

УДК 352/354.1

## РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ФУНКЦІЙ ЗВ'ЯЗКІВ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ У СИСТЕМІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

**Зяйлик М.Ф.**

*к. е. н., доцент, Тернопільський національний технічний університет  
імені Івана Пулюя, м. Тернопіль*

## THE ROLE AND VALUE OF PUBLIC COMMUNITY FUNCTIONS IN THE PUBLIC ADMINISTRATION MANAGER

**Mariya Ziailyk**

**Анотація.** Визначено роль, місце та значення зв'язків із громадськістю у системі публічного управління. Охарактеризовано основні функції зв'язків із громадськістю та визначено напрями формування іміджу органів державної влади. Зв'язки з громадськістю є невід'ємною складовою органу влади і, в першу чергу, спрямовані як на формування і підтримання власного позитивного іміджу, так і усієї системи влади.

**Ключові слова:** зв'язки із громадськістю, громадськість, імідж, публічне управління, публік рилейшнз, органи державної влади.

**Summary.** The role, place and importance of public relations in the system of public administration are determined. The main functions of public relations are characterized and directions of forming the image of public authorities are defined. Public relations are an integral part of a government body, and primarily aimed at creating and maintaining their own positive image and the entire system of government.

**Key words:** public relations, public, image, public administration, public relations, public authorities.

**Постановка проблеми та її зв'язки з науковими та практичними завданнями.** Зв'язки з громадськістю — “паблік рилейшнз” (від англ. *public relations* — відносини з публікою, зв'язок з громадськістю) — одна із конкретних функцій управління, яка сприяє встановленню та підтриманню спілкування для виявлення спільних інтересів та досягнення взаєморозуміння й співробітництва між організацією і громадськістю [1]. Паблік рилейшнз (ПР) сьогодні сприймається як важливий елемент ділових відносин усіх сфер повсякденного життя.

Мета паблік рилейшнз органу державної влади — встановлення двостороннього спілкування для виявлення спільних інтересів та досягнення взаєморозуміння між громадянами та державною владою, що засноване на природі, знанні та повній інформованості. Батьківщиною паблік рилейшнз вважаються США, і за останні роки ця діяльність знайшла своє визнання в багатьох країнах світу. В Україні цей термін почав входити в практику управління з кінця 80-х років ХХ століття.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У наш час термін “*public relations*” включає в себе такі основні напрямки: суспільна думка; суспільні відносини; урядові відносини; життя спільноти; промислові відносини; фінансові відносини; міжнародні відносини; споживчі відносини; дослідження і статистика та засоби масової інформації.

Аналіз аспектів даної проблеми закладений у дослідженнях вітчизняних учених та дослідників: В.Борисенко, А.Галумов, С.Колосок, В.Королько, В.Кузнецов, С.Блек, Д.Ольшанський, Г.Почепцов, С.Тихомирова, Т.Федорів. Серед закордонних дослідників дану проблему вивчали: Е.Бернейз, Дж.Брум, С.Катлін, Л.Серелон, А.Сентеру, Д.Форрестол. Дані вчені у своїх роботах торкалися визначення поняття паблік рилейшнз для державно-управлінських відносин та досліджували технології PR – діяльності.

**Невирішені раніше частини загальної проблеми.** В Україні поки що дуже мало існує консультативних агентств у галузі паблік рилейшнз, а також ще не у всіх органах державної влади (зокрема на рівні районних адміністрацій)

створено власні служби зв'язків з громадськістю. Досвід західних країн та специфіка діяльності органів державної виконавчої влади й місцевого самоврядування, які повинні проводити постійні кампанії зі зв'язків з громадськістю, свідчить про доцільність створення в державних органах власних служб паблік рилейшнз. Цілі й завдання цих служб в органах державної виконавчої влади та місцевого самоврядування мають полягати в постійному інформуванні громадськості про політику державного органу і його повсякденну діяльність; наданні громадськості можливості виголошувати свою думку про нові важливі проекти і плани до прийняття остаточних рішень; здійсненні просвітницької роботи серед громадськості про діяльність державних органів та системи місцевого самоврядування, інформувати людей про їх права та обов'язки; розвитку в населення почуття громадянської гордості.

