

*Розова Олена Володимирівна,*

аспірантка 4-го курсу кафедри соціології і публічного управління,

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут»,

м. Харків, Україна

## **РОЛЬ УНІВЕРСИТЕТСЬКИХ ПРЕС-СЛУЖБ У ФОРМУВАННІ ДЕМОКРАТИЧНОГО ВЕКТОРУ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ**

### **THE ROLE OF THE UNIVERSITY PRESS SERVICE IN THE INFORMATION SPACE DEMOCRATIC VECTOR FORMING**

Інститут прес-служб в Україні почав створюватись на етапі формування демократичного суспільства у 90-х роках ХХ століття. Загальне виборче право, народження незалежних ЗМІ та нових громадських інститутів стало передумовою для того, щоб держава почала звертати увагу на суспільство. Відсутність «прозорості» у діяльності державних інститутів могла поставити «іміджевий хрест» на їхньому існуванні, оскільки викликала недовіру у населення, яке «ковтнуло» свободу слова. Актуалізувалася потреба в організації структури, яка стане посередником між державою та суспільством. До її функцій мало входити не лише створення ефективного інформаційного каналу, а й здійснення зворотного зв'язку – комунікації з населенням, пояснення та коментарі державних рішень, аналіз запитів різних соціальних груп, урахування їхніх думок, пропозицій та критики. Такою структурою стала прес-служба. У відповідь на запити нового демократичного суспільства, яке потребує відкритості та прозорості, у зв'язку зі зростаючою конкуренцією в освітньому середовищі і т.д. У 2000-х прес-служби почали створюватись також в українських університетах. З цього моменту прес-служби ЗВО починають відігравати одну з ключових ролей щодо позиціонування університетів в інформаційному просторі.

Перші прес-служби з'явилися в США в 1898 році, коли виникали великі міста, підвищувалася грамотність населення, і у зв'язку з цим збільшувалася

потреба в актуальній інформації. Період характеризується активним розвитком журналістики, зростає читацька аудиторія газет. З'являються прес-служби та відділи зв'язків із громадськістю. Першим професійним речником прийнято вважати колишнього репортера, помічника президента Е. Джексона-Амоса Кендалла. Крім того, що він консультував президента і писав промови його виступів, Кендал здійснював реальний вплив на політику країни. [7]. В Україні перші прес-служби виникли із здобуттям незалежності країни у 1991 році при Верховній Раді та Кабінеті Міністрів. Розвивалися незалежні медіа, суспільство гостро потребувало оперативної інформації від влади. Однак функції новостворених прес-служб зводилися переважно до ретрансляції інформації для ЗМІ. [6]. 1992 року з'являється прес-служба Президента України, і починає свій розвиток соціальний інститут прес-служби в країні – формуються зв'язки між владою та суспільством. [2]. Спочатку прес-служба Президента України виконувала лише другорядні ролі, обмежуючись організацією нерегулярних прес-конференцій та підготовкою письмових заяв прес-служб. Проблема в тому, що президенту Леоніду Кравчуку з його комуністично-партійним бекграундом була не до кінця зрозуміла роль прес-служби як детектора громадської думки. Він не використовував можливості проведення брифінгів, у чому, наприклад, досягли успіху колеги зі США. Організація щоденних брифінгів давала американській владі можливість «запускати» пробні думки та ідеї для громадського обговорення для того, щоб їх розвивати (у разі підтримки суспільством) або спростовувати, якщо вони непопулярні. [6]. Зовсім інакше будував стосунки з пресою наступний президент України – Леонід Кучма (1994 – 2005 р.), який давав повну свободу як своїм прес-секретарям, так і іншим працівникам адміністрації: голові, радникам, помічникам тощо. Саме в цей час починають проводити щотижневі брифінги та інші форми взаємодії із пресою. [1]. У 1997 році ухвалюється Закон України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», який закріплює діяльність прес-служб при органах влади, щоправда їх тепер називають

«інформаційні служби органів державної влади та органів місцевого самоврядування» [3].

