

УДК 351.751

DOI <https://doi.org/10.32838/TNU-2663-6468/2020.5/16>

Сопіна О.А.

аспірант кафедри публічного управління та землеустрою
Класичний приватний університет

ЗМІСТ І СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ» В КОНТЕКСТІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

У статті розкрито сутність і зміст поняття «паблік рилейшнз»; висвітлено основні управлінські аспекти державної політики щодо зв'язків держави з громадськістю; окреслено наукову дискусію навколо категорій «паблік рилейшнз», PR, «зв'язки з громадськістю». Зазначено, що наразі актуалізується проблема ефективного зворотного зв'язку на державно-управлінському рівні між представниками влади та громадськістю, важливу роль у чому відіграють PR. Вказано на необхідності конструктивного діалогу між органами державної влади та суспільством, що викликає потребу в застосуванні PR-комунікацій з метою налагодження зв'язків держави з громадськістю. Акцентується увага на тому, що в системі державного управління зв'язки з громадськістю розглядаються як цілеспрямована взаємодія структур державного апарату з громадянами та суспільними інститутами, які можна визначити як інформаційно-комунікативну функцію державної влади й управління. Підкреслюється, що в умовах інформаційного суспільства паблік рилейшнз стали значущою управлінською функцією в усіх сферах діяльності суспільства. Ефективне управління системою зв'язків із громадськістю в органах державної влади сприяє: вирішенню багатьох питань, що стосуються співпраці та взаємодії органів державної влади і громадянського суспільства; забезпеченню соціальної рівноваги в країні. Зазначається, що паблік рилейшнз в контексті державного управління є однією з функцій менеджменту, що спрямована на організацію та підтримку комунікації, інформаційної взаємодії та взаєморозуміння, між державою та суспільством.

Ключові слова: громадяни, держава, державна політика, державне управління, зв'язки з громадськістю, інформаційна взаємодія, паблік рилейшнз, управлінський аспект.

Постановка проблеми. Одним з важливих аспектів модернізації системи державного менеджменту в Україні є оновлення концепції управління внутрішніми зв'язками з громадськістю як чинника вдосконалення комунікаційного механізму державного регулювання суспільної інформації та забезпечення безперервного взаємозв'язку влади з громадянами.

Проблемі зв'язків з громадськістю, питанням паблік рилейшнз щодо їхніх принципів, функцій та завдань (у тому числі в контексті державного управління) присвячено науковці праці багатьох вітчизняній зарубіжних учених, зокрема: І. Алєшиної [1], Л. Балабанової [2], М. Бутко [6], М. Дітковської [20], Н. Драгомирецької [7], І. Ібрагімової [8], О. Ковриги [9], С. Колоска [10], В. Королько [12], О. Кривоносова [13], О. Маркова [16], О. Митяй [18], В. Мойсеєва [19], І. Олійченко [20], Г. Почепцова [22], О. Романовського [21], Л. Руіс Мендісабаль [23], К. Савельєва [2], Є. Тихомирової [25], О. Філатової [13], Ф. Шаркова [26], М. Шишкіної [13], Ю. Юрченко [20] та ін.

Мета статті – розкрити сутність і зміст поняття «паблік рилейшнз»; висвітлити основні управлінські аспекти державної політики щодо зв'язків держави з громадськістю.

Виклад основного матеріалу. У сучасних реаліях демократичних змін загострюється необхідність у рівноправному конструктивному діалозі між органами державної влади та суспільством, що викликає потребу у застосуванні PR-комунікацій з метою налагодження зв'язків держави з громадськістю.

У площині наукових досліджень виокремлюють такі складники стратегічних комунікацій: 1) публічна дипломатія як комплекс заходів, спрямованих на вивчення та інформування зарубіжної аудиторії і встановлення контактів – зв'язки з громадськістю як управління громадською думкою, формування відносин і державних органів або корпоративних структур для об'єктивного осмислення соціальних, політичних або економічних процесів; 2) інформаційно-психологічні операції як сплановані форми і методи поширення інформації для здійснення певного впливу на установки і поведінку спільноти [15, с. 321].

«Система відносин владних структур, органів державного управління і громадської думки є одним із найважливіших показників суспільного розвитку і демократії. Відомо, що чим активніше і повніше влада дозволяє масам брати участь у суспільно-політичних процесах – тим вона більш демократична та ефективніша» (О. Коврига [9, с. 111]).

