

## ЗВ'ЯЗОК З ГРОМАДСЬКІСТЮ ЯК НАПРЯМ ПІДГОТОВКИ ЖУРНАЛІСТІВ

© Башкір О.І., 2020

<https://orcid.org/0000-0001-5237-9778>

<http://doi.org/10.34142/2312-2471.2020.63.01>

Сьогодні в Україні відбувається підготовка фахівців зі зв'язків з громадськістю на окремих кафедрах факультетів філологічного спрямування. Зв'язок з громадськістю посідає важливе місце в підготовці журналіста. Метою статті є виявлення значення підготовки журналістів за напрямом зв'язку з громадськістю у закладах вищої освіти України. Підготовка журналіста ХХІ сторіччя зумовлює реагування на соціальні запити розвитку громадськості, урахування та передбачення перспектив розвитку соціуму в економічному, політичному, освітньому, культурному напрямках, задоволення потреб як замовника, так і споживача, дотримання принципів об'єктивності та доброчесності подачі матеріалу, організацію зворотного зв'язку зі споживачами інформаційного контенту. До журналіста висувається низка вимог, що зумовлюють напрями його підготовки, одним з яких є зв'язок з громадськістю. Піар-підготовці майбутнього журналіста сприяють розвиток медіа-освіти в Україні, підписання відповідних постанов, відкриття при закладах вищої освіти профільних кафедр, написання навчальних посібників і підручників, вивчення й аналіз світового досвіду PR-освіти низкою українських дослідників сучасності. У компетентнісній парадигмі майбутнього журналіста зв'язок з громадськістю охоплює здатність на високому організаційно-правовому, технічному й змістовому рівні розробляти та реалізовувати новаторські медіа-продукти, володіння основними технологічними інструментами й творчими навичками, необхідними для роботи в креативних індустріях, спроможність створювати медіаконтент різного ступеня складності для різних каналів комунікації, умінням швидко й оперативно визначати оптимальний формат подачі медійного продукту, уявлення про те, який контент кращий і яку технологію застосовувати, враховуючи психолого-поведінкові особливості сучасних споживачів.

**Ключові слова:** журналіст, підготовка, зв'язок з громадськістю, медіа-освіта, компетентність.

### ***Bashkir O.I. Public Relationship as a Direction of Journalists Training***

Today the specialists training in the field of public relations (PR) takes place at departments of the philological faculties in Ukraine. However, public relations play an important role in training a journalist. The purpose of the article is to identify the importance of journalists training in the field of public relations in higher education institutions of Ukraine. Training a journalist of the XXI century leads to the response

*to social demands of the public development, accounting and prediction of the prospects for the society development in the economic, political, educational, cultural areas, meeting the needs of both a customer and a consumer, adhering to the principles of objectivity and virtue of presenting material, organizing feedback with consumers of information content. A number of requirements for a journalist determine the direction of his/her training, one of them is public relations. The development of media education in Ukraine, the signing relevant decrees, the opening of specialized departments at higher education institutions, the writing of textbooks, the study and analysis of the world experience of PR education by a number of modern Ukrainian researchers contribute to the PR training of a future journalist. In the competence paradigm of a future journalist, public relations encompass the ability at a high organizational, legal, technical and content level to develop and implement innovative media products, mastery of the basic technological tools and creative skills necessary to work in creative industries, the ability to create media content of varying degrees of complexity for various communication channels, the ability to determine quickly and efficiently the optimal format for presenting a media product, an idea of which content is better and which technology to use, taking into account the psychological and behavioral characteristics of modern consumers.*

