

Наталія Курилюк

ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ МОЛОДІЖНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ РІВНЕНЩИНИ В ПРОЦЕСІ СТАНОВЛЕННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ОСВІТИ ТА ВИХОВАННЯ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто вплив зв'язків з громадянською молодіжних організацій на процес становлення громадянського суспільства. Зокрема, приділено увагу розгляду PR проектів, які виконують функції громадянської освіти та виховання і сприяють формуванню активної громадянської позиції.

Ключові слова: громадянська активність, громадянська освіта, зв'язки з громадянською, молодіжні організації.

Natalia Kuryliuk. Public relations of youth organizations of Rivne region in the process of establishment of civic education and upbringing in Ukraine.

The article is devoted to the impact of public relations of youth organizations on the process of establishment of civil society. The author focuses attention on PR of the projects that help in the process of development of civil society and form active civic attitude of youth as one of the important qualities of a citizen.

Keywords: civic activity, active civic attitude of youth, public relations, youth organizations.

Формулювання дослідницької проблеми. Зрозумілим є те, що провідну роль в реалізації громадянської освіти повинні відігравати навчальні заклади (формальної і неформальної освіти): дошкільні навчальні заклади, загальноосвітні навчальні заклади (загальноосвітні школи I-III ступеня, гімназії, колегіуми, ліцеї, спеціалізовані школи), професійно-технічні навчальні заклади; вищі навчальні заклади I-IV рівнів акредитації (коледжі, технікуми, училища, інститути, університети, заклади післядипломної освіти та інші вищі навчальні заклади), позашкільні навчальні заклади (центри, будинки, установи, клуби, бібліотеки); заклади та установи культури, *громадські (неурядові) організації*.

В Україні до нинішнього часу основною рушійною силою процесів становлення громадянської освіти були громадські організації, рухи, фонди. Молодіжні організації також не стоять осторонь і спрямовують діяльність у розвиток демократичної ментальності народу, його вмінням співпрацювати з владою, контролювати її, а їхня безпосередня комунікація з молоддю дозволяє впливати на вирішення проблеми пасивної громадянської позиції.

Стан наукового дослідження проблеми. На сьогодні питання зв'язків з громадянською молодіжних організацій, а також їхньої ролі у процесі становлення громадянської освіти та виховання ще недостатньо висвітлено у наукових дослідженнях. У статті подано теоретичні основи зв'язків з громадянською, які розкривають такі науковці, як Г. Г. Почепцов та І. Ю. Палеха. Актуальність впровадження принципів громадянського суспільства, а також методи громадянської освіти та виховання подано у проекті Концепції громадянської освіти та виховання в Україні. Також питання громадянської освіти розглядають у своїх наукових працях Л. А. Найдьонова, Г. Г. Мірошниченко, А. Ф. Карась.

Мега статті. Розкрити основні засоби зв'язків з громадянською, якими користуються молодіжні організації Рівненської області у процесі становлення громадянської освіти та виховання в Україні.

Виклад основного матеріалу. Під час формування змісту громадянської освіти та виховання, згідно з Проектом Концепції громадянської освіти та виховання в Україні, молодіжним організаціям потрібно дотримуватися особистісно-зорієнтованого, конкретно-історичного та діяльнісного підходів.

Особистісно-орієнтований підхід ставить інтереси особи у центр навчально-виховного процесу. За таких умов, центральною ідеєю громадянської освіти стає поняття невідчужуваних прав людини, а зміст її спрямовується на виховання громадянина демократичного суспільства, патріота України, що прагне вільного вибору і буде своєю діяльністю на основі визнання абсолютної цінності прав людини. Особистісно зорієнтований підхід до формування змісту громадянської освіти передбачає врахування вікових особливостей аудиторії, розробку кожного конкретного етапу навчання за віковою вертикаллю у взаємопов'язаному контексті всього навчально-виховного процесу [1].

