

Гусак О. П.,
канд. наук із соц. комунік., доцент,
Інститут журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка

Husak Olga,
Candidate of Sciences on Social Communications,
Associate Professor, Institute of Journalism
of Borys Grinchenko Kyiv University

УДК 007: 304: 659.4

ІВЕНТ-АНАЛІЗ ЯК СКЛАДНИК ПІДГОТОВКИ СУЧАСНИХ PR-ФАХІВЦІВ

EVENT ANALYSIS: A COMPONENT IN TRAINING OF MODERN PR PROFESSIONALS

Анотація. У статті розкрито особливості івент-аналізу, специфіку його використання у процесі навчання майбутніх PR-фахівців. Систематизовано теоретичні підходи до визначення суті івент-аналізу, це поняття уточнено у контексті теорії соціальних комунікацій. Також висвітлено результати анкетування студентів спеціальності «Реклама та зв'язки з громадськістю» Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка щодо значення івент-аналізу в засвоєнні професійних знань та набуття навичок у межах дисципліни «Управління антикризовими комунікаціями». Основні результати дослідження відображено у сформованому переліку переваг застосування івент-аналізу для формування спеціальних (фахових) компетентностей PR-фахівців під час роботи в кризовому контексті. Зокрема, івент-аналіз сприяє плануванню та реалізації успішного кризового реагування на інформаційному та операційному рівнях в умовах надзвичайних ситуацій і конфліктів, здійсненню ефективної посткризової діяльності, профілактиці криз у комунікативному аспекті, глибокому засвоєнню сучасними комунікаторами етичних стандартів.

Ключові слова: зв'язки з громадськістю, комунікація, івент-аналіз.

Abstract. The article aims at highlighting the peculiarities of event analysis and its use in training of future PR professionals. Theoretical approaches to the essential meaning of event analysis are summed up; the notion of “event analysis” is defined from the perspective of social communication theory. Also, the article represents the findings of survey of the students of “Advertising and Public Relations” specialty (Institute of Journalism of Borys Grinchenko Kyiv University), devoted to the role of event analysis in acquisition of professional competencies and skills within the discipline “Management of Anti-Crisis Communications”.

The main results of the study are represented as a compiled list of advantages from the use of event analysis aimed at formation of special (professional) competencies of PR professionals, required for work in the crisis context. In particular, the event analysis helps in planning and implementation of effective crisis reactions at information and operational levels in emergencies or conflicts, effective post-crisis activities, preventing crises in the communicative aspect, in-depth learning of ethical standards by contemporary communicators.

Keywords: PR, communication, event analysis.

Вступ. Проблема впровадження в процес підготовки майбутніх PR-фахівців ефективних методів навчання, безпосередньо пов'язаних із практичною діяльністю, є надзвичайно актуальною для сфери зв'язків із громадськістю передусім через її прикладний характер. Тому пошук і залучення до навчального процесу методів, спрямованих на глибокий комплексний аналіз реальних соціальних феноменів та проблем, формування новітніх підходів для їх вирішення на комунікативному рівні – необхідні кроки що дадуть змогу вдо-

сконалити якість навчання спеціалістів у комунікаційній сфері.

Проблему підготовки PR-спеціалістів порушували у своїх наукових розвідках Г. Почепцов, В. Королько, О. Курбан [1–4]. Теоретико-методологічним засадам івент-аналізу присвячені дослідження таких науковців, як Ч. Маклеланд, К. Боришполець, А. Ахременко, П. Циганков [5–8]. Водночас, варто підкреслити, що у теорії соціокомунікації, зокрема в галузі зв'язків з громадськістю, не було вичерпно досліджено найважливіші питання використання івент-аналізу

в процесі підготовки PR-фахівців. Отже, обрана тема дослідження є актуальною як у теоретичному, так і в практичному аспектах.

