

Проблеми вдосконалення професійної підготовки за фахом «зв'язки з громадськістю» в Україні

У статті визначаються сучасні проблеми вдосконалення PR-освіти, що стоять перед зв'язками з громадськістю та їх професійним співтовариством в Україні.

Ключові слова: PR, PR-освіта, зв'язки з громадськістю, професійна група, професійна спільнота, фахова підготовка.

Розбудова національної системи освіти в умовах становлення України як самостійної незалежної держави з урахуванням кардинальних змін в усіх сферах суспільного життя, історичних викликів XXI ст. [1] вимагає критичного осмислення досягнутого у сфері підготовки фахівців зі зв'язків із громадськістю та зосередження зусиль і ресурсів на вирішенні найбільш гострих проблем PR-освіти, які стримують розвиток у галузі, не дають можливості забезпечити її нову якість, адекватну нинішній історичній епосі.

Потреба формування та розвитку системи професійної підготовки кадрів для зв'язків із громадськістю як галузі соціальної науки і практики стала актуальною у зв'язку з потребою суспільства в ефективних суспільних зв'язках, що викликано демократизацією політичного, економічного та громадського життя в Україні. Отже, на зміну зруйнованої тоталітарної пропаганди прийшла нова галузь соціальної комунікації – зв'язки з громадськістю – і розпочався процес формування фахівців з PR як особливої професійної спільноти, що посіла своє місце в соціальній структурі суспільства.

Історичні аспекти формування та розвитку зв'язків з громадськістю як професійної діяльності протягом XX – початку XXI ст. висвітлювалися в наукових працях таких вітчизняних та закордонних авторів, як С. Блек [2], М. Катліп [3], Г. Почепцов [4], В. Королько [5; 6], В. Різун [7], В. Іванов [8], С. Квіт [9], Є. Тихомирова [10], М. Зубарева [11], А. Кривоносов [12], М. Шишкіна [13], А. Чумиков [14] та ін.

Мета нашої статті – визначити сучасні проблеми вдосконалення PR-освіти, які стоять перед зв'язками з громадськістю та їх професійним співтовариством в Україні.

Недостатня наукова розробленість проблем PR-освіти на вітчизняному рівні пояснюється певним відставанням у науковому осмисленні феномена PR-спільноти як нової професійної групи в сучасному українському суспільстві. Від темпів реального формування цієї спільноти залежить її функціонування у соціально-стратифікаційній структурі України. Це зумовлює актуальність досліджен-

ня проблем PR-освіти та вимагає ретельного дослідження специфіки цієї професійної діяльності на державному і регіональному рівнях, а також визначення основних чинників, що впливають на підготовку PR-фахівців у сучасних ринкових умовах. «Участь PR-фахівців у ситуаціях, перебіг яких залежить від громадської думки, настрою чи намірів партнерів часто забезпечує прямий політичний або економічний ефект. Тим-то уряди, підприємства (організації) не можуть здійснювати успішну діяльність без співробітництва з громадськістю, і це стимулює розширення масштабів PR-індустрії» [15, 12]. Професійна підготовка фахівців у галузі зв'язків із громадськістю має цілу низку проблем, пов'язаних із характерними особливостями їх адаптації до сучасних умов, що проявляються у специфіці форм професійної діяльності.

Із досліджень вітчизняних та закордонних науковців і практиків, які займаються проблемами підготовки фахівців зі зв'язків з громадськістю та вивченням основ цієї професії, виділяємо: теоретичні розробки в галузі генезису, структури та функціонування зв'язків із громадськістю в контексті соціального управління (М. Шишкіна [13]); принципи взаємодії зв'язків із громадськістю як соціального інституту з іншими інститутами (В. Королько, О. Некрасова [5], В. Іванов, О. Дудко [8]); теорію сучасної ідеології зв'язків із громадськістю (В. Різун [7], Г. Почепцов [4], В. Королько [6], Є. Тихомирова [10], А. Чумиков [14]); ідеї про ресурси функціонування зв'язків із громадськістю в організаційних структурах різних форм власності (В. Королько [6], В. Мойсєєв [15]); концепцію прикладних аспектів використання зв'язків з громадськістю (В. Мойсєєв [15], Т. Примак [16], М. Зубарева [11]); ідеї про структуру сучасних PR-спільнот (В. Королько [6], Є. Тихомирова [10]); методи підвищення ефективності PR-освіти (М. Катліп [3], В. Королько [5]) та ін.

