

**МОДЕЛЬ СЛУЖБИ ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ ВНЗ СИСТЕМИ МВС:  
ЦІЛІ І НАПРЯМКИ ДІЯЛЬНОСТІ**

Організація в державних установах служб із зв'язків з громадськістю почалася в Україні ще наприкінці 80-х рр. і, в першу чергу, з метою викликати довіру населення до діяльності об'єктів ядерної енергетики. Перша така установа була створена у Харкові при Фізико-технічному інституті Міністерства атомної енергетики і промисловості СРСР [1]. Згодом необхідність створення підрозділів паблік рілейшнз (PR) була усвідомлена керівництвом міністерств, відомств та інших, менш значних організацій в державі (див., наприклад [2]).

Огляд напрямів і специфіки діяльності таких служб був свого часу частково поданий у цікавій роботі Г. Почепцова [3], а практичні та теоретичні питання PR-діяльності активно розглядаються фахівцями в спеціальній літературі з цієї проблеми. На жаль, у цьому дискурсі бракує інформації щодо такої важливої проблеми, як організація і діяльність підрозділів з PR у вищій школі. Не розглядалися вони і в дисертаційній роботі [4], присвяченій PR-діяльності в ОВС. (Вкажемо на досить цікаві підходи до цієї проблеми в деяких роботах [5, 6], але використання їх авторами таких не зовсім сприйнятливих в науковому обговоренні аргументів, як «позитивна енергетика університету», «циклічний кругообіг цивілізації» та і т.п., заважає розумінню результатів робіт).

Разом з цим слід зазначити, що діяльність закладів вищої школи в період її динамічної трансформації потребує звернення до методів паблік рілейшнз не тільки як до засобу зворотного зв'язку з громадськістю, а й як інструмента керування організацією в мінливому соціальному середовищі. За даними західних досліджень, 39% ректорів стверджують, що за останній рік вони витрачали на PR-діяльність від 21 до 40% свого часу, 27% ректорів приділяли їй від 41% до 60% свого часу, 10% визнали, що вони віддали цій роботі більш ніж 60% свого часу [7, с.586]. Відомо, що [8, с.146] ректор Санкт-Петербурзького університету у 1995 р. створив у вузі Центр паблік рілейшнз на базі факультету журналістики з метою підвищення іміджу університету.

Ці обставини і спонукали до роздумів щодо функціональних напрямків такої служби у вузах системи МВС, яким притаманна певна специфіка. На цьому ґрунті нами, не вдаючись до аналізу матеріально-фінансових та структурно-штатних обставин проблеми, здійснена спроба створити проєкт служби PR для вузу системи МВС з позицій виокремлення і фіксації її головних цілей і напрямків діяльності. Безперечно, що і як кожна нова розробка, ця модель не є досконалою, і ми сподіваємося на подальше її критичне вдосконалення фахівцями.

Модель, що розглядається, спирається на функціональний принцип PR-діяльності: «Паблік рілейшнз – це функція управління, що сприяє нала-

годженню або підтримці взаємокорисних зв'язків між організацією та громадськістю, від якої залежить її успіх або невдача». Така служба фактично діє як порадник керівництву організації і посередник у процесі комунікації між керівництвом та певними групами громадськості (зовнішньої та внутрішньої), з якими взаємодіє організація.

Виходячи з того, що головною метою діяльності вузу системи МВС є задоволення потреб органів внутрішніх справ у високоосвіченому персоналі, першочерговими завданнями керівництва вузу визначаються такі:

- забезпечення прийому до навчального закладу абітурієнтів, рівень знань і навичок яких є достатнім до навчання у вузі системи МВС;
- підготовку та заохочення до роботи у вузі професіоналів високого рівня, які мають наукові ступені та необхідний досвід практичної діяльності;
- забезпечення високого рівня підготовки спеціалістів, які в достатній мірі відповідають вимогам сучасного рівня функціонування ОВС;
- створення і розвиток матеріальної та учбової бази ВНЗ, що відповідає сучасним вимогам підготовки спеціаліста ОВС;
- забезпечення необхідного рівня фінансування навчального закладу для його ефективного функціонування;
- взаємодія з іншими відомчими закладами МВС як в Україні, так і в інших державах, для обміну досвідом та проведення спільних наукових і методичних досліджень.

Таким чином, служба PR, виконуючи своєрідну функцію управління, спрямовується на підтримку всього процесу управління діяльністю вузу та вирішенню проблем, що існують та можуть виникнути в процесі функціонування установи.

Соціальне середовище будь-якої організації з позицій паблік рілейшнз умовно поділяється на дві сфери впливу: зовнішню громадськість та внутрішню. Кожну з них можна також умовно поділити на об'єкти необхідного впливу організації – цільові групи.