Мета дослідження полягає у розкритті особливостей використання івент-аналізу в процесі підготовки сучасних PR-фахівців.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- систематизувати теоретичні підходи до визначення суті івент-аналізу, це поняття уточнити у контексті теорії соціальних комунікацій;
- висвітлити результати анкетування студентів щодо значення івент-аналізу для формування професійних компетентностей майбутніх PR-фахівців.

Методи дослідження. У процесі дослідження застосовано комплекс загальнонаукових методів: аналіз, синтез, індукцію, дедукцію, узагальнення (під час дослідження теоретичних засад івент-аналізу); термінологічний – для характеристики розробки наукової проблеми та основних понять дослідження, емпіричні методи (анкетування, опрацювання наукової літератури, статистичних даних, інших документів тощо).

Результати й обговорення. Для осмислення суті поняття «івент-аналіз» звернімося до відповідних словників і визначимо для початку слова, з яких воно складається. У сучасному тлумачному словнику української мови представлено таке основне визначення слова «аналіз» (від грец. analysis – розкладання) – «метод наукового дослідження предметів, явищ шляхом розчленування їх (у думці або фактично) на складові частини; усебічний розгляд, дослідження чого-небудь (фактів, явищ)» [9, с. 28].

Поняття «івент» в перекладі з англійської дослівно трактується як подія, яка в загальному розумінні означає будь-яке зібрання людей з певною метою [10]. Тлумачний словник української мови містить таке визначення: «...сукупність пов'язаних між собою явищ, фактів громадського життя (важливих, значних), які становлять ніби щось єдине ціле» [9, с. 692]. У цьому контексті дослідниця О. Симановська пропонує використовувати термін «подія» як явище, що виходить за рамки звичайного плину життя [11]. Отже, відповідно до цих тлумачень можна припустити, що провідним компонентом значення івент-аналізу є глибока деталізація певного неординарного явища в будь-якій сфері.

Систематизація теоретичних поглядів науковців щодо сутності івент-аналізу [5–8] дала змогу з'ясувати, що цей прикладний метод подієвих даних почав використовуватися у 60-х

роках XX століття у межах політології і нині належить до групи її кількісних методів дослідження. Перший системний виклад його методології та інструментарію здійснив американський учений Ч. Маклеланд, якого можна вважати засновником цього дослідницького напрямку [5, с. 237]. За оцінкою теоретика К. Боришпольця, івент-аналіз сформувався через необхідність дослідження інформації про окремі ситуації, сутність яких не повністю відображалася за допомогою послідовного опису подій. Приміром, аналітики зосередили увагу на частоті та рівні інтенсивності подій, що забезпечують взаємодію сторін у конкретній ситуації. При цьому джерела інформації стали обробляти на основі чіткої класифікації акцій (дій) та їх часової послідовності [6, с. 66]. Метод отримав назву «івент-аналіз», чи «подієвий аналіз». Він спрямований на обробку публічної інформації [7, с. 83], а саме на аналіз інформації про суб'єкта та його дії: хто говорить чи робить, що говорить чи робить, стосовно кого і коли говорить чи робить.

Систематизація та обробка відповідних даних здійснюються за такими ознаками: суб'єкт-ініціатор (хто); сюжет (що); дата події (коли). В узагальненому вигляді практика івент-аналізу передбачає: складання банку даних (чи підключення до існуючих інформаційних систем), розчленування інформаційного масиву на одиниці спостереження (суб'єкти-ініціатори та акції), кодування цих одиниць за принципом «що-де-коли», а також співставлення визначених у такий спосіб фактів та явищ із прийнятою системою сортування з урахуванням завдань проекту [8, с. 128].

Першим етапом проведення івент-аналізу є формування інформаційного масиву чи банку даних дослідження. Зокрема, здійснюється пошук та збір даних з відкритих джерел (друкованих та електронних ЗМІ, офіційних веб-сайтів комерційних організацій) про певні події в діяльності певних суб'єктів (персон, компаній, держав).

