

ИСТОРИЯ НА АКАДЕМИЧНОТО ОБРАЗОВАНИЕ ПО ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА В СЪВРЕМЕННА БЪЛГАРИЯ

Димитрина Стефанова

*"Пъблик рилейшънс никога няма да достигне
статута на професия, докато хората навлизат в тази
област и просперират, без да са завършили един
основополагащ академичен курс на обучение."*

Дейвид Фергюсън¹

Науката Връзки с обществеността представлява отличителна управленска функция, която подпомага за създаване и поддържане на двустепенна комуникация, сътрудничество, разбирателство и одобрение между организация и нейната публика. Дейността връзки с обществеността включва специални аспекти на специфичната управленска функция:

- Взаимоотношения с медиите, с инвеститорите, с обществеността, със служителите, с правителството и друга публика.

Това не описва ежедневната работа на практика по връзки с обществеността, но обуславя най-разпространените категории от работните задачи:

1. Писане и редактиране (съставяне на съобщение за печатните и електронни медии, вътрешни и външни новини, годишни доклади, речи, съпътстващи материали за продукти или техника).

2. Взаимоотношения с медиите и поместване на материали (контакти с различни по вид медии, разпространяване на новини и събития за/или от организацията).

3. Изследване (събиране на информация за общественото мнение, тенденции, очаквани резултати, политически климат, медийно покритие, интереси на потребителите и на среди със специални интереси с цел планиране на програми, които да отговорят на изискванията на публиката и техните проблемни ситуации; Изпълнението на програмите и тяхното оценяване).

4. Мениджмънт и администрация (представлява програмиране и планиране в сътрудничество с други мениджъри, определяне на потребностите, установяване на приоритети, определяне на публиката, изясняване на целите и задачите, развитие на стратегии, управление на личния състав,

бюджета и графичите на програмите).

5. Съветване (на висшите мениджъри в социалната, политическата и административната област, на мениджърския екип по време на кризи; управление на организационните реакции в критични и деликатни ситуации).

6. Специални случаи (организация и управление на събрания и заседания, празници; повишаване дейностите на различни фондове, посещение на известни личности и др.).

7. Говорене (обучение и усъвършенстване и управление на уменията по реторика).

8. Продукция (организиране на различни по вид комуникации).

9. Обучение (подготовка на хора за изпълнение на задачите и тренинг в специфични области на Връзките с обществеността)

10. Контакти (срещи и взаимоотношения с важни за организацията публика).

Смесицата от задачи и отговорности варира и зависи от типа организация, но едно от задълженията — писането, доминира над всички останали като най-важно. Практиците изпълняват различни роли в организацията, но най-важен е резултата за ефективно управление на публиката.

За ефективното управление на Връзките с обществеността са необходими добри професионалисти. Според Йордан Ведър “Професионалистът е човек, който може многократно при еднакви условия, с еднакви средства да постигне еднакви, признати от определена гледна точка за качествени (т. е. постигащи желан ефект) резултати.”² С други думи професионалистът трябва безпогрешно да знае с какви средства, при какви условия какви резултати се постигат.

Установените професии изискват дълъг период на обучение, за да се усвоят знанията и уменията, необходими за практиката. Обикновено колкото по-консервативно е обучението и знанието, толкова е по-трудно достъпно и е висок професионалният статус. С оглед на темповете на социалните промени неизбежността от новите начини на производство, новите взаимоотношения между раководството и работниците и смяната на съществуващите приоритети за практиците в областта на връзките с обществеността е трудно осъществимо без академичен курс на обучение и по-нататъшна самоподготовка. Висшето училище, предлагащо образование по връзки с обществеността, трябва да умее да развива интелекта на бъдещия специалист, но и да успява да структурира натрупаната информация и да я превръща в начин на мислене. Обучението трябва да помага да се гледа напред, не като предлага готови рецепти за бъдещето, а насърчавайки личната инициатива и зачита смелото въображение. Тъй като подготовката се води по определени стандарти и изисквания, навлизащите в професията минават през въведение към същността, що се отнася до ценностите и очакванията на практиката. В процеса на социализация не само се определят стандартите на практиката, но също така се насърчава превръщането на тази

дейност в кариера за цял живот и се изграждат силни връзки с колеги. Именно поради тази си обвързаност с времето и усилията, които се инвестират за придобиване на основните знания и умения, професионалистите би трябвало да имат високи постижения в своята област.

