

УДК 32.019.51

Світлана ОРЛИК
д.і.н., професор кафедри історії,
археології, інформаційної та архівної справи
Центральноукраїнський національний технічний університет

ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ І ЖУРНАЛІСТИКА

Майже кожен сучасний підручник з теорії і практики зв'язків з громадськістю наголошує на тому, що паблік рілейшнз (далі – PR або зв'язки з громадськістю) не є рекламою, пропагандою, а тим паче журналістикою.

Проте у сфері громадських зв'язків органів державної влади, бізнес структур, громадських організацій тощо ми найчастіше зустрічаємо саме спеціалістів з кваліфікацією журналістів. Розвиток інформаційного суспільства змінює підходи до підготовки кадрів у сфері зв'язків з громадськістю, формуючи самостійні напрямки професійної підготовки за кваліфікацією соціальних комунікацій та інформаційної діяльності.

Враховуючи те, що 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 (в т.ч. 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.

На відміну від журналістської діяльності, послідовна робота PR фахівців 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.

Основне завдання PR-підрозділів будь-яких підприємств, установ чи організацій у взаємодії із засобами масової інформації полягає у безоплатному наданні їм необхідної інформації. Зазначені інформаційні матеріали мають містити виклад фактів у змісті яких мають бути відсутні будь-які пропагандистські або комерційні складові. При цьому, у сфері паблік рілейшнз сформувалися ряд особливих принципів, які вирізняють її діяльність: 1) соціальної орієнтації; 2) демократичності; 3) альтернативності; 4) громадянського консенсусу на основі зворотного зв'язку; 4) наукової обґрунтованості та ін.

Тож, характерними особливостями діяльності зв'язків з громадськістю (паблік рілейшнз), які відрізняють її від журналістики можна вважати наступні: 1) досягнення взаєморозуміння через добровільне прийняття громадськістю трансльованих ідей та думок; 2) вибудова відносин на основі довгострокової стратегії спільної зацікавленості; 3) дотримання етичних норм та неприйнятність негативного підходу (зокрема й відсутність ідеологічного

спрямування, не застосування маніпуляцій, пропагандистських та інших технологій); 4) соціальна відповідальність за результати своєї діяльності; 5) відсутність комерційного інтересу.

Саме ці базові основи (принципи) та завдання фахівців PR діяльності відрізняють їх від роботи журналістів і рекламних агентів, що необхідно враховувати при підготовці кадрів за напрямком професійної підготовки за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».