Молодіжні організації пропонують різнопланові проекти, які задовольняють особисті потреби окремих представників молоді. На заходах молодіжних організацій шанується принцип демократії, оскільки є можливість регулювання загального процесу глядачами, шляхом постановки запитань, пропозицій тем обговорення. При формуванні навчальних проектів, таких як «Школа молодого журналіста», встановлюється орієнтовний вік учасників, що стає основою підготовки, відповідних за рівнем складності матеріалів, а також критерієм відбору із загального числа бажаючих взяти участь у заході.

Конкретно-історичний підхід вимагає розглядати навчальний процес в цілому, як історичну категорію, своєрідну модель конкретних вимог суспільства щодо підготовки молоді до життя та діяльності

в даному суспільстві на певному етапі його розвитку. Конкретно-історичний підхід спрямовує зміст громадянської освіти та виховання на вирішення найбільш актуальних для даного етапу розвитку українського суспільства завдань [2].

В процесі реалізації молодіжними організаціями освітніх, навчальних проєктів конкретно-історичний підхід реалізується за рахунок обговорення питань, важливих на сучасному етапі державотворення. Відтак, на щотижневих «Дебатах», які організовує Молодіжна платформа «Яскраво», кожне із актуальних запитань розглядається з різних точок зору. Таким чином, молодь, яка приходить на захід, має можливість зробити власні висновки та сформулювати особисте бачення розв'язання проблемних питань.

Діяльнісний підхід визначає спрямування змісту громадянської освіти на розвиток уявлень і вмій, що сприяють успішній соціальній активності особистості. Цей підхід реалізується шляхом створення навчальних ситуацій, в яких апробовуються на практиці засвоєні громадянські цінності. Реалізація цього підходу здійснюється шляхом викладення глобальних проблем посередництвом локальних на основі позитивного досвіду участі учнів і студентів у окремих громадянських акціях, проєктах тощо [3].

Саме діяльнісний підхід – це та складова процесу громадянської освіти, яку молодіжні організації забезпечують найкраще. Акція «Зробимо Україну чистою», яку в Рівненській області координувала ФРІ-Рівне, є прикладом громадянської акції, яка сприяла активізації молоді навколо проблемної ситуації та власною діяльністю учасників спонукала їх до засвоєння громадянських цінностей.

Традиційні методи освіти, якими користуються в процесі викладання предметів громадянської освіти вчителі у школах та викладачі у вищих навчальних закладах, не орієнтовані на активну взаємодію молодої людини з учителем або викладачем та однолітків між собою, самостійне і спільне прийняття рішень, що має бути вирішальною передумовою їх громадянської активності в майбутньому [4].

Тому пріоритетну роль у громадянській освіті мають відігравати активні методи, що стимулюють творчість, ініціативу, самостійне та критичне мислення і базуються на принципі багатосторонньої взаємодії [5]. Такі PR-заходи молодіжних організацій, як «Співанка» (молодіжна платформа «Яскраво»), «Smart meetings» та «Форум молодих лідерів Рівненщини» (молодіжна організація «Smart People») є поєднанням творчого компонента з освітнім процесом. Під час виконання українських пісень у колі однодумців кілька разів серед учасників виникали нові ідеї акцій та заходів, а після зустрічей з відомими успішними людьми у кожного виникає відчуття окриленості та віри у власні сили. Фактично, молодіжні організації забезпечують найвищий ступінь взаємодії між учасниками, особливо під час групових завдань для вирішення проблемних ситуацій.

Потрібно віддати належне молодіжним організаціям, які усвідомлюють, що громадянська освіта може бути ефективною лише за умов створення широкого культурного контексту, причетності всього суспільства до справи утвердження демократії, надання вихованцям прикладів ефективної громадянської дії, тому до справи громадянської освіти залучають широкі кола громадськості, родини та засоби масової інформації.

Зважаючи на періодичні акції та заходи молодіжних організацій, спрямовані на позитивні зрушення у свідомості молоді в бік демократії та активної громадянської позиції, їхні зв'язки з громадськістю поступово досягають найвищого рівня налагодженості контактів з молодими жителями міст. Це виявляється в тому, що:

1. Завдяки використанню можливостей соціальних мереж молодіжні організації знаходяться у постійному контакті з цільовою аудиторією.

