

УДК 32.019.51

DOI <https://doi.org/10.31470/2518-7600-2021-11-348-367>

**PUBLIC RELATIONS AS A FIELD OF PROFESSIONAL
ACTIVITY IN UKRAINE**

**ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ЯК СФЕРА
ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

**СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ КАК СФЕРА
ПРОФЕСИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УКРАИНЕ**

Світлана Орлик*,

*доктор історичних наук,
кандидат економічних наук,
професор, професор кафедри
історії, археології,
інформаційної та архівної
справи, e-mail:*

*svitlana.orlik@gmail.com
[https:// orcid: 0000-0002-6280-
9273](https://orcid.org/0000-0002-6280-9273) Researcher ID:
C-1033-2019*

*Центральноукраїнський
національний технічний
університет, Кропивницький,
Україна*

Svitlana Orlyk,

*Doctor of Historical sciences,
(Dr. habil.), Ph.D. in
Economical sciences, Professor,
Professor of Department of
History, Archeology,
Informational and Archival
Affairse-mail:*

*svitlana.orlik@gmail.com
[https:// orcid: 0000-0002-6280-
9273](https://orcid.org/0000-0002-6280-9273) Researcher ID:*

*C-1033-2019 Central Ukrainian
National Technical University,
Kropyvnytskyi, Ukraine*

* з 2004р. по 2013р. – начальник відділу зв'язків з громадськістю та масово-роз'яснювальної роботи Державної податкової інспекції у м. Кіровограді; начальник інформаційно-комунікаційного відділу Державної податкової служби у Кіровоградській області

Зоя Стежко,

кандидат філософських наук,
доцент кафедри історії,
археології інформаційної та
архівної справи,

zoiastez@ukr.net [https:// orcid:
0000-0002-0172-4487](https://orcid.org/0000-0002-0172-4487)

Researcher ID: AAI-2780-2021

Центральноукраїнський
національний технічний
університет, Кропивницький,
Україна

Zoya Stezhko,

Ph.D., Associate Professor,
Associate professor of the
Department of History,
Archeology, Informational and
Archival

Affairszoiastez@ukr.net [https://
orcid: 0000-0002-0172-
4487](https://orcid.org/0000-0002-0172-4487)

Researcher ID:

AAI-2780-2021 Central
Ukrainian National
Technical University,
Kropivnitsky, Ukraine

ABSTRACT

The article considers the problems of professional training of Press and Public Relations specialists. It was analyzed existing legislation (current at the time of writing the article), that regulates this process in Ukraine. The attention was drawn to the fact that Press and Public Relations specialists are being prepared at the faculty of Journalism (broad fields 06 «Journalism», major (narrow field) 061 «Journalism») for the training program (detailed field of study) 6.030302 «Advertising and Public Relations» (by type of activities). This is common for advertising and public relations.

It was justified the position, that specialists in the training program (detailed field of study) of «Public Relations» should be prepared by the major «Social Communications» within the framework of the broad field 05 «Social and Behavioral Sciences».

Attention was drawn to the interdisciplinary nature of scientific research in the field of social communications, which precisely provides the effective training of specialists in «Public Relations».

The authors concluded that the development of the information society changes the requirements for training personnel in the field of public relations, naturally forming independent areas of the social sciences. Now we can observe the existence of a contradictory position between the declarative slogans relating to

the need for effective establishment and further development of social communications in society at the state level. And at the same time, we notice their displacement from the field of knowledge & science. Therefore, the recognition, that social communication is an independent area of social sciences at the legislative level, will contribute to the activation of domestic scientific research, that will be aimed at: meeting the socio-cultural needs of society, the spread of managerial, information and political cultures, increasing media literacy level and the development of a strategy to resist the information war unleashed by the Russian Federation against Ukraine.

Keywords: *social communications, public relations, classifier of professions, major, broad fields of education.*

Постановка проблеми й актуальність дослідження.

Невпинний розвиток інформаційного суспільства потребує фахівців, які вміють працювати з інформацією і ефективно використовувати її у налагодженні комунікації з громадськістю. Саме вони мають створювати діалогові мости між органами державної влади, бізнес-структурами та громадянами, сприяють дієвому зворотному зв'язку для здійснення подальшої корекції своєї діяльності на благо суспільства. Утвердження зв'язків з громадськістю як сфери професійної діяльності сприятиме підвищенню інформаційної культури, політичної культури у суспільстві та управлінської культури на підприємствах, в установах та організаціях.

У статті ми ставимо за мету розглянути проблеми та перспективи професійної підготовки фахівців із зв'язків з громадськістю та пресою.