**Постановка завдання.** Мета статті – визначення ролі та значення функцій зв'язків із громадськістю у системі публічного управління.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Паблік рилейшнз спирається на певні методи — сукупність прийомів, засобів та інструментів, за допомогою яких суб'єкт управління взаємодіє з громадськістю [1]. До загальноприйнятих методів ПР можна віднести: взаємодію з засобами масової інформації, використання друкованого слова; фотографії; виставки та ярмарки; кіно; аудіовізуальні засоби; використання усної мови; рекламу “престижу”; вивчення громадської думки; конференції; гостинність тощо.

Здійснення паблік рилейшнз на практиці поділяється на три групи дій: 1) активні дії стосовно досягнення доброзичливості; 2) збереження репутації (виявити традиції організації, які можуть зашкодити громадській думці, і відмовитись від них); 3) внутрішні відносини (використання прийомів, зорієнтованих на створення у співробітників почуття відповідальності та зацікавленості у справах адміністрації). У державних установах, паблік рилейшнз здійснюється двома шляхами: через створення відділів або управлінь

зв'язків з громадськістю або через залучення консультантів з ПР. Часто використовують і те, і інше.

Основними функціями відділу публік рилейшнз при органах державної виконавчої влади та місцевого самоврядування є зв'язки із засобами масової інформації; зв'язки з місцевим населенням; взаємозв'язки з інформаційними центрами; створення та підтримання узагальненого іміджу органу державної влади або органу місцевого самоврядування; організація виставок; організація зборів і лекцій; робота на підвищення ролі й авторитету органу державного управління.

Основними завданнями служби публік рилейшнз у державних органах на міжнародному ринку мають бути: поліпшення взаєморозуміння між регіоном, який координує відповідний державний орган, і тими закордонними регіонами, з якими регіон вступає в контакт; створення “суспільного обличчя” державному органу; розробка заходів, скерованих на виявлення та ліквідацію чуток чи інших джерел непорозуміння; поширення сфери впливу державних організацій засобами відповідної реклами, виставками, відео- і кінопоказами; здійсненням будь-яких дій, спрямованих на поліпшення контактів між людьми або організаціями.

Аналізуючи сьогоднішній стан розвитку українського суспільства, ми можемо сказати, що він ще не повною мірою відповідає демократичним принципам. Причинами цього є низький рівень життя населення, значна корумпованість, заполітизованість суспільства, що тягнуть за собою недовіру та байдужість громадян до участі у державницьких справах. Розбудова нового українського громадянського суспільства повинна передбачати тісну співпрацю органів державної влади з населенням, а також із врахуванням їх громадської думки. Тому, питання налагодження ефективних зв'язків із громадськістю є надзвичайно актуальним у формуванні позитивного іміджу владних структур, забезпеченні прозорості та гласності в їх діяльності.

Під громадськістю розуміють спільноту людей, утворену за певних обставин, які усвідомлюють проблемність ситуації і реагують на неї однаково

чином [2]. Громадськість може бути зовнішня – громадяни, громадські організації, профспілкові та інші галузеві об'єднання, підприємства, державні установи, різноманітні течії та партії, і внутрішня – працівники органів державної влади, об'єднані службовими відносинами, обов'язками, відповідальністю.

Тому, зв'язки з громадськістю ми розглядаємо як науку про управління громадською думкою [2]. Основними завданнями зв'язків з громадськістю є вивчення, аналіз та управління суспільною думкою; аналіз і регулювання суспільних відносин; висвітлення владно-управлінських відносин, забезпечення двостороннього спілкування; дослідження споживчих відносин; створення позитивного іміджу організації, установи і т.д.

