

Раскрывается важность развития умений и навыков у студентов университета проводить деловые беседы.

Ключевые слова: деловые беседы, ориентирование в ситуации и людях, правила этикета.

The article deals with the importance of developing skills in university students hold business discussions.

Keywords: business conversations, assessing the situation and the people, the rules of etiquette.

УДК 378

І.В. Рябець

КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ІЗ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Тези присвячено комунікативному аспекту інформаційної діяльності майбутніх фахівців із зв'язків з громадськістю.

Ключові слова: інформаційна діяльність, одностороння модель PR-комунікації, двостороння модель PR-комунікації.

За своєю сутністю людська діяльність є соціальною. На думку провідного вітчизняного науковця С.Максименка «діяльність людини – це свідомо активність, що виявляється в системі дій спрямованих на досягнення поставленої мети» [3, 53]. Розглядаючи інформаційну діяльність, як один із різновидів людської діяльності важливо зазначити, що згідно статті 9 Закону України «Про інформацію» «основними видами інформаційної діяльності є створення, збирання, одержання, зберігання, використання, поширення, охорона та захист інформації» [1].

Метою діяльності сучасних фахівців із зв'язків з громадськістю є «встановлення двостороннього спілкування для визначення спільних уявлень або спільних інтересів та досягнення взаєморозуміння» [2, 15]. Досягнення такого взаєморозуміння при двосторонньому спілкуванні в діяльності фахівців із зв'язків з громадськістю має власні особливості та може зреалізовуватися через певні притаманні PR-діяльності моделі. Йдучи за методологією Дж. Грюніга [5, 285], виділяють чотири основні моделі PR-діяльності: 1) «пропаганда», «паблісіті» або «маніпуляція»; 2) «інформування»; 3) «двостороння асиметрична комунікація»; 4) «двостороння симетрична комунікація».

Сутність першої моделі PR-діяльності полягає у приверненні уваги громадськості будь-якими засобами та формами з подальшим тиском на неї

для підкорення певним інтересам. У цьому випадку громадськість розглядається як пасивний реципієнт. При реалізації цієї моделі правдивість і об'єктивність інформації не є обов'язковою умовою, етичні аспекти інформаційно-комунікаційної діяльності ігноруються, зворотній зв'язок з громадськістю при реалізації цієї моделі відсутній. Така модель має місце у політичному житті України особливо під час виборчих кампаній. Наразі «пропагандистсько-маніпулятивна» модель PR, яка спирається на різні маніпулятивні практики та так званий «чорний PR», сприймається вітчизняною громадськістю як єдиноможлива форма існування інституту зв'язків з громадськістю. Згідно з Законом України «Про інформацію» від 02.10.1992 (з подальшими змінами і редакціями) в статті 2 зазначено, що «Основними принципами інформаційних відносин є: гарантованість права на інформацію; відкритість, доступність інформації, свобода обміну інформацією; достовірність і повнота інформації; свобода вираження поглядів і переконань; правомірність одержання, використання, поширення, зберігання та захисту інформації; захищеність особи від втручання в її особисте та сімейне життя» [1]. У своїй професійній діяльності фахівці із зв'язків з громадськістю зобов'язані урегулювати власну інформаційну діяльність відповідно до цього Закону України. У процесі професійної підготовки майбутніх фахівців із зв'язків з громадськістю у ВНЗ України необхідно сформулювати у студентів розуміння того, що використання першої моделі PR-діяльності веде до порушення чинного вітчизняного законодавства.

Друга модель PR-діяльності, яка отримала назву «інформування», належить як і попередня модель, до односторонніх моделей комунікації. До характерних рис цієї моделі відносять: регулярну роботу із ЗМІ, поширення точної і правдивої інформації, однак виключно у позитивному аспекті. У суспільстві використання цієї моделі «призводить до позитивного (тенденційного) інформування громадськості» [4, 15]. Використовуючи цю модель, фахівці з PR доносять інформацію до громадськості не в повному обсязі, в такий спосіб, порушуючи ст. 5, 6, 7 названого вище Закону України. Тому в своїй інформаційній діяльності фахівці із зв'язків з громадськістю мають керуватися змістом наведених статей Закону України «Про інформацію», не порушуючи права інших на інформацію; забезпечуючи гарантію права на інформацію; охороняючи право на інформацію.