Аналіз основних досліджень. На тому, що у сучасному інформаційному суспільстві сформувалася нова професія «Зв'язки з громадськістю» (паблік рілейшнз), наголошували у своїх працях українські дослідники: В. Королько і О. Некрасова (Королько & Некрасова, 2009), О. Курбан (Курбан, 2012), В. Мойсеев (Мойсеев, 2007), Г. Почепцов (Почепцов, 2001;

Почепцов, 2010), І. Рябець (Рябець, 2014), Є. Тихомирова (Тихомирова, 2003), О. Тодорова (Тодорова, 2012) та ін.

Акцент на формуванні й динамічному розвитку в Україні самостійної галузі знань «Соціальна комунікація» зроблено у дослідженнях вітчизняних науковців: В. Ільганаєва (Ільганаєва, 2009; Ільганаєва, 2014), В. Різун (Різун, 2008; Різун, 2012), Я. Яскевича (Яскевич, 2016), Л. Шаян (Шаян, 2008), Л. Яремчук (Яремчук, 2013), Я. Кунденко і О. Гаплевської (Кунденко & Гаплевська, 2014) та інших.

Виклад основного матеріалу. Професійна підготовка фахівців із зв'язків із громадськістю в Україні мала певні труднощі і проблеми. Український дослідник В. Бебик у своїй докторській дисертації на тему: «Політичний маркетинг і менеджмент у демократичному суспільстві» здійснив аналіз наявності ПР-спеціалістів (здебільшого це працівники прес-служб), які працювали в органах державної служби України, і встановив, що станом на 1 лютого 1996 р. на таких посадах працювало 300 спеціалістів (33% віком від 31 до 40 років), з яких 32,6% мали стаж роботи до 1 року, 27% – від 1 до 3-х років, 23,7% – від 3-х до 5 років, 16,7% – більше 5 років. За освітою дані фахівці були переважно журналістами – 40,9%, політологи, психологи і соціологи складали – 5,6% (Бебик, 1996), всі інші, припускаємо, мали фах відповідно до профілю самої установи чи організації державної служби (юристи, економісти, інженери, педагоги тощо) і зовсім не володіли необхідними знаннями для виконання функцій і задач спеціалістів зі зв'язків з громадськістю та зі звуженого їх напрямку – «прес-служба»). Наприкінці 90-х – на початку 2000-х років міністерства і відомства масово проводили короткотермінові підвищення кваліфікації для державних службовців за напрямком «Громадські зв'язки». Саме у цей період з'являлися поодинокі випадки викладання курсу «Основи зв'язків з громадськістю» та формувалися кафедри теорії та методики зв'язків з громадськістю (зокрема, у 2001р. в Національному університеті «Києво-Могилянська академія»).

У 2003 році вперше було розпочато підготовку студентів за новою спеціалізацією «Зв'язки з громадськістю» в Інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка та Національному університеті «Києво-Могилянська академія». Слід зазначити, що саме у 2003 році у зв'язку із виникненням принципово нових сфер діяльності зазначена професія під назвою «Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю» (код КП 1475.4) вперше була передбачена у Національному класифікаторі України «Класифікатор професій», шляхом внесення змін до чинного на той час ДК 003-95 «Класифікатора професій» (Зміни та доповнення №5 ДК 003-95 «Класифікатор професій», 2003). Підставою для уведення нових професійних назв були 282 обґрунтовані пропозиції, що надійшли від 136 міністерств та інших центральних органів влади.

У чинному Національному класифікаторі України, «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (ДК 003:2010, 2010), у Розділі 2 «Професіонали», який вимагає від працівника високого рівня знань у певній галузі наук та виконання ним визначеного кола високої складності професійних завдань і обов'язків, у Підрозділі 21 «Інші професіонали» Класу 241 «Професіонали в сфері державної служби, аудиту, бухгалтерського обігу, праці і зайнятості, маркетингу, ефективності підприємництва, раціоналізації виробництва та інтелектуальної власності» Підкласу 2419 групи 2419.2 передбачено професійну назву роботи «Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою». І. Рябець у своїй статті виділив п'ять основних етапів становлення професійної підготовки майбутніх фахівців із зв'язків з громадськістю у ЗВО України: «нульовий (друга половина ХХ ст. – 1993 р.); підготовчий (1993-2006 рр.); початковий (2006-2010 рр.); основний (2010-2014 рр.); новий (з 2014 р. – дотепер)» (Рябець, 2014: 24).

Професія – здатність працівника виконувати роботи, які потребують певної кваліфікації, що визначається рівнем освіти та спеціалізацією. Варто врахувати при цьому, що необхідний

рівень освіти забезпечується шляхом виконання освітніх, освітньо-професійних та освітньо-наукових програм підготовки фахівців і має відповідати широким потребам та складності професійних функцій, завдань та обов'язків.