Връзките с обществеността не са подходяща професия за словоохотливи повърхностни хора, които парадират с усвоения ограничен, но ярък професионален жаргон, нито пък за хора, доволни от постигнатото. Това е професия за хора със солидна подготовка, които съзнават, че винаги има какво още да научат, за хора, можещи да се приспособят към очакваното, без да губят равновесие. Необходимо е българските практики по връзки с обществеността да разберат, че ако разчитат само на интуицията си и житейският си опит, за да управляват комуникациите с публиката, която представлява интерес за тях, все по-често ще бъдат обречени на разочарование и неуспех. Поради тази причина българските практики по Връзки с обществеността не може да разчитат само на интуицията си и житейския си опит, за да управляват комуникациите с публиката, която представлява интерес за тях, защото все по-често са обречени на разочарование и неуспех.

Обучението в университетите по връзки с обществеността датира от 1920 година. В синхрон със започващата ера на бум в областта на публичността Джозеф Райд въвежда курс по връзки с обществеността в университета в Илинойс, като признава, че курсът е създаден, за да повдигне престижа на тази нова дейност. Две години по-късно Франк Елиот въвежда такъв курс и в университета в Индиана. Както Д.Райд, така и Ф.Елиот организират първите институционализирани програми по връзки с обществеността в техните университети.

Едуард Бернайс предлага и първия курс по Връзки с обществеността през 1923 година в продължение на две години в Департамента по журналистика в Университетското училище по търговия, счетоводство и финанси в Ню Йорк. До 1946 година 30 колежа предлагат 47 курса в тази сфера. През 1956 г. PRSA (Американско общество за пбблик рилейшънс) прави подробно проучване за образованието по връзки с обществеността и установява, че броят на колежаите, предлагащи такива курсове, се утроил за едно десетилетие. Друго подобно проучване направено през 1970 г., открива 303 институции, които предлагат един или повече курса и нарастваща научно-изследователска дейност. През 1981 г. Комисия по връзки с обществеността-образование в САЩ изчислява, че има 10 000 студенти посещаващи такива курсове, към департаментите по комуникации и катедрите по журналистика в колежи и университети.

В справочника на PRSA (Американско общество за пбблик рилейшънс) от 1991 година със заглавие "Къде да учим Пбблик рилейшънс" са изброени 212 колежа и университети в САЩ, Канада, Пуерто Рико и Австралия. В допълнение към това има солидни програми в Австрия, Великобритания и Германия. Специалността връзки с обществеността е вече утвърдено ака-

демично направление в повечето американски и западноевропейски хуманитарни университети. Застъпена е в Европейския университет (Швейцария), който има клонове в седем европейски страни (Испания, Гърция, Франция, Белгия, Холандия и Италия) и обучава годишно повече от 2000 студенти. В бакалавърската степен по специалността “Бизнес комуникация и връзки с обществеността” задължително се изучават общо 16 базови дисциплини и още 14 задължителни. В UNIVERSITY OF SHEFFIELD специалността връзки с обществеността се изучава като управленска дейност от сферата на бизнеса, маркетинга и рекламата. В учебните им планове, предназначени за подготовка на бакалавърска и магистърска образователно-квалификационни степени, броят на изучаваните дисциплини варира между 20 и 30.

В учебната програма на London Guildhall University за учебната 2001/2002 година професионалната дейност “връзки с обществеността” е изучавана под наименованието “Управление на комуникациите”. Продължителността на подготовката на студентите е една академична година за пълнен курс или две-три години за задочно обучение. Учебната програма цели да осигури широк набор от знания, относно методите за събиране на емперична информация и нейния анализ. Следва да се има предвид, че това се отнася за магистърска програма.

В българското висше образование по специалност “връзки с обществеността” трябва да се очертае тезисна рамка, в която да бъдат отчетени пълноценно социалният и национално-културният компонент, прагматичната ефективност на американския теоретичен и професионален опит, и широката мултидисциплинарна основа на европейската образователна традиция.

С наредба за единните държавни изисквания за придобиване на висше образование по специалности от професионално направление “Обществени комуникации” приета с ПМС № 414 от 4.11.1997 г. обн., в ДВ, брой 106 е включена специалността “Връзки с обществеността” за обучение по образователно-квалификационни степени — бакалавър и магистър във висшите училища на Република България.