В умовах інформаційного суспільства зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) стали значущою управлінською функцією в усіх сферах діяльності суспільства. Наразі актуалізується проблема ефективного зворотного зв'язку на державно-управлінському рівні між представниками влади та громадськістю, важливу роль у чому відіграють PR, що «виступає важливим системотворчим компонентом в механізмі державно-управлінської діяльності. Розвиток системи зв'язків з громадськістю в органах державної влади дасть змогу створити дієвий механізм вирішення багатьох проблем, що виникають у стосунках між інститутами держави та громадянського суспільства, і, насамперед, подолати відчуженість між громадськістю та державою» [23, с. 10].

Наразі все актуальнішою стає проблема встановлення дієвих зв'язків із громадськістю, що «передбачають чесні, відкриті, доброзичливі взаємовідносини між органами публічної влади та населенням. Саме із цього виникає порівняно нова функція державного управління – зв'язки з громадськістю, адже влада діє ефективно, якщо її підтримує громадськість. Органи державної влади та місцевого самоврядування зобов'язані інформувати населення про напрями стратегічного розвитку (політику), програми й послуги, що надаються ними, звітувати про свою діяльність і нести перед ним відповідальність» [17, с. 7].

Зв'язки з громадськістю покликані не просто вивчати й досліджувати певне явище, але й розробляти методи коригування ситуації залежно від поставлених цілей. Метою зв'язків із громадськістю є розробка та застосування на практиці різних підходів та методів, які забезпечують встановлення взаємовідносин між різними соціальними групами, заснованих на інформованості та, як результат, довірі. Тому часто зв'язки з громадськістю називають ще й мистецтвом. Адже влада буде близькою до громадян за умови прозорості політики й відкритості діяльності органів державного управління. Відтак, інформація має доступну для громадськості через використання новітніх комунікаційних технологій – інтернету, сайтів веб-сторінок тощо. Крім того має бути зворотна взаємодія органів державної влади та суспільства

(з застосуванням ідей та пропозицій від окремих громадян і різних соціальних груп, звернень громадян до посадових осіб).

На думку Е. Тихомирової, діяльність фахівця зі зв'язків з громадськістю завжди має творчий характер та розрахована на розробку цікавих, нестандартних методів роботи з широкою громадськістю [25, с. 21].

Як стверджує Л. Руіс Мендісабаль, «основі успішного функціонування зв'язків з громадськістю лежить зворотний зв'язок. Завдяки йому стає можливим для основних учасників комунікативних взаємодій отримувати комплексні відомості щодо реакції цільової аудиторії на сигнали, які поступають, враховуючи сукупність всіх факторів загального фону соціальної обстановки. Соціальне середовище має здатність до постійних змін, що примушує паблік рилейшнз адаптуватись до оточення, виконуючи роль своєрідної «соціальної мімікriї», щоб досягти стану динамічної рівноваги з навколоишнім середовищем» [23, с. 8].

Поняття «зв'язки з громадськістю» (англ. «public relations» – «паблік рилейшнз» – PR) є багатогранним (табл. 1), але тлумачення його загалом зводиться до такого: сприяння встановленню взаєморозуміння і доброзичливості між особою, організацією та іншими людьми, групами людей або суспільством в цілому за допомогою поширення роз'яснювального матеріалу, розвитку обміну інформацією і оцінки суспільної реакції [27].

Як зазначає О. Кононовець, паблік рилейшнз – на перший погляд, це рекламна діяльність, яка припускає поєднання науки і мистецтва, проте PR і реклама пов'язані між собою лише функцією дії на широку аудиторію – переконання у взаємовигідній та гармонійній співпраці. «Відмінність полягає в тому, що основною функцією паблік рилейшнз є управлінська і пріоритет віддається двосторонній комунікації. Основною метою PR-діяльності є організація комунікативного простору сучасного світу, когнітивних зв'язків між реальними та віртуальними подіями» [11].