На сьогодні в Україні на ринку праці склався певний попит на фахівців зі зв'язків з громадськістю, але він не задовольняється освітньою пропозицією. Посади фахівців із зв'язків з громадськістю займають, як і раніше, спеціалісти різноманітних спеціальностей: економісти, юристи, педагоги, маркетологи, менеджери, політологи, соціологи, та, мабуть, найчастіше журналісти або філологи. Як правило, під час підготовки деяких із цих спеціалістів лише побіжно вивчалася навчальна дисципліна «Зв'язки з громадськістю», часто об'єднана з рекламою, як наприклад, «Зв'язки з громадськістю та реклама». В Україні продовжується тенденція щодо якої застерігали «батько піару» Е. Бернейс та провідний український дослідник паблік рілейшнз Г. Почепцов «сьогодні будь-яка людина може назвати себе фахівцем по ПР і почати свою «плодотворну» роботу. У той же час, не будівельник не буде проектувати мости, ми не довіряємо лікувати свої зуби не спеціалісту. Це серйозний феномен профанації спеціальності, від якого ми будемо страждати ще досить довгий час» (Почепцов, 2001). Особливо багато самопроголошених «професійних піарщиків» з'являється у період виборчих процесів.

Можливо, подібні проблеми щодо кількості та якості професійної підготовки фахівців із зв'язків з громадськістю закладені на державному рівні та не дають змоги розвиватися цьому напрямку підготовки фахівців? Ще з 2006 р. в Україні започаткована практика підготовки фахівців за напрямом «Реклама і зв'язки з громадськістю (за видами діяльності)» на факультетах журналістики в рамках галузі знань 0303 «Журналістика та інформація» (відповідно до Постанови КМУ «Про перелік напрямів, за якими здійснюється підготовка фахівців у вищих навчальних закладах за освітньо-

кваліфікаційним рівнем бакалавра» (Про перелік напрямів..., 2015)). У результаті освітніх реформ, пов'язаних із прийняттям Закону України «Про вищу освіту» (Про вищу освіту, 2014), було прийнято Постанову КМУ «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (Про затвердження переліку..., 2015), відповідно до якої практика підготовки цих фахівців утвердилася на факультетах журналістики (галузь знань 06 «Журналістика», спеціальність 061 «Журналістика»). Доказом того, що фахівців зі зв'язків з громадськістю готують в межах спеціальності «Журналістика» є затверджена Наказом МОН України №1151 від 06 листопада 2015р. «Таблиця Переліку напрямів, за якими здійснювалася підготовка фахівців у вищих навчальних закладах за освітньо-кваліфікаційним рівнем бакалавра (Перелік 1), Переліку спеціальностей, за якими здійснювалася підготовка фахівців у вищих навчальних закладах за освітньо-кваліфікаційними рівнями спеціаліста і магістра (Перелік 2), та Переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти (Перелік 2015)» (Таблиця Переліку напрямів..., 2015), де код напрямку підготовки 6.030302 «Реклама і зв'язки з громадськістю (за видами діяльності)» є спільним для реклами і зв'язків з громадськістю в межах галузі знань 06 «Журналістика» спеціальності 061 «Журналістика».

Проблема виникає і в тому, що з 1 вересня 2015 р. самостійна (з грудня 2006 р.) галузь науки 27 «Соціальні комунікації» (Про доповнення..., 2006), до якої входила спеціальність «Прикладні соціально-комунікаційні технології», в межах якої здійснювалися наукові дослідження за напрямками: «Соціально-комунікаційні технології позиціонування суб'єктів соціальної діяльності у суспільстві (зв'язки з громадськістю, реклама, іміджмейкінг, бізнес-комунікації тощо); комунікаційний образ суб'єктів суспільних відносин; використання засобів масової комунікації при здійсненні зв'язків з громадськістю; управління прикладними

соціально-комунікаційними технологіями; організація діяльності служб та агенцій (зв'язків з громадськістю, рекламних агенцій тощо); спеціалізовані PR-технології (політичні, консалтингові, журналістські); публічні зв'язки з державними структурами; прес-стратегія та форми її реалізації в соціально-інформаційному середовищі; концепція іміджмейкінгу; маркетингові комунікації; аналітична підтримка PR-діяльності; соціальне проектування комунікаційної дійсності, реалізація соціалотехнологічних програм; етичні й правові аспекти в системі прикладних соціально-комунікаційних технологій та ін.» (Паспорт спеціальності 27.00.06, 2007), припиняє своє самостійне існування і трансформується (розчиняються) у спеціальностях галузей знань: 06 «Журналістика» 061 «Журналістика» та/або у 02 «Культура і мистецтво» спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». Такий стан може призвести до значного скорочення наукових досліджень за вищепереліченими важливими напрямками, що неминуче відобразиться не лише на якості професійної підготовки фахівців із зв'язків з громадськістю. Не можна не погодитися із думкою української вченої В. Ільганаєвої про те, що наявність окремої самостійної наукової галузі «Соціальні комунікації» «є свідченням визнання необхідності, актуальності, практичної доцільності оформлення нової сфери теоретизації і досягнення певного консенсусу між представниками достатньо самостійних галузей науки у розумінні сутнісних ознак нової науки. Це рішення також відкриває певну перспективу в подальшій академізації галузі, зокрема організації наукових досліджень, формування фахових видань, розробці дослідницьких програм та консолідації вчених на їх виконання, узагальненні теоретичної та імперативної бази науки, проведення відповідних змін у підготовці професійних кадрів, які спеціалізуються за різними напрямками забезпечення суспільної взаємодії і налагодження комунікаційних відносин у суспільстві» (Ільганаєва, 2009: 60).