**Key words:** *competence, journalist, media education, public relations, training.*

**Постановка проблеми.** З розвитком цифрового суспільства виникає потреба в оновленні підготовки журналіста як фахівця не лише подачі цікавої та необхідної інформації для соціуму, але й налагодження зв'язків з громадськістю. На терені українського мас-медіа цей напрям журналістики активно почав розвиватися наприкінці 1980-х років після аварії на Чорнобильській АЕС, коли державним структурам необхідно було знати думку громадськості стосовно трагедії та її наслідків. Сьогодні ж цей зв'язок має не лише політичну, економічну та комерційну необхідність, але й культурну, освітню, просвітницьку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Процес становлення й розвитку зв'язку з громадськістю як професійної діяльності вивчали українські та зарубіжні дослідники С. Блек, М. Катліп, С. Квіт, В. Королько, А. Кривоносов, В. Іванов, Г. Поцепцов, В. Різун, Є. Тихомирова, М. Шишкіна, А. Чумиков та ін.

Варті уваги з погляду підготовки фахівців зі зв'язків з громадськістю дисертаційні дослідження Т. Коржової, А. Нуржинської, І. Тітаренко та ін. Зокрема, у дослідженні Т. Коржової з'ясовано стан наукової розробленості й окреслено методологію дослідження проблеми професійної підготовки піар-фахівців у закладах вищої освіти (ЗВО) України; відстежено вплив зовнішніх і внутрішніх факторів на ефективність фахової підготовки піарників у вищій школі; узагальнено зарубіжний досвід підготовки фахівців з піару; проаналізовано генезу й сучасний стан PR-освіти в Україні; окреслено й систематизовано нормативно-правове та методичне забезпечення процесу навчання фахівців із паблік рілейшнз у ЗВО України.

У роботі також розроблено модель дуальної PR-освіти на засадах компетентнісно-інтегративного підходу; охарактеризовано процес удосконалення інноваційної діяльності науково-педагогічних працівників вищої школи, розкрито зміст технологізації професійної підготовки PR-фахівців; сформульовано рекомендації щодо розробки й упровадження стандарту вищої освіти з підготовки фахівців у галузі зв'язків з громадськістю [4].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Вивчення стану проблеми підтверджує доречність уточнення місця зв'язку з громадськістю в системі підготовки журналістських кадрів.

**Метою** статті є виявлення значення підготовки журналістів за напрямом зв'язку з громадськістю у закладах вищої освіти України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Французький дослідник Ф. Буарі під поняттям «зв'язок з громадськістю» розуміє «поведінкову мораль групи, стратегію і технологію комунікації, істинне доповнення гуманітарних наук, мета якого встановлення й підтримання довірчих відносин, заснованих на знанні один одного та взаєморозумінні» [1, с.7].

Е. Бернейз у це поняття вкладає «зусилля та заходи, покликані налагодити взаємодію між особистістю, ідеєю або іншою одиницею громадськості, від якої вона залежить, спрямовані на те, щоб переконати громадськість змінити свої дії, а ще на гармонізацію діяльності організації відповідно до інтересів громадськості і навпаки» [11].

На сьогодні існує два напрями дослідження підготовки фахівців зі зв'язку з громадськістю: як складник підготовки журналістів та як окрема галузь. Часто зв'язок з громадськістю ототожнюють з піар-діяльністю, основною метою якої є, на переконання Т. Коржової, «захист репутації фірми, скерування громадської думки на досягнення максимально ефективного функціонування фірми чи організації» [4, с. 37].

Аналіз нормативних документів свідчить, що до 2006 року згідно з Постановою Кабінету Міністрів України від 18 травня 1994р. №325 «Перелік напрямів підготовки фахівців з вищою освітою за професійним спрямуванням, спеціальностей різних кваліфікаційних рівнів та робітничих професій» [8] та Постанови Кабінету Міністрів України від 24 травня 1997р. «507 «Про перелік напрямів та спеціальностей, за якими здійснюється підготовка фахівців у вищих навчальних закладах за відповідними освітньо-кваліфікаційними рівнями» [9] на національному рівні не відбувалася підготовка фахівців зі зв'язків з громадськістю у ЗВО України. Хоча в 1990-х роках уже простежувалися тенденції розвитку PR-освіти [5, с.53].