Цільовими групами служба PR ВНЗ в середовищі внутрішньої громадськості виступають:

- професорсько-викладацький склад;
- інші підрозділи, які тим чи іншим чином забезпечують реалізацію та підтримку навчального процесу;
- курсанти, слухачі навчального закладу, їх близькі та родичі.

У сфері зовнішньої громадськості такими групами є:

- керівництво МВС, міська влада, та інші групи і організації, від яких залежить фінансове та матеріально-технічне забезпечення діяльності ВНЗ;
- потенційні абітурієнти та їх батьки;
- місцеві органи внутрішніх справ, які взаємодіють з потенційними абітурієнтами та їх батьками;
- ЗМІ, через які здійснюється інформування широкої громадськості про діяльність ВНЗ;
- висококваліфіковані викладачі та фахівці інших організацій, які можуть бути залучені до роботи у ВНЗ;

– громадські організації, сфери діяльності яких перетинаються з його діяльністю.

Кожній з вказаних цільових груп є важливою наявність привабливих для них рис, що складають окремих образ (імідж) організації. Назвемо лише деякі:

– Для професорсько-викладацького складу та висококваліфікованих викладачів і фахівців інших організацій – це ВНЗ, що готує висококласних фахівців, турбується за своїх працівників: шанує їх роботу та сприяє їх науковому розвитку, захищає їх соціальні права та дбає про їх матеріальний добробут. Дуже важливою для цієї групи є наявність у вузі певного наукового середовища, наукової школи, якісного бібліотечного обслуговування, міцних зв'язків з іншими науковими осередками.

– Для персоналу організації (групи, яка підтримує і супроводжує навчальний процес) – це організація, що оцінює належно їх вклад в спільну справу, де вони захищені соціально і мають можливість подальшого службового росту.

– Для абітурієнтів та їх батьків – це вуз, який надає необхідну і якісну освіту та можливість подальшого працевлаштування випускників.

– Для курсантів і їх батьків – це організація, яка надає належну освіту, захищає своїх вихованців соціально, дає їм можливості для спілкування, саморозвитку і спорту.

– Для міністерства внутрішніх справ і місцевих підрозділів внутрішніх справ – це організація, яка забезпечує належну професійну підготовку якісних фахівців для ОВС, має певні досягнення в науці, бойовій та спортивній підготовці.

– Для міської влади, громадських та інших організацій – це ВНЗ, що бере активну участь в громадському житті міста та країни, чим підвищує імідж міста, сприяє розвитку громадянського суспільства.

– Для ЗМІ – це організація, що має високий освітній і науковий рівень, активно співпрацює із ЗМІ, надає різнобічну інформацію про свою діяльність.

Таким чином, основою функціональної діяльності PR-служби вузу виступають:

– налагодження зв'язків безпосередньо з кожною з вказаних цільових груп;

– постійне інформування цільових груп з тих аспектів діяльності ВНЗ, що є суттєвими для кожної із зазначених цільових груп;

– створення і забезпечення систем зворотного зв'язку з цільовими групами з метою підвищення якості інформування громадськості.

Виходячи з функцій PR-служби, напрямки її роботи полягають у інформаційній взаємодії з різними цільовими групами, а цілями роботи, відповідно, виступають згуртованість внутрішньої громадськості у вирішенні завдань вузу та створення високого позитивного іміджу для кожної з цільових груп зовнішньої громадськості, що забезпечить підтримку нею ВНЗ у досягненні його цілей.

Слід також зазначити, що для всіх вище зазначених цільових груп громадськості суттєвим є наявність високого позитивного іміджу керівника

навчального закладу. Це обумовлене тим, що саме керівник представляє інтереси організації на усіх рівнях, від нього залежить реалізація основних завдань діяльності учбового закладу та забезпечення його функціонування. Високий імідж ректора, який уособлює вуз в уяві громадськості, безумовно впливає і на підвищення іміджу вузу. Отже, окремим напрямком і відповідною метою роботи PR-служби вузу є допомога у створенні і підтримці позитивного іміджу ректора та допомога в інформаційному керівництві вузом відповідно до вказаних цільових груп громадськості. Діяльність служби PR в цьому напрямку полягає в наступних діях:

- консультування керівника з питань його особистого іміджу, форм та характеру комунікацій з певними цільовими групами;
- розробка стратегії інформаційної діяльності в керівництві учбовим закладом та її реалізація;
- оперативне інформаційне реагування на події, що зачіпають імідж вузу та його керівництва;
- вивчення соціально-психологічного стану персоналу вузу та його ставлення до управлінських рішень;
- розробка рекомендацій керівництву вузу щодо формування мотивацій внутрішньої громадськості в досягненні головної мети діяльності вузу – підготовки висококласних спеціалістів для ОВС.

Для всіх вищенаведених напрямків діяльності служби PR вузу суттєвим є створення і розвиток бази даних про стан учбового закладу, необхідних для оперативного інформування і комунікацій, а також бази повідомлень в ЗМІ щодо діяльності вузу та ОВС в цілому.