По суті, втративши самостійну галузь знань «Соціальні комунікації» і створивши самостійну галузь знань «Журналістика», «воза поставили перед конем», адже спеціальність «Журналістика» має зайняти почесне місце у новоствореній галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» на рівних правах зі спеціальністю «Соціальна комунікація», в рамках якої створюватиметься освітня програма «Зв'язки з громадськістю» або «Громадські комунікації» та здійснюватимуться важливі наукові дослідження. До речі, у цю ж галузь знань мала б входити і знищена під час «освітніх реформ» спеціальність «Документознавство та інформаційна діяльність» (Кулешов, Барабаш, 2020).

На тому, що соціальна комунікація є самостійною галуззю соціальних наук, наголошує у своїх працях д.філос. наук, професорка з Білорусії Я. Яскевич: «Базуючись на вивченні процесу розвитку соціальної комунікації в науковому і освітньому просторі, з урахуванням міжнародного і національного досвіду, важливо відмітити, що в останні десятиліття відбулося становлення і виділення даної галузі досліджень і її дисциплінарного поля в якості автономної, самодостатньої академічної одиниці і спеціальності» (Яскевич, 2016: 42).

Міждисциплінарний характер наукових досліджень у галузі соціальних комунікацій очевидний: «кібернетика, інформатика, етнографія, психологія, лінгвістика, паралінгвістика, соціологія» (Яскевич, 2016: 39-40). Дослідниці Я. Кунденко та О. Гаплевська підкреслюють, що навчальний курс теорії соціальної комунікації «синтезує основні напрацювання в галузі психології, філософії, соціології, етики, логіки й риторики» (Кунденко, Гаплевська, 2014: 45). Зазначимо, що всі ці знання необхідні для фахівця зі зв'язків з громадськістю, який працюватиме у будь-якій сфері життя суспільства (політиці, бізнесі, культурі, громадських організаціях, державній службі тощо), та додамо до поданого вище переліку ще низку важливих дисциплін: філологія,

політологія, журналістика, статистика. На думку українського вченого Г. Почепцова, фахівець із зв'язків з громадськістю «потребує відмінних знань всіх супроводжуючих йому наук комунікаційного циклу. Це теорія комунікації, конфліктологія, теорія переговорів, пропаганда й контрпропаганда, ..., різноманітні психологічні методи, в тому числі такий, який отримав назву «психоаналіз на відстані» (Почепцов, 2001). Вчений наголошував на тому, що паблік рілейшнз – це професія, яка потребує широкого спектру знань різних наук, і застерігав, що підготовка цих спеціалістів не повинна бути прив'язана до факультету журналістики, посилаючись на праці «батька піару» Е.Бернейса, який «підкреслював, що це не філологічна спеціальність, вона в першу чергу має належати соціальним наукам» (Почепцов, 2001).

Майже у кожному сучасному підручнику з теорії і практики зв'язків з громадськістю наголошується на тому, що зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз) не є рекламою, пропагандою, а тим паче журналістикою. На відміну від журналістської діяльності, послідовна робота фахівців із зв'язків з громадськістю вибудовується на основі довгострокової стратегії, прагнення переконати громадськість і досягти взаєморозуміння через добровільне прийняття нею поширюваних думок і ідей, підтримувати готовність до необхідних змін, долати складні кризові ситуації тощо. У широкому розумінні, діяльність у сфері паблік рілейшнз – це система зв'язків з громадськістю, яка застосовується в реальних соціально-економічних процесах, спрямована на прийняття ефективних рішень у сфері інформаційно-комунікаційного простору з метою досягнення взаємопорозуміння та згоди між людьми (зокрема й соціальними групами, націями, державами) на основі правдивого, своєчасного і повного інформування. З цією метою PR активно використовує продукти журналістської діяльності – друковані та електронні ЗМІ, програми телебачення та радіо (Орлик, 2020).

Знищення галузі знань/науки «Соціальні комунікації» в умовах розвитку інформаційного суспільства, коли Україна знаходиться у стані «інформаційної війни» з Російською федерацією є неприпустимим і недалекоглядним. З розвитком інформаційного суспільства можна прогнозувати зростання потреби у розширенні спектру спеціальностей, котрі вимагають спеціальних знань у галузі «Соціальна комунікація», у складі якої і має формуватися спеціальність «Зв'язки з громадськістю», що дасть поштовх до розвитку цієї наукової дисципліни.