Прес-служби при українських університетах почали виникати з появою ринку освітніх послуг наприкінці 1990-х, на початку 2000-х років, в умовах зростання конкуренції в освітньому середовищі. Тоді, окрім державних ЗВО, стали організовуватись приватні університети, а також нові освітні структури на виробництвах, фірмах. Це було незвично для вишів, які протягом багатьох десятиріч функціонували в умовах жорсткої організації та планування, що гарантувало їм впевнене майбутнє: держзамовлення на фахівців, розподіл на роботу тощо. Крім того, у цей період суспільство переходило на новий економічний, політичний та культурний виток, Україна інтегрувалася у світову спільноту (стала учасником Болонського процесу у 2005 р.), розпочався етап глобалізації та тоталізації соціальних відносин. Для забезпечення ефективного функціонування університетів та їх адаптації до нових умов необхідно було реформувати систему управління вишами. На цьому етапі ЗВО почали ставити перед собою нові завдання: перебудова внутрішньої горизонтально-вертикальної комунікативної мережі взаємовідносин та зовнішньої горизонтальної комунікативної мережі взаємовідносин із конкурентами, партнерами та іншими групами громадянськості; формування високого рівня довіри; інтеграція у міжнародне освітнє співтовариство; забезпечення конкурентоспроможності наукових та освітніх програм; забезпечення фінансової стабільності; перетворення університетів на центри культурного, просвітницького та наукового життя регіону; формування позитивної громадської думки щодо своєї діяльності; створення індивідуального образу. [4]. Для реалізації цих завдань університетам, що функціонують в інформаційному просторі, були потрібні нові інструменти, зокрема технології паблік рілейшнз (зв'язки з громадськістю), які до цього часу вже почали застосовуватися в державних, політичних та бізнесових структурах України. Згідно з Національною доктриною розвитку освіти, новий механізм управління університетами має припускати «урахування громадської думки в управлінні вузами,

впровадження ефективної системи інформування громадськості про можливості здобуття вищої освіти» [8].

Головним завданням університетських прес-служб, які працюють у демократичному полі та позиціонують ЗВО в інформаційному просторі, є не лише двосторонній обмін інформацією між університетом та суспільством, а й побудова діалогового типу комунікації. За такої системи суб'єкт та об'єкт комунікації – повноправні учасники інформаційних відносин. Основними принципами діяльності прес-служб університету мають бути: прозорість, відкритість, чесність, правдивість, професіоналізм. Дотримуючись цих демократичних принципів у роботі, можна сформувати високий рівень довіри суспільства до діяльності ЗВО. Все це дасть змогу розробити ефективні інструменти для позиціонування університету в інформаційному просторі.

#### **Список використаних джерел**

1. Антипов К. В., Бажеинов Ю. К. Паблік рилейшнз. Москва. 2002.
2. Голота Н. П. Особливості роботи прес-служби в державних органах: історія та сучасність. *Науковий вісник Ужгородського Національного університету*. Серія: Право. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2018. Т. 2. Вип. 49. С. 29–31.
3. Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації : Закон України від 25.04.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/539/97-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення 18.10.21).
4. Ильченко И.А. Коммуникативная деятельность университета и паблік рилейшнз : дис. канд. социол. наук : 22.00.04 / Харьковский национальный ун-т им. В.Н.Каразина. Харків, 2004. 227 л
5. Королько В. Г. Основы паблік рилейшнз. Київ : «Ваклер», 2000. 528 с.
6. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз для профессионалов. Москва, 2000. 624 с.
7. Татарина Г. Н. Современная пресс-служба: учебник. Омск, 2007. 67 с.

8. Указ Президента України «Про Національну доктрину розвитку освіти». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/347/2002#Text>. (дата звернення: 12.12.21).

*Хорошман Марія Юрївна,*

здобувачка вищої освіти 4 -го року навчання  
кафедри соціології і публічного управління,  
Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут»,  
м. Харків, Україна

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНСТИТУТУ ОСВІТИ**

### **MODERN TRENDS OF DEVELOPMENT OF THE INSTITUTE OF EDUCATION**

Сучасна освічена людина спроможна орієнтуватися в динамічних, бурхливих соціальних, економічних, політичних реаліях. Така особистість здатна успішно інтегруватися до вимог інформаційного суспільства, яке активізує владу до переосмислення перспектив розвитку освітньої системи. Тому не випадково широкої популярності набувають такі нові форми освіти, як неперервний освітній процес та самостійна освіта.

Сприйняття великої кількості інформації індивідом і наявність безлімітного інформаційного простору призвели до серйозної дезорієнтації в діяльності інституту освіти: а) освіта розвивається з меншою швидкістю, ніж сучасне суспільство; б) поява медійної реальності трансформує освітню реальність; в) феномен мас-медіа є основою медіа-освіти як інноваційного процесу; г) медіа-освіта є наслідком медійної революції в інформаційному суспільстві [1].

Сьогодні до освітянського процесу залучені та мають значне поширення соціальні та цифрові технології. В умовах інформаційного суспільства існують принципово нові форми освітньої реальності – це