2. Існує високий рівень зворотного зв'язку, адже постійно організовуються опитування підписників у соціальних мережах та на сайтах організацій стосовно майбутніх подій та проєктів. Вивчаючи думки цільової аудиторії, молодіжні організації здатні найкраще зі всіх інститутів громадянського суспільства задовольняти їхні потреби.

3. Вагомою причиною ефективної комунікації з громадськістю є високий ступінь звітності молодіжних організацій, яка здійснюється за допомогою фото- та ідео-матеріалів їхніх заходів.

4. Співпраця із засобами масової інформації дозволяє поширювати ідеї молодіжних організацій серед широких кіл громадськості.

5. Використання event-менеджменту сприяє поєднанню в кожній акції двох складових, а саме PR-заходу та освітнього проєкту. Це дозволяє здійснювати навчання поряд з формуванням лояльності до молодіжної організації, яка його реалізовує.

У своїй діяльності будь-яка організація, що існує в сучасному інформаційному просторі, повинна усвідомлювати важливість використання засобів зв'язків з громадськістю, адже від того, наскільки вміло їх поєднано, залежить рівень обізнаності суспільства про діяльність організації. *Зв'язки з громадськістю* – це спеціальна система управління інформацією (у тому числі соціальною). Під управлінням тут слід розуміти процес створення інформаційних приводів та інформації зацікавленою в ній стороною, поширення готової інформаційної продукції засобами комунікації для цілеспрямованого формування бажаної громадської думки [6].

На території Рівненської області та у м. Рівне діє понад 73 молодіжних організацій різного спрямування. Наразі у м. Рівне є декілька молодіжних організацій, які усвідомлюють визначну роль зв'язків з громадськістю, і відповідно до цього активно їх використовують. До числа цих організацій належать:

Молодіжна платформа «Яскраво», Рівненська молодіжна громадська організація «Фундація регіональних ініціатив», Молодіжна організація «Smart People» та Громадська платформа «Молодь-ДІЄ».

Порівнюючи засоби PR успішних молодіжних організацій Рівного можна скласти систему просування кожного окремо взятого проекту з оптимальним набором засобів зв'язків з громадськістю.

Перш за все, це *event-менеджмент* або управління подіями, яке полягає в організації заходів і є одним з найефективніших засобів зв'язків з громадськістю [7]. Молодіжні організації постійно ним користуються, адже він дозволяє досягнути довготривалого ефекту у формуванні іміджу організації, володіє найбільшим впливом на суспільні інтереси та потреби.

Використовуючи event-менеджмент молодіжні організації виконують функції планування, організації та контролю за проведенням унікального заходу. Будь-яка подія задумується з певними цілями, які враховуються на етапі планування заходу. Крім цілей важливо розрахувати і очікувану кількість учасників, для забезпечення всіх комфортними умовами під час події. Доцільно звертати увагу на вікову категорію для якісного підбору музичного оформлення, тематики заходу та інтерактивних розваг. Однозначно, що важливо враховувати місце проведення заходу, а також альтернативне місце на випадок форс-мажорної ситуації. Часто організація заходів молодіжними організаціями потребує технічного забезпечення, про яке також слід думати на етапі планування події. На етапі організації одночасно здійснюється і контроль за виконанням обов'язків, закріплених за кожним із членів команди.

Event-менеджмент є найскладнішим із всіх засобів зв'язків з громадськістю молодіжних організацій, адже крім реалізації заходу та продумування всіх його аспектів, він потребує залучення цільової аудиторії. Цей процес відбувається за допомогою використання інших засобів зв'язків з громадськістю.

Отже, молодіжні організації використовують події як засіб формування власного іміджу, безпосереднього спілкування та стабільної підтримки комунікації з прихильниками своєї діяльності, кількісного збільшення представників цільової аудиторії та власної популяризації.