Висновки. Розвиток інформаційного суспільства змінює вимоги до підготовки кадрів у сфері зв'язків з громадськістю, закономірно формуючи самостійні напрями соціальних наук. Зараз ми можемо констатувати наявність суперечливого становища між декларативними гаслами на державному рівні про необхідність ефективного налагодження та подальшого розвитку соціальних комунікацій у суспільстві та одночасним витісненням їх з галузі знань/науки. Тож визнання того, що соціальна комунікація є самостійним напрямком соціальних наук на законодавчому рівні буде сприяти активізації вітчизняних наукових досліджень, направлених на виконання соціокультурних потреб суспільства, поширенню управлінської, інформаційної і політичної культур, медіаграмотності, вироблення стратегії протидії інформаційній війні, яку розв'язала Російська Федерація проти України.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Бебик В.М. Політичний маркетинг і менеджмент у демократичному суспільстві : автореф. дис... д-ра політ. наук: 23.00.02. Київ, 1996. 32 с.
2. ДК 003:2010. Класифікатор професій. [На зміну ДК 003:2005; чинний з 1.11.2010]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text> (дата звернення: 12.01.21).
3. Зміни та доповнення №5 ДК 003-95 «Класифікатор професій» (КП): затверджено Наказом Держ. ком. України з

питань технічного регулювання та споживчої політики 13.06.2003р. №105. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0105609-03?find=1&text=1475.4#w1_1 (дата звернення: 12.01.21).

4. Ільганаєва В.О. Соціальна комунікація як об'єкт теоретизації. *Філософія людського спілкування: філософія, психологія, соціальна комунікація*. 2009. № 1. С. 60-67.

5. Ільганаєва В.О. Теорія соціальних комунікацій на шляху фундаменталізації медіа-знання / Соціальні комунікації: результати досліджень – 2013: у 3-х т. Київ : КиМУ, 2014. Т.1 : Теорія та історія соціальних комунікацій. С. 5-43.

6. Королько В. Г., Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 831 с.

7. Кулешов С., Барабаш В. Документознавство як наукова і навчальна дисципліна в сучасній Україні: які шляхи розвитку? *Соціум. Документ. Комунікація*. 2020. Вип.9. С. 131-149.

8. Кунденко Я.М., Гаплевська О.І. Суспільна комунікація як медіа-сфера та методологічна основа міждисциплінарного знання. *Гуманітарний часопис*. 2014. № 4. С. 38-46.

9. Курбан О. В. Діагностика та моделювання PR-процесів : монографія. Київ : Українська конфедерація журналістів, 2012. 160 с.

10. Мойсєєв В.А. Паблік рілейшнз: навч. посіб. Київ: Академвидав, 2007. 224 с.

11. Орлик С. Паблік рілейшнз і журналістика. *Катедра UNIVERSUM: електрон. збірник наук.-популярних праць*. 2020. №1. URL: http://snd.kntu.kr.ua/files/Universum_2020_1.pdf

12. Паспорт спеціальності 27.00.06 – прикладні соціально-комунікаційні технології.

13. Почепцов Г. Г. Паблік рілейшнз для професіоналов. Київ, 2001. URL: http://htbiblio.yolasite.com/resources/Rocheptsov_PR.pdf (дата звернення: 01.10.2020).

14. Почепцов Г.Г. Соціальний інжиніринг: соціо- і психотехніки управління великими масами людей. Київ:Альтерпрес, 2010. 254 с.

15. Про вищу освіту: Закон України від 1 липня 2014р. №1556. Дата оновлення: 25.09.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text> (дата звернення 20.01.2021).

16. Про доповнення переліку галузей науки, з яких може бути присуджений науковий ступінь: Постанова КМУ від 13 грудня 2006 р. (Втратила чинність з 1 вересня 2015 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1718-2006-%D0%BF#Text> (дата звернення 20.01.2021).

17. Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти: Постанова КМУ від 29 квітня 2015 р. №266. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF#Text> (дата звернення 20.01.2021).

18. Про перелік напрямів, за якими здійснюється підготовка фахівців у вищих навчальних закладах за освітньо-кваліфікаційним рівнем бакалавра: Постанови КМУ від 13 грудня 2006р. №1719 із змінами та доповненнями. (Втратив чинність на підставі Постанови КМУ від 29.04.2015р. №266). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1719-2006-%D0%BF#Text> (дата звернення 25.01.2021).

19. Різун В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій. *Психолінгвістика*. 2012. Вип. 10. С. 305-314.

20. Різун В. Теорія масової комунікації : підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація». Київ : Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.

21. Рябець І.В. Професійна підготовка майбутніх фахівців із зв'язків з громадськістю у ВНЗ України: етапи становлення. *Наукові записки НаУКМА. Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота*. 2014. Т. 162. С. 21-25.

