

УДК 378.011:659.4:007

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.2.2>**Валерій БАШМАНІВСЬКИЙ**

кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики, реклами та PR,

Житомирський державний університет імені Івана Франка,

valerii.ivanovych11@gmail.com

ORCID: 0000-0001-6774-5419

**ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ СПЕЦІАЛІСТІВ
З ПИТАНЬ КОМУНІКАЦІЇ ДЛЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД
У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ PR-ТЕХНОЛОГІЙ**

У статті досліджено особливості підготовки спеціалістів з питань комунікації для територіальних громад у контексті розвитку PR-технологій, обґрунтовано необхідність формування у здобувачів вищої освіти відповідних фахових компетентностей. З'ясовано, що PR-технології стали невід'ємною складовою сучасного комунікаційного простору, а тому їх вивчення є необхідною умовою якісної підготовки здобувачів вищої освіти журналістського фаху. Підкреслено, що PR-складова в журналістській освіті сприяє вдосконаленню професійних компетентностей та програмних результатів, зокрема здатності застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у професійній діяльності, створювати медіапродукт, ефективно організовувати роботу PR-відділів; умінь створювати та реалізовувати проекти PR-кампаній в сучасному інформаційному просторі; розумінню особливостей функціонування PR, використанню новітніх досягнень у власній професійній діяльності. Наголошено на необхідності надання здобувачам вищої освіти знань про інструменти PR-діяльності та їх специфіку, що дозволить зберігати професійну об'єктивність і неупередженість. Зазначено, що PR-технології є невід'ємною частиною стратегічного управління територіальною громадою, оскільки дозволяють формувати позитивний імідж, підтримувати репутацію, будувати міцні зв'язки з громадськістю. Спеціалісти з питань комунікацій виступають активними учасниками суспільних процесів, що вимагає від них знань і навичок у сфері зв'язків із громадськістю, зокрема, вміння аналізувати цільову аудиторію, формулювати ефективні меседжі, розробляти комунікаційні стратегії, що відповідають цінностям громади, працювати над вирішенням проблемних ситуацій щодо репутаційних ризиків та кризових ситуацій тощо.

Ключові слова: PR-технології, фахові компетентності, територіальна громада, зв'язки з громадськістю, органи місцевого самоврядування.

**Valerii Bashmanivskyi. FEATURES OF TRAINING COMMUNICATION SPECIALISTS FOR
TERRITORIAL COMMUNITIES IN THE CONTEXT OF PR TECHNOLOGY DEVELOPMENT**

This article examines the specifics of training communication specialists for territorial communities amid the evolving landscape of PR technologies. It emphasizes the need to develop relevant professional competencies in higher education students. PR technologies have become an integral part of the modern communication environment, making their study essential for the effective preparation of future journalists. Integrating PR components into journalism education enhances both professional competencies and learning outcomes. These include the ability to apply knowledge of social communications in professional contexts, create media products, and manage PR departments effectively. Students also gain skills in designing and implementing PR campaigns, understanding PR operations, and incorporating innovative tools into their work. The article underscores the importance of equipping students with knowledge of PR tools and their application to uphold professional objectivity and impartiality. It highlights that PR technologies are a crucial element of strategic management for territorial communities, enabling the development of a positive image, sustaining a strong reputation, and fostering effective public engagement. Communication specialists play an active role in social processes, which requires expertise in public relations – such as analyzing target audiences, crafting effective messages, developing value-driven communication strategies, and addressing reputational risks and crisis situations.

Key words: PR technologies, professional competencies, territorial community, public relations, local self-government bodies.