Жодна подія не залишається поза увагою *соціальних мереж*. Тут доречним буде згадати висловлювання Біла Гейтса: «Якщо Вас немає в Інтернеті (соціальних мережах) – ви не існуєте». Саме із соціальних мереж починається поширення інформації про будь-яку акцію, подію, захід, корисний ресурс. Соціальні мережі займають вагомому частку життя українців, про що свідчать дані експертної установи із соціальних мереж – лабораторії www.SarafannoeRadio.org, яка оприлюднила результати дослідження топ-20 соціальних мереж України (Табл. 1):

Таблиця 1
ТОП-20 соціальних мереж України [8]

	Назва мережі	Місце в Україні	Місце в світі	Частка українців
1.	Vkontakte.ru	2	36	11,1%
2.	Mail.ru	4	31	6,5%
3.	YouTube.com	7	4	> 0,4%
4.	Wikipedia.org	8	6	0,4%
5.	Odnoklassniki.ru	10	93	7,7%
6.	LiveJournal.com	11	82	6,3%
7.	LiveInternet.ru	19	294	11,5%
8.	Blogger.com	22	7	> 0,4%
9.	Facebook.com	24	2	> 0,4%
10.	Twitter.com	32	12	> 0,4%
11.	Habrahabr.ru	48	1727	17,5
12.	Flickr.com	50	33	> 0,4%
13.	PartyPoker.com	67	140	> 0,4%
14.	Travian.com.ua	78	10186	97,6%
15.	LinkedIn.com	91	37	> 0,4%
16.	RuTube.ru	98	998	7,5%
17.	Mamba.ru	105	1582	10,0%
18.	LovePlanet.ru	134	2051	9,5%
19.	Diary.ru	168	1102	5,5%
20.	Connect.ua	206	21135	55,6%

Не дивує той факт, що керівники молодіжних організацій Рівного джерелами поширення інформації обирають: Vkontakte.ru, Facebook.com, Twitter.com, а також YouTube.com для розміщення відео-презентацій та репортажів власних заходів. Соціальні мережі – найшвидший, найлегший спосіб зібрати власну аудиторію, і що є дійсно важливим – те, що кожен проект має своїх підписників, які самостійно стежать за новинами та оновленнями. Їх значно легше залучити до всіх проектів. Найбільшою перевагою соціальних мереж як засобів зв'язків з громадськістю є їхня безкоштовна основа: єдиний ресурс, який потрібно задіяти – це час. Керівник молодіжної організації «Smart People», Тарас Комаренко, не бачить сенсу витрачати гроші на друк флаєрів, на оплату праці промоутерів, коли в кращому випадку лише 25 % поліграфії потрапить до рук цільової аудиторії, а решта 75% – стануть просто викинутими на вітер коштами.

Іншим поширеним інструментом PR виступають *засоби масової інформації*. В Рівненській області вони представлені наступними 86 друкованими засобами. Звісно, молодіжні організації, які знаходяться в районних центрах, поширюють інформацію в доступних районних ЗМІ, в той час як молодіжні організації, які знаходяться в м. Рівне користуються інформаційною підтримкою обласних. До числа таких друкованих засобів масової інформації належать «Рівне експрес», «Рівне вечірне», «ОГО», «Рівне-Ракурс».

Телебачення має найменшу за кількістю складову (5): Телерадіокомпанію «Рівне-Атом» (м. Кузнецовськ), Обласну державну телерадіокомпанію, ТзОВ Телекомпанію «Рівне-1», ПП «Телерадіокомпанію Сфера-ТВ», ТзОВ Телерадіокомпанію «Дубно».

Радіостанції Рівненської області нараховують 26. Молодіжні організації м. Рівне звертаються за інформаційною підтримкою до керівників ЗАТ Радіо «Трек», Обласної державної телерадіокомпанії,

Залежно від масштабу заходу молодіжні організації роблять все можливе, щоб він набув масового розголосу. Але засоби масової інформації потребують великих коштів, тому молодіжні організації розміщують повідомлення про свої заходи на спонсорській основі, після чого на всіх оголошеннях, афішах, повідомленнях про заходи в соціальних мережах розміщується логотип спонсора в рубриці «наші спонсори», «наші партнери».