22. Таблиця Переліку напрямів, за якими здійснювалася підготовка фахівців у вищих навчальних закладах за освітньо-кваліфікаційним рівнем бакалавра (Перелік 1), Переліку спеціальностей, за якими здійснювалася підготовка фахівців у вищих навчальних закладах за освітньо-кваліфікаційними

рівнями спеціаліста і магістра (Перелік 2), та Переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти (Перелік 2015): Наказ МОН України 06 листопада 2015 р. №115. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1460-15#Text> (дата звернення 25.01.2021).

23. Тихомирова Є. Б. PR-формування відкритого суспільства. Київ : Науково-видавничий центр «Наша культура і наука», 2003. 198 с.

24. Тодорова О. PR в цифровую еру. Искусство коммуникаций. Київ : ArtHuss, 2012. 239 с.

25. Шаян Л.П. Про Суспільні комунікації. Київ : ТОВ «Група компаній «Динаміка», 2008. 180 с.

26. Яскевич Я.С. Социальная коммуникация как наука и специальность: становление, динамика, статус. *Философия и социальные науки*. 2016. № 3. С. 38-44.

27. Яремчук Л.В. Соціальна комунікація: становлення термінологічних засад галузі. *Сучасні проблеми діяльності бібліотеки в умовах інформаційного суспільства* : матеріали п'ятої міжнародної науково-практичної конференції, 11-12 вересня 2013 року, Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2013. С. 599-603.

REFERENCES

1. Bebyk, V.M. (1996). Politychnyy marketynh i menedzhment u demokratychnomu suspil'stvi [Political marketing and management in a democratic society]: avtoref. dys... d-ra polit. nauk: 23.00.02. Kyiv [in Ukrainian].

2. DK 003:2010. Klasyfikator profesii [SC 003: 2010. Classifier of professions]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text> [in Ukrainian].

3. Zminy ta dopovnennya №5 SC 003-95 «Klasyfikator profesiy» (KP) [Changes and additions №5 SC 003-95 «Classifier of professions» (CP)]: zatverdzheno Nakazom Derzh. kom. Ukrayiny z pytan' tekhnichnoho rehulyuvannya ta spozhyvchoyi

polityky 13.06.2003. 105. Retrieved from https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0105609-03?find=1&text=1475.4#w1_1 [in Ukrainian].

4. Il'hanayeva, V.O.(2009). Sotsial'na komunikatsiya yak ob'yekt teoretyzatsiyi [Social communication as an object of theorizing]. *Filosofiya lyuds'koho spilkuvannya: filosofiya, psykholohiya, sotsial'na komunikatsiya - Philosophy of human communication: philosophy, psychology, social communication*, 1, 60-67 [in Ukrainian].

5. Il'hanayeva, V.O. (2014). Teoriya sotsial'nykh komunikatsiy na shlyakhu fundamentalizatsiyi media-znannya [Theory of social communications on the way of fundamentalization of media knowledge] / Sotsial'ni komunikatsiyi: rezul'taty doslidzhen' – 2013 [Social communications: research results – 2013]. Kyiv. Vol.1, 5-43 [in Ukrainian].

6. Korol'ko, V. H. & Nekrasova, O.V.(2009). Zv'yazky z hromads'kistyuu. Naukovi osnovy, metodyka, praktyka [Public Relations. Scientific bases, methods, practice]. Kyiv : Vyd. dim «Kyievo-Mohylyans'ka akademiya» [in Ukrainian].

7. Kuleshov, S. & Barabash, V. (2020). Dokumentoznavstvo yak naukova i navchal'na dystsyplina v suchasniy Ukrayini: yaki shlyakhy rozvytku? [Documentation as a scientific and educational discipline in modern Ukraine: what are the ways of development?]. *Sotsium. Dokument. Komunikatsiya – Society. Document. Communication*, 9, 131-149 [in Ukrainian].

8. Kundenko, Ya. M. & Haplevs'ka, O. I. (2014). Suspil'na komunikatsiya yak media-sfera ta metodolohichna osnova mizhdystsyplinarnoho znannya [Public communication as a media sphere and methodological basis of interdisciplinary knowledge]. *Humanitarnyy chasopys – Humanities magazine*, 4, 38-46 [in Ukrainian].

9. Kurban, O. V. (2012). Diahnostyka ta modelyuvannya PR-protsesiv : monohrafiya [Diagnosis and modeling of PR-processes]. Kyiv : Ukrayins'ka konfederatsiya zhurnalistiv [in Ukrainian].

10. Moyseyev, V.A. (2007). Pablik rileyshnz [Public relations]. Kyiv : Akademydav [in Ukrainian].

11. Orlyk, S. (2020). Pablik rileyshnz i zhurnalistyka [Public relations and journalism]. *Katedra UNIVERSUM: elektron. zbirnyk nauk.-populyarnykh prats'*, 1. Retrieved from http://snd.kntu.kr.ua/files/Universum_2020_1.pdf [in Ukrainian].