Звичайно, для оптимізації діяльності органів державної влади та управління потрібна «підтримка громадськості, ефективний зворотний зв'язок між державою та суспільством. У межах вирішення цього генерального завдання особливої актуальності набуває використання засобів, методів, прийомів та процедур інноваційної для України соціально-культурної технології паблік рилейшнз, що спрямовані на забезпечення діалогових відносин між державою та її громадя-

Таблиця 1

Визначення поняття «зв'язки з громадськістю» («паблік рилейшнз», PR)

Дослідники	Дефініції поняття «зв'язки з громадськістю» «паблік рилейшнз», PR)
Е. Макаревич [14, с. 139–140]	Найважливіша частина управління суспільством і будь-якою організацією, це – перш за все організація соціальної взаємодії за допомогою суспільних зв'язків і управління ними, взаємодії, націленої на досягнення взаєморозуміння і згоди; між особою, соціальною групою, владою, фірмою, організацією, громадськістю. Взаємодія повинна бути націлена на зняття суспільно-економічних і суспільно-політичних суперечностей у процесі політичної, економічної та конкурентної боротьби.
С. Блек [5, с. 17]	Наука досягнення гармонії за допомогою взаєморозуміння, заснованого на правді і повній інформованості.
I. Ібрагімова [8, с. 242–243]	Одна з комунікаційних стратегій, стратегії взаємодії, обміну інформацією. PR передбачає рух інформації від джерела до одержувача, що в контексті органів державної влади передбачає комунікацію як усередині організації, так і зовнішню, тобто взаємодію між організацією та громадськістю.
Н. Драгомирецька, К. Кандагура, А. Букач [7, с. 75]	Діяльність, орієнтована на зовнішні контакти: формування суспільної думки, регіональні зв'язки, зв'язки з підрозділами організації, зв'язки зі споживачами послуг, з лобістами, з міжнародними організаціями з метою встановлення певного відношення.
Є. Тихомирова [25, с. 21].	Комунікативна наука, яка вивчає різні соціальні групи та їх ставлення до того чи іншого явища
I. Олійченко, М. Дітковська, Ю. Юрченко [20, с. 200]	Спеціалізована частина державного управління, що формує й підтримує взаємовигідні відносини громадянського суспільства з органами державної влади.
О. Кононовець [11, с. 3]	Управлінська діяльність, метою якої є встановлення взаємовигідних відносин між державними або приватними структурами і громадськістю, від якої багато в чому залежить успіх функціонування цих структур. Уміння впливати на суспільну думку на користь фірми для переконання споживача в тому, що діяльність фірми здійснюється заради його благополуччя, комфорту, економії часу тощо.
М. Бутко [6, с. 3]	Функція управління, що передбачає вивчення й аналіз настроїв громадськості, гармонізацію політики організації або особи з суспільними інтересами, сприяє реалізації програми дій, спрямованих на досягнення громадського розуміння та схвалення.
С. Колосок [10, с. 13–14]	Усталена комунікаційно-психологічна взаємодія організаційних структур управління з населенням з метою формування іміджу органів державного управління, яка виступає складовою частиною комунікативного процесу державного управління.
Л. Руіс Мендісабаль [23, с. 12]	Зв'язки з громадськістю – це наука і мистецтво управління процесом комунікації між організацією та її цільовими групами громадськості з метою формування громадської думки в бажаному для організації напрямку за підтримки засобів масової комунікації.
С. Блек [4]	Управлінська діяльність, спрямована на встановлення взаємовигідних гармонійних відносин між організацією і громадськістю, від якої залежить функціонування цієї організації. Це – плановані, тривалі зусилля, спрямовані на створення й підтримку доброзичливих відносин і взаєморозуміння між організацією та її громадськістю.
Р. Харлоу [5, с. 15]	Особлива функція управління, яка допомагає встановлювати і підтримувати загальні принципи спілкування, розуміння, згоди і співпраці між організацією і її громадськістю. Вона передбачає вирішення різних проблем: забезпечує адміністрацію інформацією про громадську думку і надає їй допомогу у виконанні запобіжних заходів; забезпечує діяльність керівництва в задоволенні суспільних інтересів; підтримує його в стані готовності до змін, передбачаючи ті або інші тенденції; використовує дослідження і відкрите спілкування в якості основних засобів діяльності.
I. Альошина [1, с. 7]	Функція менеджменту, яка оцінює відносини громадськості, ідентифікує політику й дії індивідууму або організації з суспільними інтересами і реалізує програму дій для отримання суспільного розуміння і ухвалення».

нами, урахування та цілеспрямоване формування громадської думки, стимулювання громадянської активності, підвищення авторитету та довіри до органів державної влади й управління. Актуалізація комунікативного аспекту становить важливий напрям підвищення ефективності державного управління» [23, с. 3].