Так, в інституті міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка ще в 1993 році було організовано першу кафедру міжнародних комунікацій та зв'язку з громадськістю. Згодом (1997р.) видано перший в Україні навчальний посібник «Основи публік релейшинз». А з 1998 року курс «Основи зв'язків із громадськістю» було розпочато і в Національному університеті «Києво-Могилянська академія». Цього ж року на

базі Інституту соціології НАН України перша ліцензійна комерційна Київська школа паблік рілейшинз [10, с.161; 5, с.53].

У 2001 році на кафедрі організації масово-інформаційної діяльності Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка було розпочато підготовку за новою спеціалізацією «Реклама та зв'язки з громадськістю». Саме ці події зумовили І. Рябець виокремити етапи розвитку підготовки фахівців зі зв'язків із громадськістю. *Перший етап – підготовчий (1994-2006)* – становлення професійної підготовки майбутніх фахівців із зв'язків з громадськістю за роки незалежності України [10, с.150-152].

На думку дослідниці, *другий етап – початковий (2006-2010)* – зумовлений Постановою Кабінету Міністрів України №1719 від 13 грудня 2006 р. «Про перелік напрямів, за якими здійснюється підготовка фахівців у вищих навчальних закладах за освітньо-кваліфікаційним рівнем бакалавра» [6]. Цією Постановою було закладено початок нового напрямку підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю (за видами діяльності)» за рівнем «бакалавр».

Із реалізації Постанови Кабінету Міністрів України №787 від 27 серпня 2010 р. «Про затвердження переліку спеціальностей, за якими здійснюється підготовка фахівців у вищих навчальних закладах за освітньо-кваліфікаційними рівнями спеціаліста і магістра» [7], на думку І. Рябець, розпочався *третій етап* професійної підготовки майбутніх фахівців із зв'язків із громадськістю – *основний (2010-2014)*.

Підготовка почала здійснюватися за освітньо-кваліфікаційним рівнем «бакалавр» за галуззю знань «Журналістика та інформація» (0303), за напрямом підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю» (за видами діяльності) (6.030302). За освітньо-кваліфікаційним рівнем «магістр» – за галуззю знань «Журналістика та інформація» (0303), за напрямом підготовки «Зв'язки з громадськістю» (7.03030202 та 8.03030202) [10, с.150-152].

За переконанням О. Гаврюшенко, на початку 2000-х років підготовка магістрів з медіа-комунікацій в Україні майже на 100% зосереджена була на факультетах журналістики і передбачала створення певної варіативності для бакалаврів цих факультетів. Відповідно, магістерські програми були жорстким, чітким і логічним продовженням бакалаврських програм. 2010-ті роки стали початком підготовки фахівців із мас-медіа в різних закладах освіти.

Так, варто звернути увагу на підготовку магістрів кафедрою культурології та медіа-комунікацій Харківської державної академії культури (ХДАК). Звичайно, концепція підготовки в цьому ЗВО була культурологічною. У процесі підготовки магістранти отримували знання соціальної та культурної сфер, відповідних трансформацій, що відбувалися в суспільстві, а також системні базові знання у сфері медіа, інформаційної культури, масових комунікацій у цілому та комунікативні компетентності для роботи в медіа-просторі [2, с. 97-103].

Навчальним планом спеціальності «Медіа-комунікації» в ХДАК передбачено підготовку універсального фахівця, здатного на високому



організаційно-правовому, технічному й змістовному рівні розробляти та реалізовувати новаторські медіа-продукти, фахівця, котрий професійно володіє основними технологічними інструментами й творчими навичками, необхідними для роботи в креативних індустріях, який спроможний створювати медіаконтент різного ступеня складності для різних каналів комунікації [2, с. 97-103].