Постановка проблеми. Новітній комунікаційний простір змінюється під впливом глобалізаційних процесів, викликаних інтеграцією цифрових технологій і зростанням ролі соціальних медіа. Відповідно посилюються вимоги до підготовки медіафахівців, зокрема з питань забезпечення комунікації органів самоврядування з населенням територіальної громади, взаємодії з медіа та громадськістю, підготовки, проведення

та висвітлення заходів в інформаційному просторі об'єднаної територіальної громади. У таких умовах актуалізується потреба підготовки висококваліфікованих фахівців, здатних ефективно застосовувати PR-технології в різних сферах суспільної діяльності; осмислення актуальних тенденцій у сфері PR-технологій та їх інтеграції в навчальний процес для забезпечення відповідності професійної підготовки новітнім вимогам.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

До проблеми PR-діяльності зверталось багато науковців, зокрема В. Березенко, В. Данилишин, В. Зеліч, А. Зленко, О. Курбан, А. Киричок, В. Королько, Т. Коржова, А. Мельниченко, А. Нуржинська, П. Петров, І. Рябець, К. Смірнова, В. Шиян та інші. Учені досліджують історію, розвиток, теоретичні та практичні особливості PR-технологій у комунікаційному просторі; розглядають питання підготовки фахівців медіагалузі тощо. Так, В. Березенко з'ясовує сучасні проблеми вдосконалення PR-освіти [3], розглядає питання використання PR-інструментарію в галузі політичної комунікації [2]. Проблеми, пов'язані з питанням підготовки кваліфікованих кадрів для PR-галузі, порушує А. Киричок [6]; автор акцентує увагу на використанні менторського підходу в процесі професійної підготовки майбутніх PR-фахівців [7]. Досліджують рівень підготовки фахівців зі зв'язків із громадськістю в межах системи вітчизняної освіти та пропонують шляхи її вдосконалення А. Киричок та А. Мельниченко [8]. В. Шиян розглядає питання професійної підготовки та навчання майбутніх фахівців зі зв'язків із громадськістю [20]. І. Рябець вивчає становлення та розвиток професійної підготовки майбутніх фахівців із зв'язків з громадськістю у вищій школі України (друга половина XX ст. – початок XXI ст.) [16]. Проблеми підготовки PR-фахівців у сфері державного управління з'ясовують С. Синиця та В. Данилишин [18]. О. Курбан приділив увагу питанню вдосконалення побудови моделі професійної підготовки PR-фахівців [12]. Т. Коржова обґрунтовує дуальну модель вищої PR-освіти [9]. А. Нуржинська пропонує критерії та рівні сформованості компетентності майбутніх фахівців зі зв'язків з громадськістю в підготовці матеріалів для професійної діяльності [13]. В. Зеліч звертає увагу на моделі використання традиційних і нетрадиційних інструментів PR-технологій для просування компанії на ринку [4]. У своїх студіях науковці акцентують увагу на необхідності вирішення питання якісної підготовки фахівців з питань комунікації.

Метою статті є висвітлення особливостей підготовки спеціалістів з питань комунікації для територіальних громад у контексті розвитку PR-технологій, обґрунтовано необхідність формування у здобувачів вищої освіти відповідних фахових компетентностей.

Виклад основного матеріалу дослідження.

У сучасному медіапросторі, що характеризується стрімким розвитком інформаційних технологій, глобалізацією та цифровізацією комунікацій, медіапрофесії зазнають суттєвих трансформацій. На думку Л. Башманівської, В. Башманівського та Л. Шевцової, сьогодні зростають вимоги суспільства до професії працівників мас-медіа, зокрема

до підготовки спеціалістів у галузі журналістики [1]. Автори вважають, що нинішнє суспільство потребує компетентної особистості, яка бере активну участь у житті соціуму, швидко приймає рішення, самовдосконалюється й розвивається протягом усього життя. Від уміння орієнтуватися в сучасному інформаційному середовищі, швидко здобувати, використовувати й передавати інформацію залежить якісна професійна діяльність медійних працівників [1].