Другим етапом реалізації івент-аналізу є класифікація тих фактів та явищ, що становлять досліджувану ситуацію і відповідають цілям дослідження. Важливо у цьому контексті визначити одиницю спостереження – суб'єкта-ініціатора та його дії (акції). Фіксація результатів спостереження відбувається шляхом виокремлення інформаційних та фізичних дій суб'єкта-ініціатора з розкриттям змісту кожної дії та їх кодуванням, відповідно, знаками «І» та «Ф». Згодом вони заносяться до робочої таблиці, що заповнюється з урахуванням результатів сортування інформаційного масиву з певним часовим періодом.

Третім кроком у застосуванні методу івент-аналізу є підрахунок результатів зазначеного сортування.

Після завершення кількісної оцінки подій, що аналізуються, здійснюється формування гістограм динаміки активності інформаційних та фізичних дій певного суб'єкта, їх співставлення (четвертий етап). У гістограмі на горизонтальній осі позначаються часові параметри (дні), на вертикальній – рівні активності інформаційних та фізичних акцій суб'єкта. Представлення кількісної інформації в гістограмах, на наш погляд, забезпечує наочність необхідних аналітичних порівнянь та узагальнене сприйняття їх динаміки.

На заключному, п'ятому, етапі застосування івент-аналізу здійснюється верифікація отриманих результатів.

Популярність застосування цього методу, за припущенням дослідників, обумовлена тим, що івент-аналіз дає змогу здійснити змістовне порівняння різних подій, які акумулюються, підраховуються й описуються в термінах кількості, тривалості, динаміки активності акцій. Це полегшує, наприклад, порівняння невдалих та успішних дій на інформаційному та операційному рівнях, створюючи у такий спосіб додаткові можливості у сфері стратегічного та тактичного прогнозування. Саме завдяки комунікативному складнику, на нашу думку, івент-аналіз становить неабияку цінність для сфери соціальних комунікацій, призначення якої вбачається у встановленні та забезпеченні ефективних зв'язків у соціумі. Подієвий аналіз дає можливість виокремлювати етапи розвитку подій й оцінювати нову якість (стан) комунікаційного процесу як результат різного типу акцій учасників подій та шукати найоптимальніші технології комунікаційної взаємодії. У цьому контексті в межах сфери соціальних комунікацій івент-аналіз може розглядатись як метод, за допомогою якого можна аналізувати комунікацію особи/організації/держави на інформаційному та операційному рівнях для формування оптимальних технологій комунікаційної взаємодії.

Використання івент-аналізу в навчальному процесі, за нашою оцінкою, є надзвичайно важливим для формування компетентностей майбутніх фахівців у сфері комунікації загалом та PR-фахівців, зокрема.

Підтвердженням цієї думки стали результати анонімного опитування, що проводилося в грудні 2016 р. серед студентів другого курсу спеціальності «Реклама та зв'язки з громадськістю» Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка. Його мета – оцінка івент-аналізу

як прикладного методу навчання майбутніх PR-фахівців.

Варто зазначити, що у *проведеному анкетуванні* взяли участь 46 респондентів – студентів, відвідувачів курсу «Управління антикризовими комунікаціями».

Запропонована анкета містила дев'ять запитань:

- Чи задоволені Ви використанням цього методу у межах курсу «Управління антикризовими комунікаціями»?

- Івент-аналіз сприяє більше засвоєнню теоретичних чи практичних знань?

- Чи виникали у Вас складнощі із засвоєнням знань при використанні цього методу?

- Які переваги застосування івент-аналізу Ви можете виділити?

- Чи має цей метод недоліки?

- Як Ви оцінюєте івент-аналіз у порівнянні з іншими методами за критерієм «цікаво»?

- Як Ви оцінюєте цей метод навчання у порівнянні з іншими методами за критерієм «корисно»?

- Які компетентності PR-фахівців для роботи в кризовому контексті допомагає формувати івент-аналіз?

- Чи допомагає івент-аналіз глибокому засвоєнню етичних стандартів в діяльності сучасних комунікаторів?