На думку Т. Коржової, випускники кафедр, котрі здійснюють підготовку фахівців зі зв'язків з громадськістю, мають володіти низкою наукомістких компетенцій, які забезпечать умінням швидко й оперативно визначати оптимальний формат подачі медійного продукту, мати чітке уявлення про те, який контент кращий і яку технологію застосовувати, враховуючи психолого-поведінкові особливості сучасних споживачів: «належний рівень освіченості, підвищена потреба в інформації та висока інформованість, індивідуалізм і вимога персоналізації, недовіра до ЗМІ і реклами, мінливість, висока мобільність, спонтанність рішень, фізична та розумова активність на роботі чи під час відпочинку» [4, с. 54].

Під час підготовки майбутніх журналістів до професійної діяльності в напрямі зав'язків з громадськістю слід віддавати перевагу предметам, які розвивають інтелектуальні здібності студентів, дозволяють їм розумно підходити до технічних, економічних і культурних змін та їх різноманітності, дають можливість набувати таких якостей, як ініціативність, дух підприємництва і пристосовність, а також дозволяють їм упевнено працювати в сучасному виробничому середовищі» [4, с. 59].

Рушієм для підготовки журналістів в напрямі зв'язків з громадськістю є вивчення й аналіз світового досвіду PR-освіти, який не може бути проігнорованим, як і регіонально-культурні та історичні особливості. Працюючи над становленням PR як професійної галузі та освітнього напрямку в Україні, варто звернути увагу на кілька важливих у методологічному плані аспектів: по-перше, слід враховувати культурно-історичний та регіональний контекст підготовки PR-фахівців у закладах вищої освіти України; по-друге, освіта має бути інтегрованою і здійснюватися на міждисциплінарних засадах; по-третє, розвивати власну методологічну і наукову школу PR; по-четверте, особлива увага має бути звернена на формування дисциплінарного блоку; по-п'яте, має бути співпраця академічного середовища з реальним сектором PR [4, с. 80-81].

Значним поштовхом для розвитку медіа-освіти стала схвалена 20 травня 2010 року Постановою Президії Національної академії педагогічних наук України Концепція впровадження медіа-освіти в Україні [3], що стало важливим складником модернізації освіти, яка сприяла розбудові інформаційного суспільства, розвитку економіки знань, створенню громадянського суспільства.

**Висновки.** Підготовка журналіста XXI сторіччя є невимовно складною, оскільки має реагувати на соціальні запити розвитку громадськості, враховувати і навіть передбачати перспективи розвитку соціуму, задовольняти

потреби як замовника, так і споживача, і при цьому відповідати принципам об'єктивності та чесності. До журналіста висувається низка вимог, що зумовлюють напрями його підготовки, одним з яких є зв'язок з громадськістю. Цікавим є те, що за цим напрямом здійснюється підготовка PR-фахівців на окремих кафедрах, однак зв'язок з громадськістю є важливою компетентністю і фахівця з журналістики.

**Перспективою подальших розвідок** є виявлення особливостей підготовки PR-фахівців як перспективного напрямку підготовки майбутніх журналістів.