Офіційні веб-сайти молодіжних організацій та окремих акцій також стали обов'язковою складовою їхніх зв'язків з громадськістю. Часто всередині організації є людина, яка вміє писати сайти, в такому разі залишається заплатити лише за домен і хостинг, після чого цілий рік мати місце в глобальній мережі для розміщення власної інформації. Правильна оптимізація сайту призводить до зростання пошукового трафіку та прямих переходів. Часто він отримує власних читачів за допомогою реклами та посилає у соціальних мережах, найчастіше у Vkontakte.ru, Facebook.com, Twitter.com. Веб-сайт дозволяє виразити власну індивідуальність молодіжної організації. Часто велика частка відводиться дизайну, адже сайт є своєрідним обличчям молодіжної організації у глобальній мережі Інтернет. Веб-сайт є офіційним джерелом повноцінної інформації про молодіжну організацію та заходи, які вона організовує.

Схожою є політика блогосфери, відмінність лише в тому, що *блоги* слугують своєрідним поєднанням сайту та традиційного засобу масової інформації. Блоги є неформальними неофіційними сторінками лідерів молодіжних організацій. За допомогою них можна написати відгук про захід і цим самим його розрекламувати. В блогах, окрім презентацій заходів, основний інтерес викликають описи процесів організації подій, з якими труднощами довелося зіткнутися та як їх вирішували. Отже, найчастіше як засіб зв'язків з громадськістю блоги використовують керівники для популяризації організації, якою керують, заходів, які проводять та власного імені.

Надзвичайно важливою складовою є *фотографії та відео* заходів, адже це один з найкращих інструментів, щоб нагадати про організацію після заходу. Так влаштована людська психіка, що кожен прагне знайти себе на світлинах. А при перегляді відео будь-хто з нас намагається знайти себе в юрбі. Важливим є також фактор того, що люди, які не відвідували захід, також прагнуть подивитися фотографії та відео, частіше всього, щоб побачити програму заходу, знайомих, вирішити, чи варто відвідати цей захід наступного разу. В будь-якому випадку, такий стан речей дозволяє зробити фото та відеозвіти надзвичайно сильним та дієвим інструментом утримання аудиторії навколо події. І молодіжні організації його активно використовують у своїх зв'язках з громадськістю.

Поліграфія – це ще один засіб, яким молодіжні організації послуговуються у своїх зв'язках з громадськістю. Частіше всього друкуються афіші та квитки. Подібно до засобів масової інформації вона також є дорогою і застосовується виключно при організації платних заходів, а також за підтримки спонсорів. Часто молодіжна організація співпрацює з однією чи кількома рекламними фірмами і за їхньої рахунок друкує власну поліграфічну продукцію, при цьому відображає на ній логотип спонсора.

Таким чином сукупність інструментів PR молодіжних організацій можна розглядати як перспективний інструмент формування активної позиції молоді за умови дотримання особистісно-зорієнтованого, конкретно-історичного та діяльнісного підходів, а також включення до його програми змістової частини громадянської освіти, зорієнтованої на розвиток уявлень молоді про громадянськість та шляхи її реалізації на основі формування емоційно-ціннісного компоненту громадянської культури особистості.

На основі вище зазначеного, у програми заходів та для їхнього якісного змістового наповнення варто включити обговорення тем, спрямованих на здобуття учнями та студентами досвіду громадянських вчинків і переживань, основних громадянських умінь [9], зокрема:

- реалізація свого права на участь у виборах та інших формах демократії;
- обстоювання своїх прав, беручи участь у діяльності об'єднань громадян та громадських акціях;
- захист своїх прав за допомогою державних органів та органів місцевого самоврядування;
- обстоювання своїх прав за допомогою апеляції до суду, правоохоронних та правозахисних організацій;
- орієнтування в умовах вільного ринку; відстоювання свої прав як споживача і платника податків;
- використання типових прийомів та методів розв'язання проблемних ситуацій;
- диференціювання емоційних та раціональних компонентів власного вибору;
- критичне сприймання інформації, її самостійний аналіз;
- розвиток комунікативних умінь.