Първият специализиран курс по Пъблик рилейшънс, прочетен през учебната 1989/1990 година пред студентите от факултета по журналистика на СУ “СВ. Климент Охридски”, е подготвено от социолога Здравко Райков. Интересът сред тях е много голям и показва, че в периода на прехода към демокрация обучението по пъблик рилейшънс отговаря на нараснали обществени потребности. През 1998г. в Софийския университет във факултета по журналистика и масови комуникации общият брой на изучаваните дисциплини по специалността вече е 43. През март 1991 година Департаментът “Масови комуникации” на Нов български университет в София открива първия си експериментален семестър с три годишно обучение по Пъблик рилейшънс като самостоятелна специалност, която студентите завършват с образователно-квалификационна степен “специалист”. През 2000 г. има бакалавърски и магистърски програми, броят на задължителните кур-

сове е десет, към които се прибавят и 20 задължителни избираеми дисциплини и обучението акцентира върху самостоятелната изследователска работа на студентите, осигурява задълбочена подготовка и тясна професионална квалификация. В Свободния факултет на Техническият университет в София от 1992 година започва изучаването на специалността “Връзки с обществеността” в рамките на пет семестъра като факултативна форма на обучение. В Университета за национално и световно стопанство и Бургаският свободен университет също осъществяват обучение по специалност “връзки с обществеността. Сериозен тласък на започналия процес на изграждане на университетска специалност “връзки с обществеността” в СУ “Св. Климент Охридски” дава посещението на двама експерти от ЮНЕСКО - Чарлз ван дер Стратен и Роджър Хейз през 1993 година те на място проучват възможностите за създаване на катедри по Пъблик рилейшънс в бившите социалистически страни и избират България, Унгария и Руската федерация. През май 1994 година в Университета на Квебек, Монреал е обсъден първият вариант на статуса на глобалната университетска мрежа “Орбиком”, която да обедини 25 катедри по комуникация и Пъблик рилейшънс на ЮНЕСКО от цял свят, в чийто Съвет на директорите участва Тодор Петев.

През 1997 година в Югозападния университет “Н.Рилски” към Правно-исторически факултет се създава специалност “връзки с обществеността”, а в края на 2002 година получава петгодишна програмна акредитация (която е най-високата степен) от Националната агенция по образование и акредитация.

Организацията на обучението, неговата продължителност, учебната документация, формата и съдържанието на учебните програми по отделните дисциплини, отговаря на изискването на Закона за висшето образование чл.42, ал.2 и 3 и е съобразено с Наредбата за единни държавни изисквания за придобиване на висше образование — бакалавър, магистър и доктор. В съответствие със съдържанието на чл. 41, ал. 1 от ЗВО, обучението по специалността “връзки с обществеността” се извършва по задължителни, избираеми и факултативни учебни дисциплини.

Формата на обучение за придобиване на образователно-квалификационна степен “Бакалавър” по специалността “връзки с обществеността” е една - редовно обучение. Срокът за обучение е четири учебни години (осем семестъра) с общ хорариум от 2700 академични часа. Задължителните учебни дисциплини се изучават с хорариум от 2100 академични часа (при държавни изисквания за минимум 1230 а. ч.). Провежда се и практическо обучение в рамките на 150 академични часа равномерно разпределени в три учебни години.

В съответствие с чл. 42, ал. 1 от ЗВО, специалистът по Връзки с обществеността за образователно-квалификационна степен “Бакалавър” приема студенти за обучение след завършване на средно образование.

Обучението за придобиване на образователно-квалификационна степен “Магистър” се извършва в редовна форма, като продължителността на обучението е съответно два семестъра за завършилите бакалавърска степен по същата специалност и четири семестъра за неспециалисти с друга бакалавърска степен.

През учебната 2003/2004 година се въвеждат нови учебни планове за различните квалификационни степени, съгласно новите държавни изисквания. Разработена е система за трансфер на кредити (ECTS), което е и едно от условията за интеграция на българското висше образование по “връзки с обществеността” с европейското.

Завършилите студенти в съответствие на европейските и българските учебни планове и програми с целите на специалността имат задълбочена и квалифицирана подготовка по:

- Теории на масовите комуникации;
- Теория и практика на електронните средства за масова комуникация;
- Основи на връзките с обществеността;
- Основи на рекламата;
- Нови информационни технологии;
- Правна култура;
- Социална психология;
- Методи за изследване на комуникациите;
- Реторика и убеждаваща комуникация;
- Теория и практика на текста в медиите;
- Комуникационен мениджмънт и др.