За результатами опитування переважна більшість респондентів (89 %) високо оцінили цей метод, зазначивши, що задоволені використанням івент-аналізу під час викладання курсу «Управління антикризовими комунікаціями». Також 95% учасників анкетування наголосили на його прикладному характері. Лише у трьох з опитаних респондентів виникли складнощі у засвоєнні знань за допомогою івент-аналізу. При цьому більшість респондентів (90 %) зазначили, що представлений метод не має недоліків.

Анонімне опитування засвідчило, що розгляд конкретних ситуацій та аналіз подій за допомогою івент-аналізу для студентів є і цікавим (85 %), і корисним (82 %). Також респонденти сформува-ли перелік переваг застосування цього методу для формування спеціальних (фахових) компетентностей PR-фахівців під час роботи в кризовому контексті. Зокрема, за оцінкою студентів, івент-аналіз сприяє плануванню та реалізації успішного кризового реагування на інформаційному та операційному рівнях в умовах надзвичайних ситуацій та конфліктів, здійсненню ефективної посткризової діяльності, профілактиці криз у комунікативному аспекті. Більше того, івент-аналіз, на думку більшості опитаних, виявився ефективним спосо-

бом засвоєння етичних норм у професійній роботі сучасних комунікаторів (92 %), а отже його можна назвати необхідним інструментом для досягнення професійного успіху в довгостроковій перспективі.

Підсумовуючи результати проведеного анкетування, можна зробити висновок, що загалом використання івент-аналізу є доволі ефективним у процесі підготовки майбутніх PR-фахівців. За нашою оцінкою, цей метод сприяє успішному засвоєнню студентами оптимальних стратегій комунікації в реальних контекстах.

Висновки. Таким чином, узагальнюючи сучасні теоретичні погляди щодо специфіки івент-аналізу, ми уточнили це поняття і розглянули його як метод, за допомогою якого можна аналізувати комунікацію особи/організації/держави на інформаційному та операційному рівнях для формування оптимальних технологій комунікаційної взаємодії.

Вважаємо, що представлений метод має неабиякі перспективи через прикладний характер саме для підготовки компетентних спеціалістів у сфері комунікацій. Підтвердженням цього стали результати анкетування студентів спеціальності «Реклама та зв'язки з громадськістю» Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка, під час якого ми намагалися з'ясувати значення івент-аналізу в засвоєнні професійних знань та набутті навичок у межах дисципліни «Управління антикризовими комунікаціями». Основні результати дослідження відображено у сформованому переліку переваг застосування івент-аналізу для формування спеціальних (фахових) компетентностей PR-фахівців під час роботи в кризовому контексті. Зокрема, івент-аналіз сприяє плануванню та реалізації успішного кризового реагування на інформаційному та операційному рівнях в умовах надзвичайних ситуацій та конфліктів, здійсненню ефективної посткризової діяльності, профілактиці криз у комунікативному аспекті, глибокому засвоєнню сучасними комунікаторами етичних стандартів.

Список літератури

1. Королько В. Г. Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика : [підручник] / В. Г. Королько. – Київ : Видавничий дім «Скарби», 2001. – 400 с.
2. Моисеев В. А. Паблік рилейшнз. Теория и практика : [підручник] / В. А. Моисеев. – Київ : Вира-Р, 1999. – 375 с.
3. Почепцов Г. Паблік рилейшнз для профессионалов / Г. Почепцов. – Москва : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 1999. – 624 с.

4. Курбан О. В. Специфика та особливості підготовки PR-фахівців для сучасного профільного ринку / О. В. Курбан // Педагогічний процес: теорія і практика. – 2014. – Вип. 4. – С. 32–35.

5. Ахременко А. С. Политический анализ: и прогнозирование : учеб. пособ. / А. С. Ахременко. – Москва : Гардарики, 2006. – 333 с.

6. Борешполец К. Методы политических исследований / К. Борешполец. – Москва : Аспект Пресс, 2005. – 221 с.

7. Цыганков П. А. Международные отношения : учеб. пособ. / П. А. Цыганков. – Москва : Новая школа, 1996. – 320 с.