Таким чином, досягнення цілей служби публік рілейшнз ВНЗ системи МВС можливе за умови ефективного виконання нею наведених нами її функціональних обов'язків. При цьому діяльність служби PR в кожному з вказаних напрямків роботи спирається на розробку і впровадження конкретних соціальних технологій і необхідних заходів для цього. Помітна частина таких технологій може бути специфічною як до самого ВНЗ, так і до його соціального оточення, що вимагає від працівників публік рілейшнз достатньо високої фахової винахідливості для їх створення і впровадження.

**Список літератури:** 1. Саппа М.М., Дубинський В.Г. Головні напрями діяльності на Україні РЦГГ – регіонального центру громадської інформації з атомної енергетики // Тези доповідей учасників VI з'їзду Географічного товариства УРСР. Одеса, 1990. 2. Фесюнін В.М. Сутність та особливості «публік рілейшнз» в діяльності органів та підрозділів ДПС в Україні // Право і безпека. 2004. №4. 3. Почепцов Г. Публік рілейшнз, или как управлять общественным мнением. М., 1998. 4. Казанчук І.Д. Управління процесом публік рілейшнз в діяльності органів внутрішніх справ України (організаційно-правові питання): Автореф. дис... канд. юрид. наук. Х., 2001. 5. Ільченко І.О. Університет: комунікативна система у комунікативному просторі // Вісник Харківського національного університету «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи». 2001. № 527. 6. Ільченко І.О. Роль PR в підвищенні довіри до вузівської науки // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. Х., 2001. 7. Катлип Скотт М., Сантер Аллен Х.,

Брум Глен М. «Паблік рилейшенз: Теорія и практика. М., 2000. 8. Моисеев В.А. Паблік рилейшенз: теорія и практика. К., 1999.

*Надійшла до редколегії 28.04.05*

*І.М. Совгій*

## **ДОВУЗІВСЬКА ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА МАЙБУТНІХ ПРАЦІВНИКІВ ОРГАНІВ ВНУТРІШНІХ СПРАВ ЯК ПЕДАГОГІЧНА СИСТЕМА**

Організаційно-педагогічне забезпечення навчально-виховного процесу в юридичних ліцеях та профільних класах являє собою цілеспрямовану систему управлінських, правових, педагогічних, психологічних та медичних заходів, спрямованих на реалізацію відомчої довузівської освітньої програми щодо підготовки майбутніх працівників органів, служб та підрозділів внутрішніх справ України. Системоутворюючою складовою таких заходів виступає сукупність відповідних навчально-методичних документів, які і складають комплексний проект довузівського навчально-виховного процесу. Створення такого проекту дозволяє суб'єктам педагогічної діяльності вибрати найбільш ефективні шляхи досягнення цілей підготовки майбутніх працівників національної правоохоронної системи. Потрібний набір документів залежить насамперед від того, що повинно бути в них спроектовано. Відповідь на це питання можлива лише у випадку визначення того об'єкта, який створюють суб'єкти навчально-виховного процесу в своїй практичній діяльності. Такими об'єктами, засвідчує педагогічний аналіз, виступають як окрема педагогічна система, створювана в процесі викладання предмета, так і загальна педагогічна система навчального закладу у цілому, що складається з окремих педагогічних систем усієї сукупності навчальних предметів за даною спеціальністю [1, с.6]. Таким чином, сукупність навчально-методичних документів в сфері навчання й виховання учнів загальнопрофільних класів та відомчих ліцеїв – це або модель майбутньої педагогічної системи вивчення конкретної спеціальності, або ж модель останньої правоохоронної спеціальності.

Під системою взагалі слід розуміти безліч елементів, які співвідносяться одне до одного і створюють у сукупності певну цілісність, єдність. Оскільки в системах відрізняють елементи, процеси та їх взаємозв'язки, то необхідно вести мову про структуру і функції систем. Тут доцільно буде навести зазначену В.Г. Афанас'євим важливу думку про те, що «сама матеріальний, енергетичний та інформаційний обмін з-поміж компонентами цілого є тією силою, яка об'єднує їх в єдине ціле утворення» [2, с.63]. Цей обмін і складає зміст взаємодії компонентів. Із зазначеного закономірно випливає розуміння системи як функціонуючої структури, адже обмін – це і зміст, і процес її функціонування. «Система, – як зазначає з цього приводу В.Н. Сагаговський, – це цілеспрямована функціонуюча конструкція» [3, с.75]. Соціальна система – це, насамперед, відмежована безліч взаємодіючих елементів, вказує у свою чергу О.Н. Авер'янов [4, с.25]. Отже, будь-яка соціальна система має власну внутрішню структуру, яка складається із певної сукупності елементів. Перш за все це люди, їх діяльність, інформація та