Відсутність комунікативного аспекту в інформаційній діяльності майбутніх фахівців із зв'язків з громадськістю починає долатися за використанням останніми третьої моделі PR-діяльності «двосторонньої асиметричної комунікації». Хоча ця модель є діалогічною та передбачає комунікацію, проте вона - прагматична. Застосовуючи її в своїй роботі,

фахівці із зв'язків з громадськістю, використовуючи дослідний арсенал сучасної науки, спрямовують свою діяльність для отримання зиску, працюючи на організації. Тому від комунікації такого роду виграє лише одна сторона – організація та програє інша – громадськість. У процесі професійної підготовки майбутніх фахівців із зв'язків з громадськістю слід враховувати недоліки використання цієї моделі, що можуть бути пов'язані, до певної міри, з етичною стороною професійної діяльності та в крайньому випадку можуть призвести до порушення Закону України «Про інформацію».

Лише використання четвертої моделі PR-діяльності не йде в розріз з основними принципами інформаційних відносин, сформульованих в Законі України «Про інформацію», з врахуванням інтересів усіх суб'єктів інформаційних відносин. Лише саме ця модель забезпечує «двосторонню симетричну комунікацію». Адже за такої моделі основна мета PR-діяльності полягає у взаємній користі організації та громадськості з використанням методів та практик щодо досягнення порозуміння, розв'язання конфліктів, досягнення обопільно вигідних цілей та результатів на партнерських умовах. Практично – це цивілізована, ідеальна модель комунікації в суспільстві. Будуючи демократичне суспільство, Україні потрібні фахівці із зв'язків з громадськістю, які були б зорієнтовані працювати за цією моделлю. Тому під час професійної підготовки майбутніх фахівців із PR важливо звернути увагу на суспільну значимість працювати останніх за четвертою моделлю, що дає змогу унеможливити превалювання інтересів бізнесу над інтересами громадськості та дає змогу налагодження двосторонньої симетричної комунікації задля збільшення позитивного публіцитного капіталу та підняття репутації організації і все лише на засадах партнерства з громадськістю.

Висновки. Соціальні фахівці, до кола яких входять і фахівці зв'язків з громадськістю, в своїй професійній діяльності ставлять собі за основну мету налагодження комунікації в суспільстві. Цивілізоване суспільство вимагає цивілізованої комунікації між організаціями і громадськістю, за врахуванням інтересів усіх суб'єктів інформаційних відносин. Такої мети майбутні фахівці із зв'язків з громадськістю у своїй фаховій діяльності можуть досягти, застосовуючи четверту модель PR-діяльності, «двосторонньої симетричної комунікації». Яка зреалізовує потребу однакової практичної вигоди від PR-комунікації між організацією та громадськістю. Саме цьому комунікативному аспекту в майбутній професійній діяльності фахівців із PR слід звернути увагу під час навчального процесу у ВНЗ. При цьому загострити увагу майбутніх фахівців із зв'язків з громадськістю на урегулювання власної інформаційної діяльності відповідно до чинного законодавства України.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про інформацію» // Верховна Рада України 1994-2014. - Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> . – Назва з екрана.
2. Кияк Б.Р. PR - стосунки з громадськістю : навч. посіб. - К., 2009. - 288 с.
3. Максименко С. Д., Соловієнко В. О. Загальна психологія : Навч. посібник. – К. : МАУП, 2000. – 256 с.
4. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю : Методичний посібник. / За ред. В. Г. Королька. – К., 2003. – 213 с.
5. *Excellence in public relations and communication management/* ed. by James E. Grunig with David M. Dozier [a. o.]. - New York; London: Routledge, 2008. - XIV, 666 p.

Тезисы посвящены коммуникативному аспекту информационной деятельности будущих специалистов по связям общественностью в процессе их профессиональной подготовки в ВУЗах Украины.

Ключевые слова: *информационная деятельность, односторонняя модель PR-коммуникации, двусторонняя модель PR-коммуникации.*

These heads of report are devoted to information activity of public relations experts during their professional training in the field of higher education in Ukraine.

Keywords: *information activity, one-way model of PR-communication, two-way model of PR-communication.*