8. Барановский Е. Г. Методы анализа международных конфликтов / Е. Г. Барановский, Н. Н. Владиславлева. – Москва : Научная книга, 2002. – 240 с.

9. Сучасний тлумачний словник української мови : 65000 слів / [за заг. ред. В. В. Дубічинського]. – Харків : ВД «ШКОЛА», 2006. – 1008 с.

10. Carter L. Event Planning / L. Carter. – AuthorHouse, 2007. – Р. 3.

11. Симановская О. М. Организация HR-событий – успешная российская практика / О. М. Симановская. – Москва : Вершина, 2007. – 192 с.

Reference list

1. Korolko V. H. Public Relations. Scientific Framework, Methods, Practice: a Manual / V. H. Korolko. – K. : Vydavnychyy dim «Skarby», 2001. – 400 s.

2. Moiseyev V. A. Public Relations. Theory and Practice: a Manual / V. A. Moiseyev. – K. : Vira-P, 1999. – 375 s.

3. Pochepcov G. G. Public Relations for Professionals / G. G. Pochepcov. – M. : Refl-buk; K. : Vakler, 1999. – 624 s.

4. Kurban O. V. Specifics and Peculiarities of Training of PR Professionals for Contemporary Specialized Market / O. V. Kurban // Pedagogichnyy protses: teoriya i praktyka. – Vyp. 4. – 2014. – S. 32–35.

5. Akhremenko A. S. Political Analysis and Prediction: a Manual / A. S. Akhremenko. – M. : Gardariki, 2006. – 333 s.

6. Borishpolets K. Methods of Political Studies / K. Borishpolets. – M. : Aspect Press, 2005. – 221 s.

7. Tsygankov P. A. International Relations : a Manual / P. A. Tsygankov. – M. : Novaya shkola, 1996. – 320 s.

8. Baranovskiy E. G. Methods of Analysis of International Conflicts / E. G. Baranovskiy, N. N. Vladislavleva. – M. : Nauchnaya kniga, 2002. – 240 s.

9. Modern Glossary of Ukrainian Language: 65 000 words / [za zah. red. V. V. Dubichyn'skoho]. – Kh. : VD «SHKOLA», 2006. – 1008 s.

10. Carter L. Event Planning / L. Carter. – AuthorHouse, 2007. – Р. 3.

11. Simanovskaja O. M. Organization of HR events – successful Russian practice / O. M. Simanovskaja. – M. : Vershina, 2007. – 192 s.

Подано до редакції 26. 11. 2016 р.

Гусак О. П., канд. наук из соц. коммуник., доцент,
Институт журналистики
Киевского университета имени Бориса Гринченко

**ИВЕНТ-АНАЛИЗ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ
ПОДГОТОВКИ СОВРЕМЕННЫХ PR-СПЕЦИАЛИСТОВ**

Аннотация. В статье раскрыты особенности ивент-анализа, специфика его использования в процессе учебы будущих PR-специалистов. Систематизированы теоретические подходы относительно определения сути ивент-анализа, это понятие уточнено в контексте теории социальных коммуникаций. Также отражены результаты анкетирования студентов специальности «Реклама и связи с общественностью» Института журналистики Киевского университета имени Бориса Гринченко относительно значения ивент-анализа для усвоения профессиональных знаний и приобретения навыков в пределах дисциплины «Управления антикризисными коммуникациями». Основные результаты исследования отображены в сформированном перечне преимуществ применения ивент-анализа для формирования специальных (профессиональных) компетентностей PR-специалистов во время работы в кризисном контексте. В частности, ивент-анализ способствует планированию и реализации успешного кризисного реагирования на информационном и операциональном уровнях в условиях чрезвычайных ситуаций и конфликтов, осуществлению эффективной посткризисной деятельности, профилактике кризисов в коммуникативном аспекте, глубокому усвоению современными коммуникаторами этических стандартов.

Ключевые слова: связи с общественностью, коммуникация, ивент-анализ.