12. Pasport spetsial'nosti 27.00.06 – prykladni sotsial'no-komunikatsiyni tekhnolohiyi [Passport of specialty 27.00.06 – applied social and communication technologies] [in Ukrainian].

13. Pocheptsov, G. G. (2001). Pablyk ryleishnz dlya professionalov [Public relations for professionals]. Kiev. Retrieved from http://htbiblio.yolasite.com/resources/Pocheptsov_PR.pdf [in Russian].

14. Pocheptsov, H. H. (2010). Sotsial'nyy inzhynirynh: sotsio- i psykhotekhniky upravlinnya velykymy masamy lyudey [Social engineering: socio- and psychotechnics of managing large masses of people]. Kyiv :Al'terpres. [in Ukrainian].

15. Pro vyshchu osvitu [About higher education]: Zakon Ukrainy vid 1 lypnya 2014. 1556. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text> [in Ukrainian].

16. Pro dopovnennia pereliku haluzei nauky, z yakykh mozhe buty prysudzhenyi naukovyi stupin [On supplementing the list of branches of science from which a scientific degree can be awarded]: Postanova KMU vid 13 hrudnia 2006 r. (Vtratyla chynnist z 1 veresnia 2015 r.). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1718-2006-%D0%BF#Text> [in Ukrainian].

17. Pro zatverdzhennya pereliku haluzey znan' i spetsial'nostey, za yakymy zdiysnyuyet'sya pidhotovka zdobuvachiv vyshchoyi osvity [About the statement of the list of branches of knowledge and specialties on which preparation of applicants of higher education is carried out]: Postanova KMU vid 29 kvitnya 2015 r. №266. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF#Text> [in Ukrainian].

18. Pro perelik napryamiv, za yakymy zdiysnyuyet'sya pidhotovka fakhivtsiv u vyshchykh navchal'nykh zakladakh za

osvitn'o-kvalifikatsiynym rivnem bakalavra[About the list of directions in which training of experts in higher educational institutions on educational and qualification level of the bachelor is carried out]: Postanovy KMU vid 13 hrudnya 2006 r. №1719 iz zminamy ta dopovnennnyamy. (Vtratyv chynnist' na pidstavi Postanovy KMU vid 29.04.2015. №266). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1719-2006-%D0%BF#Text> [in Ukrainian].

19. Rizun, V. (2012). Nacherky do metodolohiyi doslidzhen' sotsial'nykh komunikatsiy[Essays on the methodology of social communication research]. *Psykholinhvistyka – Psycholinguistics*, 10, 305-314 [in Ukrainian].

20. Rizun, V. (2008). Teoriya masovoyi komunikatsiyi [Theory of mass communication]. Kyiv : Vydavnychyy tsentr «Prosvita» [in Ukrainian].

21. Ryabets', I.V. (2014). Profesiyna pidhotovka maybutnikh fakhivtsiv iz zv'yazkiv z hromads'kisty u VNZ Ukrayiny: etapy stanovlennya [Professional training of future public relations specialists in Ukrainian universities: stages of formation]. *Naukovi zapysky NaUKMA. Pedahohichni, psykhologichni nauky ta sotsial'na robota – Scientific notes NUKMA. Pedagogical, psychological sciences and social work*, 162, 21-25 [in Ukrainian].

22. Tablytsya Pereliku napryamiv, za yakymy zdiysnyuvalasya pidhotovka fakhivtsiv u vyshchyykh navchal'nykh zakladakh za osvitn'o-kvalifikatsiynym rivnem bakalavra (Perelik 1), Pereliku spetsial'nostey, za yakymy zdiysnyuvalasya pidhotovka fakhivtsiv u vyshchyykh navchal'nykh zakladakh za osvitn'o-kvalifikatsiynymy rivnyamy spetsialista i mahistra (Perelik 2), ta Pereliku haluzey znan' i spetsial'nostey, za yakymy zdiysnyuyet'sya pidhotovka здобувачив vyshchoyi osvity (Perelik 2015) [Table of the List of areas in which training was carried out in higher educational institutions at the educational and qualification level of bachelor (List 1), the List of specialties in which training of specialists in higher educational institutions was carried out at the educational and qualification levels of specialist and master (List

2), and the List of branches of knowledge and specialties in which higher education students are trained (List 2015)]: Nakaz MON Ukrayiny 06 lystopada 2015 r. №115. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1460-15#Text> [in Ukrainian].

23. Tykhomirova, Ye. B. (2003). PR-formuvannia vidkrytoho suspilstva [PR-formation of an open society]. Kyiv : Naukovo-vydavnychy tseñtr «Nasha kultura i nauka» [in Ukrainian].