Одним із ключових аспектів, що впливає на зміну професійної парадигми журналістики, є впровадження й використання PR-технологій. За К. Смірною, PR-технології – це сукупність методів, прийомів, засобів, процедур реалізації функцій системи, що спрямовані на підвищення ефективності процесу й досягнення бажаного результату, а також на оптимальне й ефективне виконання цілей і завдань організації в певний час і в конкретному місці [19, с. 90]. PR-технології в сучасному комунікаційному процесі особливо актуальні, адже їх основною метою, на думку П. Петрова, є налагодження ефективної комунікації між суб'єктом та аудиторією, що має вплив на думку й уявлення громадськості й сприяє підвищенню довіри до об'єкта PR [15, с. 101]. Ці технології стають важливим інструментом у процесі формування та створення іміджу, просування соціально значущих ідей, управління репутацією й налагодження комунікації між організацією та її цільовою аудиторією. Вони впливають на громадську думку, будують довіру й створюють позитивне ставлення до бренду, компанії чи особистості. PR-технології сприяють створенню, підтриманню та зміні публічного образу суб'єкта комунікації. До них належать як класичні, так і інноваційні методи: написання пресрелізів, організація пресконференцій, управління кризовими ситуаціями, робота з медіа, організація подій, просування в соціальних мережах, формування особистого бренду та інтегровані комунікаційні кампанії. А. Зленко вважає, що технології паблік рилейшнз використовуються в усіх сферах життя суспільства, є невід'ємним атрибутом сучасних політичних процесів і виборчих кампаній, а етичні та інституційні аспекти PR-діяльності стають предметом постійних дискусій в українському суспільстві та медіа [5, с. 3]. У Професійному стандарті зазначено, що PR-фахівці здійснюють моніторинг інформаційного простору, вивчають та аналізують цільову аудиторію, налагоджують взаємодію із суспільством, формують імідж установи, організації, підприємства, забезпечують комунікацію «органів місцевого самоврядування та його посадових осіб з жителями територіальної громади, взаємодію із суб'єктами у сфері медіа та громадськістю, здійснюють заходи з розвитку інформаційного простору в територіальній гро-

маді» [14]. PR-фахівці повинні надавати достовірну інформацію, а також вибудовувати прозору комунікацію з громадськістю, демонструючи відповідальність і відкритість адміністрації територіальної громади. Зазначені кроки сприяють підвищенню довіри, залученню інвесторів, поліпшенню внутрішньої комунікації та взаємодії з реципієнтами.

PR-технології є невід'ємною частиною стратегічного управління територіальною громадою, оскільки дозволяють формувати позитивний імідж, підтримувати репутацію, будувати міцні зв'язки з громадськістю та ефективно взаємодіяти «із суб'єктами у сфері медіа, проводити їх акредитацію та опрацьовувати їхні запити» [14]. Для виконання цих позицій нарізла необхідність підготовки кваліфікованих кадрів для PR-галузі. На вагомості зазначеного аспекту наголошує А. Киричок, підкреслюючи, що в підготовці фахівців зі зв'язків з громадськістю необхідно дотримуватись єдиних освітніх стандартів, до яких тяжіє весь цивілізований світ [6, с. 48]. Одним із важливіших аспектів підготовки майбутніх спеціалістів із питань комунікацій в контексті PR-технологій є розвиток та вдосконалення їхніх умінь і навичок. Майбутні фахівці повинні не лише розрізняти маніпулятивні прийоми, фейки, інформаційні «вкиди» та інші елементи комунікативного впливу, а й створювати матеріали для спростовування публікацій з недостовірною інформацією. Розуміння специфіки PR-технологій дозволяє медіафахівцям дотримуватись вимог професійної етики, об'єктивності в поданні інформації, усвідомлюючи провідні аспекти роботи над створенням позитивного іміджу об'єднаної територіальної громади, бренду, організації тощо.

Спеціалісти з питань комунікацій виступають активними учасниками суспільних процесів, зокрема в межах інформаційного супроводу соціальних кампаній та формування репутації об'єднаної територіальної громади. Вони організовують і проводять різні заходи, зокрема, пресконференції, брифінги, інтерв'ю, прямі ефіри та зустрічі посадових осіб місцевого самоврядування. Усе це вимагає від них знань і навичок у сфері зв'язків із громадськістю, зокрема, вміння аналізувати цільову аудиторію, формулювати ефективні меседжі, розробляти комунікаційні стратегії, що відповідають цінностям громади, працювати над вирішенням проблемних ситуацій щодо репутаційних ризиків та кризових ситуацій тощо.