Аналіз ситуації на українському освітньому ринку дозволяє зробити певні узагальнення щодо проблем, які стоять на шляху вдосконалення професійної освіти за фахом «зв'язки з громадськістю в Україні».

По-перше, слід зазначити, що проблеми підготовки фахівців з PR в Україні багато в чому схожі



з проблемами їх професійної підготовки в усьому світі. «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» [17, 4]. Ярина Ключковська, голова правління UAPR, генеральний директор Nordis PR Ukraine, наголосила на потребі системної професійної освіти для PR-фахівців і на відсутності такої в Україні. Погоджується з Яриною Ключковською і Мирослав Когут, член Чартерного інституту PR у Лондоні, член-засновник Української асоціації PR, віце-президент Romug & Associates Ukraine Ltd, який відмітив, що галузь PR доволі молода не тільки в Україні, а й за кордоном. Перші академічні програми з'явилися у Великобританії лише в 80-х рр. минулого сторіччя. Тому питання, що викладати, як викладати та хто повинен навчати майбутніх фахівців з PR, залишаються відкритими [18]. Відомий дослідник А. Кривоносов свого часу зазначав, що сучасний український PR характеризується проблемами, подібними до інших країн пострадянського простору: недостатністю розуміння громадськістю глибокого змісту, методів і прийомів діяльності PR-фахівців; відсутністю продуманої системи підготовки. Водночас збільшується кількість PR-підрозділів (під вивіскою «прес-служб») у межах структур законодавчої та виконавчої влади. Однак їх діяльність часто має «спорадичний та безсистемний» характер і націлена на одноразовий ефект «пожежної команди», а не служби з «техніки безпеки» [12, 61]. Призначення PR-освіти впливає із соціальної місії Інституту зв'язків із громадськістю, мета якого навчити «формуванню оптимального комунікативного середовища суб'єкта (країна, організація, окрема особа), ефективний для нього публічний дискурс і публісیتی, позитивну громадську думку про соціальну позицію та діяльність суб'єкта, зміцнювати його репутацію» [9, 122]. Тим часом, зазначає В. Королько, «практичне вирішення цього питання навіть у провідних країнах Заходу, де функціонування професійної системи PR має майже столітню історію, ще не можна вважати остаточною» [5, 172].

По-друге, незважаючи на те, що різні соціальні інститути сучасної України – державні й приватні корпорації, громадські та навчальні установи, профспілки і релігійні громади, шоу-бізнес та органи державної влади – дедалі активніше у своїй діяльності використовують працю фахівців у галузі PR (це саме ті соціальні інститути, існування та благополуччя яких ґрунтується на вдало сформованому ставленні до них з боку громадськості), в Україні, на відміну від інших країн, «зв'язки з громадськістю» (PR) внесені до списку спеціальностей, за якими почали готувати дипло-

мованих фахівців на рівні бакалаврату лише з 2007 р., а кадрів рівня «спеціаліст» та «магістр» – лише з 2010 р. Але певна кількість вузів чи комерційних шкіл нерідко пропонують PR-освіту або підвищення кваліфікації на підставі не акредитації, а тимчасових ліцензій профільного міністерства, і ця обставина істотно позначається на українській системі PR-освіти.

