

Т. Н. Шкода

д.е.н., доцент, доцент кафедри управління персоналом та економіки праці
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

О. В. Балабан

здобувач вищої освіти, ОПП «Управління персоналом та економіка праці»
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

PR-ТЕХНОЛОГІЇ В РЕАЛІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ МОЛОДОГО ВЧЕНОГО

PR-TECHNOLOGIES IN REALIZATION OF YOUNG SCIENTIST POTENTIAL

PR-ТЕХНОЛОГИИ В РЕАЛИЗАЦИИ ПОТЕНЦИАЛА МОЛОДОГО УЧЕНОГО

Анотація. Обґрунтовано використання PR-технологій в реалізації потенціалу молодого вченого.

Abstract. It is grounded the usage of PR-technologies in realization of the young scientist's potential.

Аннотация. Обосновано использование PR-технологий в реализации потенциала молодого ученого.

Комунікація між спільнотою молодих вчених та суспільством є необхідною передумовою зростання зацікавленості молоді в реалізації свого потенціалу в науковій сфері. Брак популяризації науки та невисока престижність професії науковця в Україні є ключовим блоком чинників, які впливають на низьку привабливість науки [2, стор. 14] як сфери професійної реалізації для молоді. Згідно українського законодавства до категорії молодих вчених відносяться науковці віком до 35 років [1].

З огляду на вищезазначені проблеми для успішної реалізації потенціалу молодого вченого важливого значення набуває використання PR-технологій. Важливою ознакою технологічності PR в реалізації потенціалу молодого науковця є його інноваційний характер, використання сучасних інструментів популяризації професійних досягнень. Під технологіями PR в реалізації потенціалу молодого вченого автори розуміють сукупність методичних засобів, прийомів і процедур по встановленню взаємовигідних та довірчих відносин між молодим науковцем і громадськістю, які сприяють популяризації науки в суспільстві. Основні інструменти PR у реалізації потенціалу молодого науковця представлені на рисунку 1.

С. Цимбалюк наголошує, що традиційно виокремлюють два напрями взаємодії з громадськістю: зовнішній та внутрішній [5, стор. 147]. В контексті нашого дослідження відзначимо, що зовнішній напрям спрямований на взаємодію молодого вченого з органами влади, громадськими організаціями, міжнародними стипендійними фондами та програмами, редакціями наукових журналів, іншими суб'єктами, а внутрішній – на колег, з якими працює молодий науковець. Наприклад, учасники проекту для молодих вчених "Реалізація потенціалу молодих вчених в інтеграції науки, освіти, бізнесу", що фінансується за рахунок загального фонду державного бюджету [4] з метою його популяризації, через зовнішній канал комунікації, брали участь у телевізійній програмі «Наука ХХІ» на телеканалі Рада [6].

Використання PR-технологій сприяє формуванню позитивного іміджу молодого вченого в українському суспільстві, демонструючи таким чином конкурентоспроможність вітчизняної науки та покращуючи перспективи реалізації його потенціалу.



Рис. 1. Основні інструменти PR у реалізації потенціалу молодого науковця

Джерело: складено авторами на основі [3]

Важливо поширювати інформацію про міжнародні наукові стажування молодих вчених, їхні публікації за результатами наукових досліджень, використовуючи сучасні PR-інструменти. Це сприятиме не лише розвитку позитивної комунікації із суспільством загалом, але й покращить взаємодію молодих вчених з бізнесом, особливо тих, чиї розробки мають прикладний характер.

Література

1. Верховна Рада України. Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність» № 848-VIII від 26.11.2015 р. [Електронний ресурс] – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-19>
2. Жабін С.О., Ісакова Н.Б., Скороход О.М. Проблеми молодих вчених України та рекомендації щодо їхнього вирішення. Аналітичний матеріал. / С.О. Жабін, Н.Б. Ісакова, О.М. Скороход. [Електронний ресурс] – URL: https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Problemy-molodyh-vchenyh-Ukrayiny-ta-rekomendatsiyi-shhodo-yihnego-vyrishennya.pdf?fbclid=IwAR0OPqjUJ3hqGT-1PFN8jExnoKtCGs8JdxguMsovjzKIR0uUzCHs_8pj3Pw
3. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: Навчальний посібник [Текст] / О.В. Курбан. – К.: Кондор, 2014. – 246 с.
4. МОН України. Наказ «Про затвердження переліку проектів наукових робіт, науково-технічних (експериментальних) розробок молодих вчених, які працюють (навчаються) у закладах вищої освіти та наукових установах, що належать до сфери управління Міністерства освіти і науки України, які пройшли конкурсний відбір та фінансування яких розпочнеться з січня 2020 року за рахунок коштів державного бюджету» від 09.12.2019 р. № 1529. [Електронний ресурс] – URL: <https://mon.gov.ua/ua/npa/pro-zatverdzhennya-pereliku-proektiv-naukovih-robit-naukovo-tehnicnih-eksperimentalnih-rozrobok-1529?fbclid=IwAR0MIRTzZm9ltnKpJRoWdA1xBnFU35OXAiXbW6JdWhYxdcJM4x-EmzhLSt8>
5. Цимбалюк С.О. Бренд роботодавця: методологія дослідження та практика формування: монографія [Текст] / С.О. Цимбалюк. – Київ: КНЕУ, 2018. – 227 с.
6. Шкода Т.Н., Семенець-Орлова І.А. Інтерв'ю в рамках участі у програмі «Наука XXI», 18.09.2019 р. Телеканал «Рада». [Електронний ресурс] – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=xAUCnwCPTsw>