У системі місцевого самоврядування об'єднаних територіальних громад ефективний взаємозв'язок із суспільством має будуватися на прозорості, підзвітності та довірі до представників влади. Саме спеціалісти з питань комунікацій налагоджують зв'язки між адміністрацією та громадою, активно впливаючи на формування

позитивного іміджу органу місцевого самоврядування та сприяючи забезпеченню двостороннього обміну інформацією. Медіафахівці розробляють стратегічні плани щодо інформаційної політики громади, координують роботу офіційних сайтів, а також «опрацьовують і поширюють інформаційно-аналітичні матеріали, буклети, огляди, інформаційні збірники, звіти, довідкові видання, опубліковують відео-, аудіо- та фотоматеріали з питань діяльності органу місцевого самоврядування та життя територіальної громади», про що зазначено в Професійному стандарті [14]. Також працюють над підготовкою новинних матеріалів про діяльність органів влади, громадські ініціативи, інформують працівників ОТГ про актуальні події, зміни в структурі тощо. Крім того, спеціалісти із питань комунікацій забезпечують зворотний зв'язок із мешканцями: проводять опитування, аналізують звернення громадян, модерують публічні обговорення, залучають жителів до розробки стратегічних документів. Зазначені дії сприяють зміцненню єдності колективу, підвищенню ефективності управління розвитком територіальної громади; репрезентують політику відкритості та поінформованості громадян, формують довіру до ОТГ, залучають ресурси і забезпечують стабільний розвиток.

Комплекс зазначених завдань стимулює активізацію зусиль педагогів і PR-практиків з професійної підготовки майбутніх спеціалістів з питань комунікацій для територіальних громад. Так, В. Королько наголошує на важливості підготовки PR-фахівця з питань інформаційно-комунікаційних технологій, який володіє всіма методами роботи із ЗМІ [10, с. 13]. Майбутній спеціаліст із питань комунікацій має усвідомлювати свою професійну роль, здатність ефективно працювати в умовах інформаційної конкуренції, ефективно взаємодіяти з аудиторією, розуміти механізми впливу, уміти адаптувати інформацію під конкретні цілі, бути готовим до роботи в умовах високої інформаційної напруги. А тому, на думку В. Шиян, «у PR-освіті відзначається міждисциплінарний, комплексний підхід; обов'язковими є взаємодія і поєднання теорії та практики в педагогічному процесі; залучення самих студентів до організації PR-діяльності» [20, с. 136]. Сучасна журналістська освіта покликана не лише навчити писати тексти, знімати сюжети чи редагувати інформацію, а й підготувати PR-фахівця, здатного орієнтуватися в складному, динамічному, цифровому медіасередовищі. PR-технології стали невід'ємною частиною сучасного інформаційного суспільства, їх використання в процесі підготовки спеціалістів з питань комунікацій – це відповідь на виклики часу. Від того, наскільки якісно буде інтегровано ці знання в навчальний процес, залежить здатність майбутніх фахівців ефективно працю-

вати, залишаючись при цьому етичними, незалежними й професійними. На думку І. Рябець, вагомою складовою розвитку професійної підготовки майбутніх фахівців із зв'язків з громадськістю у вищій школі України є «наближення нормативно-правової системи української PR-освіти до Європейського освітнього простору, упровадження інноваційної форми освіти – навчання-сендвіч (Sandwich); використання технології навчання – онлайн тощо» [15, с. 46].