По-третє, є проблеми концептуального характеру, серед яких: недостатня розробленість моделей PR-освіти, методик і технологій викладання, брак відповідних навчальних планів та адаптованих до практики підручників і посібників, а також відсутність традиції регулярного обговорення актуальних проблем і досягнень у галузі (нами пропонується впровадження постійного діалогу у форматі засідань, круглих столів та офлайн і онлайн-конференцій, присвячених стану PR в Україні, що дасть можливість обговорення проблем і досягнень у галузі з боку практиків, теоретиків та викладачів із PR). В цілому в Україні питання про зміст навчальних планів по PR, про методики викладання PR-курсів практично поки що колективно не обговорювалося. 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. В гіршому випадку (особливо в комерційних школах і на курсах підвищення кваліфікації) виходить еkleктичне, довільне поєднання елементів маркетингу, реклами, журналістики, окремих комунікаційних технологій (аж до нейро-лінгвістичного програмування), за принципом «що є під руками» (залежно від того, кого з числа тренерів, коучерів, викладачів вдалося знайти і залучити). Така PR-освіта чи підвищення PR-кваліфікації далекі від сучасних світових стандартів, а часом і від PR як особливої сфери науки і практики» [5, 178]. Тому, зважаючи на стрімкий розвиток PR в Україні і в світі, є потреба започаткувати обов'язкове підвищення фахової кваліфікації (можливо, раз на два роки), яка відповідала б сучасним світовим стандартам, рекомендаціям Міжнародної асоціації PR у галузі PR-освіти [19]. Відчувається також необхідність використання досвіду закордонних колег, зокрема CIPR, що відіграє провідну роль у сфері освіти й тренінгів для індустрії комунікацій. До зазначених пропозицій треба додати підтримку видання професійних журналів з PR, науково-практичних видань, стимулювати наукові дослідження як галузі, так і PR-освіти зокрема. «Професія PR – це спосіб життя, який передбачає постійне вдосконалювання знань і навичок у сфері суспільних комунікацій. До того ж, оскільки галузь розвивається дуже динамічно, хороший фахівець не повинен нехтувати можливістю здобути нові знання не тільки з книг та підручників, а й



брати участь у різних проектах, спрямованих на розвиток практичних навичок роботи в галузі» [18].

По-четверте, ще однією важливою проблемою вважаємо недостатнє кадрове забезпечення навчального процесу: більшість викладачів паблік рилейшнз – це журналісти, психологи, філологи, історики, соціологи, маркетологи, економісти, які перекваліфікувалися на нову галузь. Більшість із них мають дуже приблизне уявлення про сучасну філософію, місію та практичний зміст паблік рилейшнз. Тих хто володіє практичним досвідом у PR, не приваблює викладацька діяльність за браком часу, відсутністю досвіду викладання та недостатнім матеріальним заохоченням.

Узагалі на нинішньому етапі розвитку PR в Україні кадрове забезпечення галузі представляють такі групи: штатні PR-спеціалісти – працівники компанії, котрі опікуються не лише її просуванням (залежно від цільової аудиторії, на яку спрямовано їхню діяльність, вони здійснюють зовнішній або внутрішній PR та посідають відповідне місце у компанії: у відділі маркетингу чи в службі роботи з персоналом); зовнішні провайдери PR-послуг (як правило, це PR-агенції, рекламні агенції повного циклу або незалежні PR-консультанти); тренінгові компанії та зовнішні бізнес-тренери (ця категорія гравців опікується підготовкою та навчанням PR-спеціалістів для двох попередніх груп) [11]. Усі вони потребують якісної фахової підготовки в межах цілісної концептуально визначеної PR-освіти.

