associated with mentoring among health-care professionals. *Journal of Vocational Behavior*, 53(1), 58–72.
7. Kram, K. E. (1986). A relational approach to career development. In Hall, D. T. (Ed.), *The career is dead—long live the career: A relational approach to careers* (pp. 132–157). San Francisco: Jossey-Bass.
8. Messmer, M. (2003). Building an effective mentoring program. *Strategic Finance*, 17–18.
9. Mullen, E. J. (1998). Vocational and psychosocial mentoring functions: Identifying mentors who serve both. *Human Resource Development Quarterly*, 9(4), 319–331.
10. O'Reilly, D. (2001). The mentoring of employees: Is your organization taking advantage of this professional development tool? *Ohio CPA Journal*, 60, 51–54
11. Online Etymology Dictionary. URL: http://www.etymonline.com/index.php?l=f&allowed_in_frame=0
12. Online survey of practitioners and teachers URL: <http://anketolog.ru/s/133394/BZTLBLUK> (questionnaire, 2016)
13. Sosik, J. J. & Godshalk, V. M. (2000). The role of gender in mentoring: Implications for diversified and homogenous mentoring relationships. *Journal of Vocational Behavior*, 57(1), 102–122.
14. Sullivan, R. (2000). Entrepreneurial learning and mentoring. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 6(3), 160–175.
15. Summers-Ewing, D. (1994). Mentoring: A vital ingredient for career success. Presented at the Annual Meeting of the American Psychological Association (102nd, Los Angeles, CA).
16. Verdejo, T. (2002). Mentoring: A model method. *Nursing Management*, 33(8), 15–16.
17. Zey, M. (1982). *The mentor connection*. Homewood, IL: Dow Jones-Irwin.
18. Scandura, T. A. & Schriesheim, C. A. (1994, December) Leader-member exchange and supervisor career mentoring as complementary concepts in leadership research. *Academy of Management Journal*, 37(6), 1588–1602.
19. Godshalk, V. M. & Sosik, J. J. (2000, September). Does mentor-protégé agreement on mentor leadership behavior influence the quality of a mentoring relationship? *Group & Organization Management*, 25(3), 291–318.
20. Ragins, B. R., Cotton, J. L., & Miller, J. S. (2000, December). Marginal mentoring: The effects of type of mentor, quality of relationship, and program design on work and career attitudes. *Academy of Management Journal*, 43(6), 1177–1194.

Стаття надійшла до редакції 10.06.2016.

Киричек А. П. Менторский подход в подготовке PR-специалистов

В статье рассмотрены основные аспекты использования менторского подхода в подготовке специалистов по связям с общественностью. Осуществлен историографический обзор работ, связанных с особенностями использования менторства в PR-образовании. Приведены результаты исследования, осуществленного с помощью метода онлайн-опроса. Представлен блок вопросов, связанный именно с темой менторского подхода к подготовке PR-специалистов. Указаны основные методологические аспекты использования менторской помощи в образовании

по связям с общественностью. Даны общие рекомендации по интеграции менторского подхода в процесс подготовки специалистов по связям с общественностью в университете.

Ключевые слова: связи с общественностью, образовательная подготовка, менторский подход, профессиональные компетенции, модель подготовки.

Kirichek A. Mentoring Approach in the Preparation of PR-Specialists

This article is based on the overview, it proves that the use of a mentoring approach to train public relations specialists has certain peculiarities and advantages. However, it also establishes that virtually no practical and methodological best practices have been developed in regard thereof. This paper provides the results of a study conducted by the author in the form of an online survey. Participants to the study were practitioners and teachers working in the public relations field. They had to answer questions related to methodological and methodical aspects of designing the process of PR specialist training at universities. The article presents a question pool related particularly to the mentoring approach in PR specialist training. Based on the data obtained during the study, the main aspects of designing the process of PR specialist training by using the mentoring assistance method are revealed. The best ways to integrate this method into the educational process are established. The main methodological aspects of using mentoring assistance in public relations training are specified. The main methodological components of using a competency-based model of the mentoring approach in PR specialist training are investigated. This article covers general recommendations on integrating the mentoring approach into the process of public relation specialist training at the university. An important aspect of the mentoring approach is the capability to set a clear goal for the student during their work with the mentor. The main training model in the mentoring approach is the "show-tell-do" model. The mentor should: explain the assignment to the student step by step, breaking it into parts if it is too large; ensure that the student has understood the assignment; show the way to perform a specific assignment, commenting on their actions; check whether the student has understood everything; the student does what they are told to do; supervise performance of the assignment and ask the student to comment on everything they do. If the mentor has doubts about the quality of performance of a certain assignment, they can review a certain stage of the work in more detail. The mentoring assistance process itself can be subdivided into three stages: Preparatory stage: implies preliminary acquaintance of the mentor with their students. The main purpose of this stage is to establish regular contact between the mentor and the student so that the process of knowledge transfer and reflection goes smoothly. Organization and activity stage. This is the main stage for a student who does practical training or self-study work to develop their professional competencies. Its main purpose is to develop the most necessary skills and qualities that the student will require in future during work. Diagnostic stage: the final stage in competency formation. The main purpose of this stage is to determine the level of completeness of the specialist's professional competencies and development of certain recommendations for the student. The mentoring approach has proved to be rather efficient in many training fields, sciences and humanities alike. This approach to training is highly efficient due to the fact that the student is able to gain the necessary knowledge and skills from a professional in a certain field. The use of this method in the training of public relation specialists will have a considerable impact, since the mentoring approach, aimed at the development of the necessary professional competencies, will help the future specialist adapt to their workplace as soon as possible, become a part of the team, and be of benefit both to themselves and to the organization they work in.

Key words: public relations, education, mentoring, professional competencies, training model.