Формування практичних навичок у студентів-медійників відбувається в процесі вивчення освітньої компоненти «Реклама та PR у комунікаційному просторі». Це здійснюється, за В. Башманівським і З. Партиком, шляхом залучення здобувачів вищої освіти до розробки реальних проєктів на практичних заняттях під час вивчення тем: «Специфіка створення PR-матеріалів», «Реклама та PR у друкованих та Інтернет-медіа. Специфіка підготовки та поширення матеріалів», «Реклама та PR на радіо та телебаченні» [17]. Виконання практичних завдань сприяє розумінню особливостей створення та реалізації інформаційних кампаній, розробці стратегій для розвитку організацій, написанню та поширенню інформаційних матеріалів, веденню сторінок у соціальних мережах тощо. Запропоновані формати роботи дозволяють майбутнім фахівцям не лише засвоїти базові принципи PR-технологій, але й під час виступу та захисту свого проєкту перед студентською аудиторією зрозуміти тонкощі сфери публічних комунікацій, відчувати відповідальність за якість підготовлених інформаційних матеріалів, побачити, як працюють PR-інструменти в реальних умовах, і з'ясувати рівень власного професійного становлення.

В аудиторії студенти мають змогу створити уявну виробничу ситуацію, організувати пресконференцію, спробувати сформувати імідж публічної особи або розробити та апробувати комунікаційний план для запуску нового інформаційного продукту. Зазначені підходи розвивають у здобувачів вищої освіти необхідні для професійної діяльності навички стратегічного мислення, креативності, командної роботи та аналітики, знання й практичні вміння з виготовлення базового спектру PR-продукції, сприяють формуванню відповідних фахових компетентностей, зокрема, здатності використовувати знання із соціальних комунікацій у своїй майбутній професійній діяльності, створювати медіапродукт, організовувати роботу PR-відділів та інші [17].

Вирішення зазначених вище аспектів продиктоване специфікою сучасного ринку праці, що вимагає від фахівців із комунікацій не лише знань теоретичних основ журналістики, а й формування фахових компетентностей і відповідних програмних результатів, зокрема, «уміти реалізовувати PR-кампанії в сучасному інформаційному просторі; розуміти особливості функціонування PR у сучасному комунікаційному просторі, використовувати їх новітні досягнення у власній професійній діяльності» [17]. У зв'язку з цим, підготовка спеціалістів з питань комунікації для територіальних громад у контексті розвитку PR-технологій набуває особливої актуальності. Важливо засвоїти здобувачам вищої освіти не лише базові поняття PR як освітньої компоненти, а й широкий спектр засобів впливу на цільову аудиторію. Тому навчання студентів, які планують працювати у сфері зв'язків із громадськістю, повинно охоплювати всі аспекти в теоретичному та практичному форматах.

Висновки. Отже, PR-технології стали невід'ємною складовою сучасного комунікаційного простору, а тому їх вивчення є необхідною умовою якісної підготовки здобувачів вищої освіти журналістського фаху. PR-складова в журналістській освіті сприяє вдосконаленню професійних компетентностей та програмних результатів, зокрема, здатності застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у професійній діяльності, створювати медіапродукт, ефективно організовувати роботу PR-відділів тощо. Вдале поєднання теоретичних та практичних аспектів навчання, цифровізація освітнього процесу, інтеграція реального досвіду, оновлення змісту програм сприяють підготовці професіоналів, здатних ефективно діяти в інформаційному просторі, мислити стратегічно та відповідати на виклики сучасного глобалізованого світу. Урахування актуальних PR-технологій у процесі підготовки майбутніх медіафахівців є реакцією на виклики інформаційного суспільства та важливим чинником формування конкурентоспроможного, відповідального фахівця у сфері масових комунікацій. Перспективи досліджень у сфері підготовки спеціалістів з комунікацій для територіальних громад можуть стосуватися вивчення міжнародного досвіду підготовки медіафахівців, зокрема порівняльного аналізу освітніх підходів з метою впровадження кращих практик у національний контекст.

Література:

1. Башманівська Л. А., Башманівський В. І., Шевцова Л. С. Формування інформаційно-комунікаційної компетентності як компонент підготовки майбутніх журналістів. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2020. Т. 76. № 2. С. 30–42. URL: <https://journal.iitta.gov.ua/index.php/itlt/article/view/2539> (дата звернення: 18.04.2025).