Світовий досвід розвитку паблік рилейшнз доводить, що робота в цій сфері вимагає комплексної підготовки. В. Королько вважає, що система PR-освіти «повинна охоплювати: *по-перше*, фундаментальну освіту в галузі суспільних наук, що дозволяє зрозуміти, як людина спілкується, як пристосовується до змін, як поводить себе в невеликих колективах, організаціях і соціальних групах; *по-друге*, розуміння людських потреб, мотивів поведінки і методів переконання людини, а також того, як вона пристосовується до мінливих умов і за яких обставин відчуває себе найупевненіше; *по-третє*, знання політичних систем, теорій державного та соціального управління; *по-четверте*, розвиток навичок журналіста, редактора, оратора, дизайнера, вміння використовувати широкий набір методів комунікації на основі сучасних технічних засобів; *по-п'яте*, знання бізнесу, володіння термінологією, насамперед у конкретних спеціалізованих сферах» [5, 176]. Оскільки сьогодні «спостерігається, з одного боку, вузька спеціалізація працівників PR, а з другого боку, з'являються менеджери зі зв'язків із громадськістю, для яких важливі знання та вміння в галузі бізнесу, права, фінансів, менеджменту» [10, 82], то тут чітко простежується потреба комплексної підготовки фахівців зі зв'язків із громадськістю, можливість засто-

сування спеціалізованих моделей професійної підготовки та перепідготовки PR-фахівців, зокрема: «академічної моделі», «журналістської моделі», «бізнес-моделі» [5].

У зв'язку з тим що у професійну сферу паблік рилейшнз ідуть працівники іншого фаху, а сама практика постійно збагачується і змінюється, то особливого значення набуває потреба розподілу системи підготовки працівників для сфери паблік рилейшнз на дві частини: на систему базової підготовки у спеціальних навчальних закладах та на систему постійної перепідготовки піарменів, які вже практикують [6, 45].

По-шосте, проблемою є небажання бачити межі між утилітарністю та серйозною роботою з формування PR як сфери професійної діяльності. «Для тих, хто представляє вузівський і практичний «цех» PR-фахівців, завдання сьогодні полягає, з одного боку, в очищенні PR від усього наносного, чи навіть у захисті повноцінності спеціальності «зв'язки з громадськістю», за якою слід готувати дипломованих фахівців. З другого боку, не менш важливим є завдання підвищення професії до рівня єдиних норм та вимог науки, освіти і практики, «відмивання» її від патини так званих «чорних PR». Інакше кажучи, становлення цивілізованих PR вимагає тривалої роботи в цьому напрямі, що має стати іспитом із перевірки нашої професійної зрілості» [5, 170]. Суспільство, в якому освіта стає справжнім капіталом і головним ресурсом, висуває нові, притому жорсткі вимоги до підготовки фахівців у сенсі їх освітньої відповідності потребам демократизації суспільства в Україні.

По-шосте, сьогодні вже відбувається формування змісту і сутності функціонування сучасної професійної PR-освіти в Україні. Професійна підготовка у сфері зв'язків із громадськістю має відповідати викликам часу, розвиватися в контексті гуманістичної філософії освіти, «оскільки гуманістична концепція холістична, тобто позбавлена статистичного, безособистісного підходу до людини, яка постає при цьому не сукупністю пізнавальних процесів та психічних властивостей, а цілісною особистістю. Найважливіше в цьому підході не формування нормативних знань, а механізмів саморозвитку, самовиховання з урахуванням максимального вияву індивідуальних здібностей» [20, 7]. Це можна вважати методологічною основою розвитку та функціонування сучасної вітчизняної системи професійної PR-освіти. Отже, перехід від освітньої парадигми індустріального суспільства до освітньої парадигми постіндустріального суспільства означає, насамперед, відмову від розуміння PR-освіти як отримання готового знання та уявлення про фахівця як носія готового знання. На зміну приходить надбання особистості як способу її самореалізації в житті, як засіб побудови особистої кар'єри. А це змінює і мету освіти, і



мотив навчання, і норми, і форми, і методи, і роль викладача і т. ін. Це стосується змісту освітніх програм з фаху, структури навчального процесу, охоплення галузей діяльності, типу і тривалості програм, форм організації навчального процесу, використовуваних методів, прийомів і кадрів, які залучаються до педагогічної роботи в закладах освіти, що готують фахівців з PR, здатності навчальних закладів швидко відгукуватися на виникнення нових потреб, передбачати їх, створювати гнучкі та сприйнятливі до змін структури, змінювати критерії до PR-освіти.