У системі державного управління зв'язки з громадськістю розглядаються як «цілеспрямована взаємодія структур державного апарату (органів, організацій і установ) з громадянами та суспільними інститутами, які можна визначити як інформаційно-комунікативну функцію державної влади й управління, що реалізується ними і дає змогу оцінювати ставлення різних кіл громадськості до тих чи інших рішень і дій» [3, с. 87].

Зв'язки з громадськістю в органах державної влади є «не лише катализатором демократії, підвищуючи прозорість процесів державно-політичного і господарсько-економічного розвитку, але і важливим інструментом досягнення консенсусу в суспільстві. Сприяючи відкритості діяльності державних інститутів, система паблік рилейшнз надає суб'єктам громадянського суспільства нові можливості активно впливати на формування публічної політики. Виходячи з розуміння важливості паблік рилейшнз, органи державної влади все активніше вдаються до стратегії вироблення рішень в тісній взаємодії» [18, с. 160].

У сучасних умовах паблік рилейшнз – це «інструмент формування інформаційного простору. Його головну сутність можна визначити як консалтинг, тобто робота з осмислення ситуації, прогнозування та моделювання управлінських рішень через розвиток комунікації між суб'єктом ПР і громадськістю (зовнішньою та внутрішньою)» [21, с. 5].

Як зазначає О. Соснін, «взаємодія між владою та населенням є надзвичайно динамічною сферою і в жодній країні не має однозначного виміру.

Забезпечення можливостей ефективної участі громадських організацій у поточних політичних, соціальних, економічних, екологічних та культурно-освітніх процесах вимагає від влади вирішення проблем цивілізованої взаємодії та співпраці з громадянським суспільством і створення сприятливих умов для його розвитку» [24, с. 121].

Застосування паблік рилейшнз сприяє поданню громадянам інформації таким чином, що відчувається соціальна значущість управлінського впливу політики держави та дій органів державної влади на суспільство, громадську думку.

Висновки. Отже, паблік рилейшнз в контексті державного управління є однією з функцій менеджменту, що спрямована на організацію та підтримку комунікації, інформаційної взаємодії та взаєморозуміння, між державою та суспільством. Це – передбачувані, плановані заходи, метою яких є сприятливі доброзичливі стосунки між органами державної влади та громадськістю в інтересах усього суспільства. Це – організація громадської думки з метою найуспішнішого функціонування держави та зростання її авторитету, налагодження взаємин між управлінськими структурами та громадянами, заснованих на принципах відкритості, повної інформованості та прозорості. Слід підкреслити, що в наш час паблік рилейшнз в системі публічного управління трансформувалися в ключову управлінську функцію в усіх сферах суспільного життя.

Зв'язки з громадськістю в сучасному суспільстві є і самостійною науковою галуззю з об'єктом і предметом дослідження; категоріями, які описують соціальну реальність; методами наукового пізнання та впливу на соціальну практику тощо.

Ефективне управління системою зв'язків із громадськістю в органах державної влади сприяє: вирішенню багатьох питань, що стосуються співпраці та взаємодії органів державної влади та громадянського суспільства; забезпеченням соціальної рівноваги в країні.

Список літератури:

1. Алешіна И. В. Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетеров. Москва : Гном-Пресс, 1997. 256 с.
2. Балабанова Л. В., Савельєва К. В. Паблік рилейшнз : навч. посіб. Київ : Професіонал, 2008. 528 с.
3. Білоус В. С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз в економічній діяльності) : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2005. 275 с.
4. Блэк С. Введение в Паблик Рилейшнз: пер. с англ. Ростов на Дону: Феникс, 1998. 318 с.
5. Блэк С. Паблик рилейшнз. Что это такое? Москва : Новости, 1990. 240 с.
6. Бутко М. П., М. Ю. Дітковська. Формування інформаційного забезпечення в системі державного управління : монографія. Ніжин : Аспект-Поліграф, 2010. 244 с.
7. Драгомирецька Н. М., Кандагура К. С., Букач А. В. Комунікативна діяльність в державному управлінні : навч. пос. Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2017. 180 с.
8. Ібрагімова І. Паблік рилейшнз і державне управління. *Вісник УАДУ*. 2002. № 4. С. 242–247.