2. Березенко В. Використання PR-інструментарію у сфері політичної комунікації. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2014. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2014_1-2_35 (дата звернення: 18.04.2025).
3. Березенко В. Проблеми вдосконалення професійної підготовки фахівців з зв'язків з громадськістю в Україні. *Інформаційне суспільство*. 2013. Вип. 17. С. 31–35.
4. Зеліч В. Використання PR-технологій як інструменту маркетингових комунікацій у просуванні компанії. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2022. № 1 (124). С. 77–82. URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2022/1_2022/15.pdf (дата звернення: 21.04.2025).
5. Зленко А. Сучасні PR-технології: навч.-метод. посібник для самостійного вивчення дисципліни / Уклад. А. М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с.
6. Киричок А. Освіта у сфері зв'язків з громадськістю: міжнародний досвід та українські реалії. *Вісник Книжкової палати*. 2015. № 12 (233). С. 45–48.
7. Киричок А. Теорія та практика створення сучасної моделі освіти у галузі PR: монографія. Київ: «Політехніка», 2017. 236 с.
8. Киричок А., Мельниченко А. До питання вдосконалення вітчизняної системи підготовки фахівців у сфері зв'язків з громадськістю. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2014. № 4. С. 142–146.
9. Коржова Т. Професійна підготовка фахівців зі зв'язків з громадськістю у закладах вищої освіти України: автореф. дис. ... канд. наук із соціал. комунікацій. URL: http://knukim.edu.ua/wp-content/uploads/2019/05/korzхова_diser.pdf (дата звернення: 18.04.2025).
10. Королько В. Світовий досвід та українські «новації» в підготовці фахівців зі зв'язків з громадськістю. Актуальні питання реформування комунікацій органів влади України з громадськістю: доповіді міжнародної конференції / ред. В. Г. Королько. Current issues of reforming communications between the government and the public in Ukraine: report of the international conference / ed. by V. H. Korolko. Київ, 2016. Р. 10–18.
11. Курбан О. Специфіка та особливості підготовки PR фахівців для сучасного профільного ринку. Педагогічний процес: теорія і практика. Київ, 2014. Вип. 4. С. 32–35. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/prtp_2014_4_9 (дата звернення: 18.04.2025).
12. Курбан О. Інформаційні кампанії у соціальних онлайн-мережах: типологія та класифікація. *Поліграфія і видавнича справа*. 2017. № 1. С. 172–182.
13. Нуржинська А. Професійна підготовка майбутніх фахівців зі зв'язків з громадськістю в умовах дистанційної форми навчання: автореф. дис. ... канд. пед. наук. URL: <http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/25232/> (дата звернення: 20.04.2025).
14. Професійний стандарт «Спеціаліст місцевого самоврядування з питань комунікацій». Затверджено Розробником Національним агентством України з питань державної служби (наказ від 12.09.2023 р. № 145–23). URL: <https://nads.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennia-profesiinoho-standartu-spetsialist-mistsevoho-samovriaduvannia-z-pytan-komunikatsii> (дата звернення: 05.03.2025).
15. Петров П. Технології політичних комунікацій в міжнародних відносинах України. *Суспільні комунікації та мовні універсалії*. 2023. № 3 (17). С. 98–108.
16. Рябець І. Тенденції становлення та розвитку професійної підготовки майбутніх фахівців із зв'язків з громадськістю в Україні. *Polish journal of science*. 2020. № 31. С. 42–46.
17. Робоча програма вивчення освітньої компоненти «Реклама та PR у комунікаційному просторі» для підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Укладачі В. Башманівський, З. Партико. 2024. URL: <https://eportfolio.zu.edu.ua/media/WorkProgram/341/qtiptybcs.pdf> (дата звернення: 27.03.2025).
18. Синиця С., Данилишин В. Особливості PR в сфері державного управління. *Ефективна економіка*. 2021. № 8. С. 1–5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2021/94.pdf (дата звернення: 22.04.2025).
19. Смірнова К. PR менеджмент: конспект лекцій. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 192 с.
20. Шиян В. Особливості та сучасні тенденції підготовки фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю. Соціальні комунікації в інтеркультурному просторі: міжконтинентальний діалог інтелектуалів: матеріали Міжнарод. наук.-практ. конф. 2014. 13 лист. С. 131–137.