### *Література*

1. Буари Ф. А. Паблик рилейшнз, или Стратегия доверия : пер. с фр. Москва : ИМИДЖ-Контакт : ИНФРА-М, 2001. с.7.
2. Гаврюшенко О.А. Концепція магістерської програми зі спеціальності «медіа-комунікації» в ЗДАК. *Культура України*. 2013. Вип. 42. С. 97–103
3. Концепція впровадження медіа-освіти в Україні. URL: <http://balakliya-school2.edu.kh.ua/Files/downloads/Концепція%20впровадження%20медіаосвіти%20в%20Україні.pdf>. (Дата звернення: 29.07.2019).
4. Коржова Т.В. Професійна підготовка фахівців зі зв'язків з громадськістю у закладах вищої освіти України : дис. ... канд. наук із соціальних комунікацій : 27.00.06 / Київський національний університет культури та мистецтв. Київ, 2019. 243 с.
5. Королько В.Г., Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 1997. 831с.
6. Постанова Кабінету Міністрів України №1719 від 13 грудня 2006р. «Про перелік напрямів, за якими здійснюється підготовка фахівців у вищих навчальних закладах за освітньо-кваліфікаційним рівнем бакалавра». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1719-2006-п#Text> (Дата звернення: 29.07.2019).
7. Постанова Кабінету Міністрів України №787 від 27 серпня 2010 р. «Про затвердження переліку спеціальностей, за якими здійснюється підготовка фахівців у вищих навчальних закладах за освітньо-кваліфікаційними рівнями спеціаліста і магістра». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/787-2010-п#Text> (Дата звернення: 29.07.2019).
8. Постанова Кабінету Міністрів України від 18 травня 1994р. №325 «Перелік напрямів підготовки фахівців з вищою освітою за професійним спрямуванням, спеціальностей різних кваліфікаційних рівнів та робітничих професій». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/325-94-п#Text> (Дата звернення: 29.07.2019).
9. Постанови Кабінету Міністрів України від 24 травня 1997р. «507 «Про перелік напрямів та спеціальностей, за якими здійснюється підготовка фахівців у вищих навчальних закладах за відповідними освітньо-кваліфікаційними рівнями». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/507-97-п#Text> (Дата звернення: 29.07.2019).

**10.** Рябець І.В. Етапи становлення професійної підготовки майбутніх фахівців із зв'язків з громадськістю за роки незалежності України. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Педагогіка, соціальна робота». №30. С.150–152.

**11.** Bernays Edward L. Crystallizing Public Opinion. URL: <http://sttpml.org/wp-content/uploads/2014/06/5369599-Crystallizing-Public-Opinion-Edward-Bernays.pdf> (date of treatment: 12.12.2018).

### **References**

**1.** Buari, F. A. (2001). *Public relations or the strategy of trust*. Moscow: Imidzh-kontakt. 2001. P.7.

**2.** Gavriushenko, O. A. (2013). *The concept of the master's program in the specialty "media communication"* (pp. 91–103). Kultura Ukrainy.

**3.** *The concept of media education implementation in Ukraine*. Retrieved from <http://balakliyaschool2.edu.kh.ua/Files/downloads/Концепція%20впровадження%20Омедіаосвіти%20в%20Україні.pdf>

**4.** Korzhova, T.V. (2019). Professional training of public relations specialists in higher education institutions of Ukraine (PhD's Thesis). Kyiv: Kyiv National University of Culture and Art.

**5.** Korolko, V. G., Nekrasova, O. V. (1997). *Public Relations. Scientific bases, methods, practice*. Kyiv: Ed. Kyiv-Mohyla Academy House.

**6.** Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine №1719 of December 13, 2006. "On the list of areas in which training is carried out in higher educational institutions at the educational and qualification level of a bachelor". Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1719-2006-п#Text>

**7.** Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine №787 of August 27, 2010 "On approval of the list of specialties for which training of specialists is carried out in higher educational institutions at the educational and qualification levels of specialist and master." Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/787-2010-п#Text>

**8.** Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of May 18, 1994 №325 "List of areas of training of specialists with higher education in professional fields, specialties of different qualification levels and working professions." Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/325-94-п#Text>

**9.** Resolutions of the Cabinet of Ministers of Ukraine №507 of May 24, 1997. "On the list of areas and specialties in which the training of specialists in higher educational institutions at the appropriate educational and qualification levels." Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/507-97-п#Text>

**10.** Riabets, I. V. Stages of formation of professional training of future public relations specialists during the years of Ukraine's independence. *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series "Pedagogy, social work"*, 30, 150-152.

**11.** Bernays Edward L. Crystallizing Public Opinion. URL: <http://sttpml.org/wp-content/uploads/2014/06/5369599-Crystallizing-Public-Opinion-Edward-Bernays.pdf>