9. Коврига О. С. Взаємодія органів державної влади з громадськістю в системі державного управління України. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Державне управління.* 2020. № 2. 4 Том 31 (70). С. 109–114.
10. Колосок С. В. Зв’язки з громадськістю у формуванні іміджу органів державного управління : автограферат дис. ... канд. наук з держ. управл. : 25.00.01. Київ, 2003. 20 с.
11. Коновець О. Ф. Масова комунікація: теорії, моделі, технології : навч. посіб. Київ : Абрис, 2007. 266 с.
12. Королько В. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю. Київ, 2003. 216 с.
13. Кривоносов А. Д., Филатова О. Г., Шишкіна М. А. Основы теории связей с общественностью : учебник. Санкт-Петербург, 2018. 288 с.
14. Макаревич Э. Ф., Карпухин О. И., Луков В. А. Социальный контроль масс. Москва : Дрофа, 2007. 432 с.
15. Макаренко Є. А., Рижков М. М., Піпченко Н. О. Москаленко Т. В., Кучмій О. П. та ін. Зовнішньополітичні комунікативні технології : підручник. Київ : Центр вільної преси, 2016. 415 с.
16. Марков А. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник. Москва : Инфра-М, 2014. 102 с.
17. Мех О. Служби із зв’язків з громадськістю в органах виконавчої і законодавчої влади та місцевого самоврядування на сучасному етапі розвитку України : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 «Журналістика». Київ, 2004. 20 с.
18. Митяй О. Проблеми комунікативного забезпечення ефективності взаємодії органів державного управління і суспільства в Україні. *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України.* 2017. № 1. С. 160–165.
19. Мойсеєв В. А. Паблік рілейшнз : навч. посіб. Київ : Академвидав, 2007. 223 с.
20. Олійченко І. М., Дітковська М. Ю., Юрченко Ю. Д. Зв’язки з громадськістю в системі державного управління як фактор публічності влади. *Проблеми і перспективи економіки та управління.* 2015. № 1 (1). С. 198–204.
21. Основи паблік рілейшнз : навчально-методичний посібник для студентів спеціальностей 8.03010201 «Психологія» та 8.18010018 «Адміністративний менеджмент» / О. Г. Романовський, Н. В. Середа, Є. В. Воробйова. Харків : НТУ «ХПІ», 2015. 176 с.
22. Почепцов Г. Г. Паблік рілейшнз : навч. посіб. 2-ге вид., випр. і доп. Київ : Т-во «Знання», КОО, 2004. 373 с.
23. Руіс Мендісабаль Л. М. Зв’язки з громадськістю як комунікативний аспект державного управління : автореферат дис. ... канд. наук з держ. управл. : 25.00.01. Київ, 2001. 16 с.
24. Соснін О. В., Михненко А. М., Литвинова Л. В. Комунікативна парадигма суспільного розвитку : навч. посіб. Київ : НАДУ, 2011. 220 с.
25. Тихомирова Є. Б. Зв’язки з громадськістю. Київ : НМЦВО. 2014. 96 с.
26. Шарков Ф. І. Паблік рілейшнз. Москва, 2005. 316 с.
27. Webster’s International CD-ROM Encyclopedia’99. Washington : Multimedia 2000 and Webster’s publishing, 1999. URL: <http://elektr.opt.dysk>.

Sopina O.A. Content and essence of the concept of “public relations” in the context of public administration

The article reveals the essence and content of the concept of «public relations»; highlights the main management aspects of state policy on public relations; outlines a scientific discussion around the categories of «public relations», PR, «public relations». It is noted that the problem of effective feedback at the state level between government officials and the public is currently being addressed, and PR plays an important role in this. The need for a constructive dialogue between public authorities and society is pointed out, which necessitates the use of PR-communications in order to establish public relations with the public. Emphasis is placed on the fact that in the system of public administration public relations is considered as a purposeful interaction of the state apparatus with citizens and public institutions, which can be defined as an information and communication function of state power and administration. It is emphasized that in the information society public relations have become a significant management function in all spheres of society. Effective management of the public relations system in public authorities contributes to: resolving many issues related to cooperation and interaction between public authorities and civil society; ensuring social balance in the country. It is noted that public relations in the context of public administration is one of the functions of management, aimed at organizing and maintaining communication, information interaction and mutual understanding between the state and society.

Key words: citizens, state, public policy, public administration, public relations, information interaction, public relations, management aspect.