24. Todorova, O. (2012). PR v tsyfrovuii eru. Yskusstvo kommunykatsiyi. Kyiv : ArtHuss [in Ukrainian].

25. Shayan, L.P. (2008). Pro Suspil'ni komunikatsiyi [About Public Communications]. Kyiv :TOV «Hrupa kompaniy «Dynamika» [in Ukrainian].

26. Yaskevich, Ya. S. (2016). Sotsialnaya kommunikatsiya kak nauka i spetsialnost: stanovlenie, dinamika, status [Social communication as a science and specialty: formation, dynamics, status]. *Filosofiya i sotsialnyie nauki – Philosophy and Social Sciences*, 3, 38-44 [in Russian].

27. Yaremchuk, L.V. (2013). Sotsial'na komunikatsiya: stanovlennya terminolohichnykh zasad haluzi [Social communication: the formation of terminological principles of the industry]. *Suchasni problemy diyal'nosti biblioteki v umovakh informatsiynoho suspil'stva - Modern problems of library activity in the conditions of information society: materialy p'yatoyi mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi*, 11-12 veresnya 2013 roku, m.L'viv. L'viv : Vydavnytstvo L'vivs'koyi politekhniki, 599-603 [in Ukrainian].

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто проблеми професійної підготовки фахівців із зв'язків з громадськістю та пресою. Проаналізовано чинне, на час написання статті, законодавство, яке урегульовує цей процес в Україні. Акцентовано увагу на тому, що фахівців зі зв'язків з громадськістю готують на факультетах журналістики (галузь знань 06 «Журналістика», спеціальність 061 «Журналістика») за напрямом підготовки 6.030302 «Реклама і зв'язки з громадськістю (за видами

діяльності)», що є спільним для реклами і зв'язків з громадськістю.

Обґрунтовано позицію, що фахівці за напрямком «Зв'язки з громадськістю» мають готуватися за спеціальністю «Соціальні комунікації» в межах галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки».

Звернута увага на міждисциплінарний характер наукових досліджень у галузі соціальних комунікацій, що саме і забезпечує ефективну підготовку фахівців зі «Зв'язків з громадськістю».

Автори статті дійшли висновку, що розвиток інформаційного суспільства змінює вимоги до підготовки кадрів у сфері зв'язків з громадськістю, закономірно формуючи самостійні напрями соціальних наук. Нині ми можемо констатувати наявність суперечливого становища між декларативними гаслами на державному рівні про необхідність ефективного налагодження та подальшого розвитку соціальних комунікацій у суспільстві та одночасним витісненням їх з галузі знань/науки. Тож визнання того, що соціальна комунікація є самостійним напрямком соціальних наук, на законодавчому рівні буде сприяти активізації вітчизняних наукових досліджень, спрямованих на задоволення соціокультурних потреб суспільства, поширення управлінської, інформаційної і політичної культур, медіаграмотності, вироблення стратегії протидії інформаційній війні, яку розв'язала Російська Федерація проти України.

Ключові слова: соціальні комунікації, зв'язки з громадськістю, паблік рілейшнз, класифікатор професій, спеціальність, галузь знань.

АННОТАЦІЯ

В статье рассмотрены проблемы профессиональной подготовки специалистов по связям с общественностью и прессой. Проанализировано действующее на момент написания статьи, законодательство которое регулирует этот процесс в Украине. Акцентировано внимание на том,

что специалистов по связям с общественностью готовят на факультетах журналистики (область знаний 06 «Журналистика», специальность 061 «Журналистика») по направлению подготовки 6.030302 «Реклама и связи с общественностью (по видам деятельности)», что является общим для рекламы и связей с общественностью.

Обоснованно позицию, что специалисты по направлению «Связи с общественностью» должны готовиться по специальности «Социальные коммуникации» в рамках отрасли знаний 05 «Социальные и поведенческие науки».

Обращено внимание на междисциплинарный характер научных исследований в области социальных коммуникаций, что именно и обеспечивает эффективную подготовку специалистов по «Связям с общественностью».

Авторы статьи пришли к выводу, что развитие информационного общества меняет требования к подготовке кадров в сфере связей с общественностью, закономерно формируя самостоятельные направления социальных наук. Сейчас мы можем констатировать наличие противоречивого положения между декларативными лозунгами на государственном уровне о необходимости эффективного налаживания и дальнейшего развития социальных коммуникаций в обществе и одновременным вытеснением их из области знаний/науки. Поэтому признание того, что социальная коммуникация является самостоятельным направлением социальных наук, на законодательном уровне будет способствовать активизации отечественных научных исследований, направленных на удовлетворение социокультурных потребностей общества, распространение управленческой, информационной и политической культур, медиаграмотности, выработке стратегии противодействия информационной войне, которую развязала Российская Федерация против Украины.

Ключевые слова: социальные коммуникации, связи с общественностью, паблик рилейнз, классификатор профессий, специальность, отрасль знаний.