Висновки. Отже, завдяки детальному обговоренню event-менеджменту, як одного з інструментів зв'язків з громадськістю молодіжних організацій, а саме як організацію та проведення шести відомих у м. Рівне заходів, таких як «Співанка», «Дебати», (Молодіжна платформа «Яскраво»), «Зробимо Україну чистою» («Фундація регіональних ініціатив»), «Smart Meetings» «Форум молодих лідерів Рівненщини» (Молодіжна організація «Smart People»), «Вуличний університет» («Молодь-ДІС»), визначено сукупність ефективних засобів зв'язків з громадськістю, якими найчастіше користуються молодіжні організації. До неї увійшли такі інструменти PR, як event-менеджмент, соціальні мережі, засоби зв'язків з громадськістю, веб-сайти, поліграфія, блоги, фотографії та відео.

Таким чином, молодіжні організації сформували своєрідний ідеальний комплекс зв'язків з громадськістю, за яким при організації заходу відділ фіндрайзингу домовляється зі спонсорами та партнерами про фінансування, або надання послуг (друк статті у пресі, оголошення про захід, або розіграш квитків на радіо); координатор проекту розподіляє обов'язки щодо створення групи в соціальних мережах, а також офіційного веб-сайту для масштабного проекту; підбір матеріалів для їхнього наповнення; розповсюдження афіш, квитків; ресурсне та технічне забезпечення заходу; організація фото- та відеозйомки; запрошення відомих особистостей.

Таке поєднання засобів зв'язків з громадськістю дозволяє молодіжним організаціям бути у постійному контакті зі своєю цільовою аудиторією, щоразу пропонуючи їй новий проект або той, що продовжується.

Література:

1. Концепція громадянської освіти та виховання в Україні [Електронний ресурс]: проект // Міністерство освіти і науки, молоді та спорту. – Режим доступу: <http://www.ippo.edu.te.ua/index.php/2009-02-16-09-17-03/569-30-11-2012-1>. – Назва з екрану.
2. Концепція громадянської освіти та виховання в Україні [Електронний ресурс]: проект // Міністерство освіти і науки, молоді та спорту. – Режим доступу: <http://www.ippo.edu.te.ua/index.php/2009-02-16-09-17-03/569-30-11-2012-1>. – Назва з екрану.
3. Концепція громадянської освіти та виховання в Україні [Електронний ресурс]: проект // Міністерство освіти і науки, молоді та спорту. – Режим доступу: <http://www.ippo.edu.te.ua/index.php/2009-02-16-09-17-03/569-30-11-2012-1>. – Назва з екрану.
4. Найдюнова, Л. А. Розвиток громадянського суспільства як участь у колективних діях спільнот [Текст] / Л. А. Найдюнова // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави : [зб. наук. пр.] – № 7. – К. : Міленіум, 2008. – С. 33-49. – ISBN 966-80-63-87-9
5. Карась, А. Ф. Розвиток демократії як здійснення громадянського суспільства [Текст] / А. Ф. Карась // Універсум. Журнал політології, футурології, економіки, науки та культури. – Л., 2000. – № 3-4. – С.17-21. – ISBN 966-7089-31-2
6. Почепцов, Г. Г. Импиджология [Текст] / Г. Г. Почепцов, отв. ред. С. Л. Удрвин. – К. : Ваклер, 2000. – 768 с. – ISBN 966-543-061-061-0
7. Палеха, Ю. І. Імпиджология [Текст] : навч. посіб. / за заг. ред. З. І. Тимошенко. – К. : Європ. ун-т, 2005. – 324 с. – ISBN 966-301-049-0
8. ТОП-20 Україна. Рейтинг соціальних мереж [Електронний ресурс] // Jeу News. – Режим доступу: <http://jeуnews.com.ua/news/d0/40603>. – Назва з екрану.
9. Мирошніченко, Г. Г. О концепции и структуре открытого гражданского общества [Текст] / Г. Г. Мирошніченко // Материалы Всемирной этической дискуссионной конференции «Человек Будущего». – Тула, 2005. – С. 31-35. – ISBN 5-7362-0092-9