Съдържанието на учебният план напълно съответства на държавните изисквания, неговата цел е да формира в студентите професионални умения и способности, които те да приложат в работата си като специалисти. Учебните програми включват 32 учебни дисциплини, от които 11 са в съответствие с държавните изисквания по специалността, 10 избираеми дисциплини, 11 факултативни, и специализирано обучение по английски език за целия период на следване.

Специалността “връзки с обществеността”, в Югозападния университет “Неофит Рилски” към Правно-исторически факултет акцентира върху задълбочената теоретична подготовка и практическо обучение, като разширява възможностите на студентите да изучават комплекс от задължителни хуманитарни и социологически дисциплини, които придават уникален характер на специалността и я правят конкурентно способна спрямо аналогичните специалности от другите висши училища в България.

Първият български професионален колеж по Пъблик рилейшънс ще бъде открит през септември 2003 г. от агенция “ГЗ комюникейшънс”. Обучението в него ще бъде в дисциплините “Комуникационна революция”, “създаване и управление на новини”, “разбиране на публиката и медиите”, “управление на кризи и комуникации в действие”. Колежът ще предлага три

нива, като първата година ще има само едно.

Академичното образование в България по връзки с обществеността е наложително за бъдещите специалисти. А самото обучение трябва да бъде съобразено с Европейските стандарти. Опитът сочи, че интеграцията е винаги успешна, когато генерира ново по-високо качество на обучение. Посланието от конгреса в Саламанка (29-30 март 2001) на Европейските висши образователни институции определя качеството като базисно и съществено условие за доверие, релевантност, мобилност, съпоставимост и привлекателност с Европейската зона на висше образование.

Задължително трябва да се подкрепят принципите, залегнали в Сорбонската декларация (съвместна декларация на европейските министри на образованието). Целите които се считат за първостепенни в нея при изграждането на европейското пространство за висше образование и за засилване значението на европейското висше образование в света могат да бъдат обобщени както следва:

- Възприемане на разбираема и съпоставима система на висшето образование, подпомагана и от въвеждането на Дипломното приложение, с цел повишаване шансовете за намиране на работа в Европа и за повишаване конкурентноспособността;

- Възприемане на система, включваща два основни цикъла. Достъпът до втория цикъл ще изисква успешно завършване на първия цикъл, чиято продължителност ще бъде най-малко 3 години. Образователната степен, след първия цикъл и даваща определена степен на квалификация, осигурява достъп до европейския пазар на труда. Вторият цикъл ще води до магистърска и/или докторска степен, както е в редица европейски страни.

- Въвеждане на система от образователни кредити, подобна на Европейската система за трансфер на кредити, в качеството на средство за засилване на студентската мобилност.³

Образователните подходи и възможности за изграждане на професия специалист по Връзки с обществеността е предизвикателство да се сътвори собствен авторитет и обществен престиж до степен, която да позволи успешно формиране на пазарните позиции на една нова и със завидни перспективи професия.

Днес в света възникват непрекъснати събития и процеси, поставящи нови изисквания пред теорията, обучението и практиката на връзките с обществеността, изправят изследователите, преподавателите и практиците пред нови предизвикателства породени от бързо развиващото се, глобализиращо и интегриращо се общество.

Ситуацията е такава, че организациите и най-вече обществото изискват все повече професионалисти в областта на връзките с обществеността и доказателства за ефективно управление на публичните комуникации.

Как ефективно да управляваме публичната комуникация? Очертават се най-малко три тенденции:

-
- Висше специализирано образование като най- важната основа
 - Инициатива, постоянно обучение и самообучение и новаторство
 - Ефективно работещи практики, съобразени със социалните промени.

Професиите, които биха осигурили на един млад човек поне някакъв шанс за работа през последните години в България, се броят на пръсти. Връзките с обществеността е една от тях — професията на бъдещето.

¹ Кътлип, Бруум, Сентър, “Ефективният ПР“, София 1999.

² Й. Ведър, “Реторика и ораторско изкуство“, София 2000.

³ “Висше образование 2001” том I, София 2001.

Използвана литература:

Кътлип, Бруум, Сентър, “Ефективният ПР“, София 1999

Й. Ведър, “Реторика и ораторско изкуство“, София 2000

Х. Оксли, “Принципи на връзките с обществеността“, София 1996

Здр. Райков, “Технология и техники на публичната комуникация“,

Доклад на специалност “Връзки с обществеността” при ПИФ на ЮЗУ

Интернет сайт на БДВО

Съм Блэн, “Паблик рилеишнз”, Москва 2002