І, нарешті, це проблема відсутності систем мотивацій, стимулювання інноваційної діяльності в системі PR-освіти. У наш час найважливішим є виховання людини інноваційного типу мислення та культури, проектування акмеологічного освітнього PR-простору з урахуванням інноваційного розвитку його галузей, запитів особистості, потреб суспільства і держави. Сучасний ринок праці вимагає від фахівця в галузі зв'язків з громадськістю не лише глибоких теоретичних знань, а спроможності самостійно їх застосовувати в нестандартних, часто змінюваних життєвих ситуаціях, що уможливить перехід від суспільства знань до суспільства життєво компетентних громадян.

У сучасній Україні доволі бурхливо розвиваються практично всі види PR, з'явилися процеси інтенсивного лобювання професійних інтересів фахівців у галузі зв'язків із громадськістю. «Професійна група PR-фахівців дедалі активніше посідає нові ніші в соціально-стратифікаційних процесах сучасного суспільства» [17, 6], фахівці в галузі зв'язків із громадськістю, як професійна група, впевнено обіймають своє місце в соціально-професійній структурі сучасного українського суспільства, вони отримують високі посади в структурі сучасних організацій, нерідко PR-фахівці визначають стратегію розвитку бізнесу, до їхньої думки прислухаються перші особи різних підприємств і державних органів влади. Необхідні сьогодні модернізація та розвиток PR-освіти повинні набути випереджального неперервного характеру, гнучко реагувати на всі процеси, що відбуваються у професійному середовищі, у світі і в Україні, оскільки підвищення якісного рівня освіти має спрямовуватися на забезпечення економічного зростання країни та вирішення соціальних проблем суспільства. Якісна PR-освіта є невід'ємною умовою забезпечення сталого розвитку суспільства, консолідації всіх його інституцій, гуманізації суспільно-економічних відносин, формування нових життєвих орієнтирів особистості.

Отже, результати дослідження дозволяють нам дійти висновку, що до найгостріших проблем PR-освіти належать: недостатня відповідність освітніх послуг сфері PR-вимог суспільства, запитів особистості, потреб ринку праці; недосконалість змісту

PR-освіти: відсутність державних освітніх стандартів, недосконалість навчальних планів, програм та підручників; недостатня зорієнтованість структури і змісту PR-освіти на потреби ринку праці, сучасні економічні виклики; відсутність систем мотивацій, стимулювання інноваційної діяльності в системі PR-освіти та нівелювання ризиків негативних наслідків зазначеної діяльності; потреба вдосконалення системи підготовки, перепідготовки, підвищення кваліфікації, науково-педагогічних та управлінських кадрів, задіяних у підготовці фахівців для PR-сфери. На часі розробка стандартів вищої PR-освіти нового покоління, узгоджених з новою структурою освітньо-кваліфікаційних (освітньо-наукових) рівнів вищої освіти.

Модернізація змісту PR-освіти й організація її адекватно до світових тенденцій та вимог ринку праці – головне завдання сьогодні, яке потребує подальшої наукової розвідки.

1. *Проект* Національної стратегії розвитку освіти в Україні на 2012–2021 роки [Електронний ресурс]. – URL: mon.gov.ua/images/files/10.../3%20var.doc.
2. Black S. Public Relations Education – Recommendations and Standards // International Public Relations Association. Gold Paper. – 1990. – № 7 (September). – P. 3–15.
3. Катлип С. М. Паблик рилейшнз. Теория и практика : учеб. пособ. / С. М. Катлип, М. Скотт, Аллен Х. Сентер, Глен М. Брум ; [пер. с англ.]. – М. : ИД «Вильямс», 2008. – 624 с.
4. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-Бук ; Ваклер, 2005. – 640 с.
5. Королько В. Паблик рилейшнз: проблемы образования (международный опыт и украинские реалии) / В. Г. Королько, О. В. Некрасова // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2004. – № 2. – С. 169–184.
6. Королько В. Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика : підручник для студ. вищ. навч. заклад. / В. Г. Королько, О. В. Некрасова. – К. : ВД «Києво-Могилянська академія», 2009. – 831 с.
7. Різун В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій [Електронний ресурс] // [Наук. стор. проф. Володимира Різун] / Ін-т журналістики: [сайт]. – К., 2011. – URL: http://journal.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf.
8. *Журналістика* в парі та пар у журналістиці / упоряд.: В. Ф. Іванов, О. С. Дудко. – К. : Грамота, 2010. – 288 с.
9. Квіт С. Масові комунікації : підручник для студ. вищ. навч. заклад. / С. Квіт. – К. : ВД «Києво-Могилянська академія», 2008. – 206 с.
10. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю : навч. посіб. / Є. Б. Тихомирова. – К. : НМЦВО, 2001. – 560 с.
11. Зубарева М. А. Робочі аспекти PR в Україні [Електронний ресурс] / М. А. Зубарева. – URL: <http://journal.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2369>.
12. Кривоносов А. Д. Опыт анализа истории европейского PR // Петербургская школа PR: от теории к



практике : сб. ст. — С.Пб. : Роза мира, 2003. — Вып. 1. — С. 61.

13. *Шишкина М. А.* Паблік рилейшнз в системе социального управления / М. А. Шишкина. — С.Пб : СПбГУ, 1999. — 442 с.

14. *Чумиков А. Н.* Связи с общественностью : учеб. пособ. для студ. управленч. спец. вузов / А. Н. Чумиков. — М. : Дело, 2001. — 296 с.

15. *Мойсеев В. А.* Паблік рилейшнз : навч. посіб. / В. А. Мойсеев. — К. : Академвидав, 2007. — 224 с.

16. *Примак Т. О.* Паблік рилейшнз у бізнесі : навч. посіб. / Т. О. Примак. — К. : КНЕУ, 2006. — 176 с.

17. *Корнеева Е. И.* Связи с общественностью и особенности их адаптации к современным условиям : автореф. дис. ... канд. социол. наук.: 22.00.04 / Е. И. Корнеева ; Иркутский гос. ун-т. — Иркутск, 2007. — 26 с.

18. *Круглий стіл «Вітчизняна PR-освіта: реалії, проблеми, перспективи»* [Електронний ресурс]. — URL: <http://www.osvita.org.ua/news/62316.html>.

19. *A Model for Public Relations Education for Professional Practice.* IPRA Education and Research Committee with the IPRA International Commission on Public Relations Education // International Public Relations Association. Gold Paper. — 1982. — № 4 (January). — P. 3–12.

20. *Зязюн І. А.* Сучасна освіта в контексті гуманістичної філософії // Діалог культур: Україна у світовому контексті. Філософія освіти : зб. наук. пр. / ред. кол.: І. А. Зязюн (голова ред.), С. О. Черепанова (упоряд. і відп. ред.), Н. Г. Ничкало, В. Г. Скотний та ін. — Львів : Світ, 1999. — Вип. 4. — С. 5–12.

Подано до редакції 25. 11. 2012 р.

Berezenko Vita.

The problems of professional training improvement of “Public relations” discipline in Ukraine

The article deals with the modern problems of improvement of PR-education which public relations and its professional community in Ukraine face to.

Keywords: PR, PR-education, public relations, professional group, professional association, professional training.

Березенко В. В.

Проблеми совершенствования профессиональной подготовки по специальности «связи с общественностью» в Украине.

В статье определяются современные проблемы совершенствования PR-образования, которые стоят перед связями с общественностью и их профессиональным сообществом в Украине.

Ключевые слова: PR, PR-образование, связи с общественностью, профессиональная группа, профессиональное сообщество, профессиональная подготовка.