Метою діяльності фахівців із зв'язків із громадськістю у системі публічного управління є налагодження двостороннього спілкування між громадянами та державною владою задля встановлення спільного комунікативного простору, досягнення взаєморозуміння, заснованого на достовірності, компетентності та повноті інформації. Способом досягнення цієї мети є свідомий, плановий та довготерміновий вплив на створення зовнішнього і внутрішнього соціально-психологічного середовища, яке було б сприятливим для позитивного іміджу у системі публічного управління, а також забезпечення позитивної поведінки цього середовища у ставленні до самого органу державної влади.

Сьогодні, одним із першочергових завдань зв'язків із громадськістю у системі публічного управління є формування привабливого позитивного іміджу органів державної влади, який передбачає емоційно-психологічний вплив на громадськість з метою популяризації та реклами. Ключовим елементом роботи з публік рилейшнз є вплив на стан громадської думки. Більшість акцій ПР проводиться з метою: сформувати громадську думку, якщо її немає; переконати людей змінити свою думку та посилити наявну думку громадськості.

Крім того, наука “*public relations*” виконує декілька головних функцій, які відображають специфіку її предмета та місце в системі наук [3]. Аналіз громадської думки, контроль за процесами, що в ній відбуваються, спостереження за динамікою суспільних настроїв висвітлюють найбільш проблемні зони життя суспільства, показують слабкі місця, дають можливість сформулювати та передбачити напрями розвитку та розв’язання проблем. Своєчасне прогнозування змін настрою та інтересів певних груп громадськості може забезпечити успішну переорієнтацію органів публічного управління на нову сферу впливу та поширення актуальної інформації.

Кожний орган у системі публічного управління, кожний керівник, які дбають про свій позитивний імідж в очах громадськості, повинні оптимально використовувати різні моделі і методи публік рилешнз – сукупності способів та прийомів, засобів, інструментів за допомогою яких суб’єкт управління взаємодіє з громадськістю [4].

Хочеться відмітити, що формування позитивного іміджу засобами зв’язків з громадськістю, його цілісність залежить не тільки від створення певного штучного образу, а й від того, як цей образ сприймається громадськістю, іншими державними органами. Тому позитивний імідж необхідно постійно підтримувати, рекламувати, просувати в певному напрямку, використовувати у різноманітних відносинах і взаємодіях. Робота в системі публічного управління із зв’язків з громадськістю буде ефективною, якщо здійснюватиметься адекватно, гнучко та системно, коли конкретні заходи збігатимуться з конкретними економічними, правовими, політичними, моральними та технологічними факторами.

Однією з передумов сталого демократичного розвитку суспільства є інформаційна відкритість органів державної влади. Саме прозорість дій влади є головною запорукою здійснення ефективної політики, проведення громадського контролю і зміцнення довіри до себе з боку суспільства. У всіх демократичних країнах влада зобов’язана виконувати чіткі процедури інформування громадян про свою діяльність і використовувати механізми

залучення громадськості до формування державної політики та до оцінювання якості її реалізації.

Для формування громадянського суспільства і розбудови правової держави регулювання інформаційних відносин має важливе значення. Ось чому у системі публічного управління повинні використовуватись новітні інформаційні технології для надання інформації всім членам суспільства, комерційним організаціям та іншим установам. У період становлення публічної політики в Україні, саме цей напрям зв'язків із громадськістю є найбільш затребуваним, оскільки фахівцям у сфері зв'язків з громадськістю найчастіше доводиться займатися висвітленням у засобах масової інформації політичних подій чи дій політиків у позитивному плані.

Діяльність державних підрозділів зі зв'язків з громадськістю найчастіше зводиться до спостереження за подіями, просто реагуючи на них, замість того, щоб випереджаючи можливі негативні наслідки, розробляти й здійснювати тривалі програми, розраховані на перспективу, на створення стійкої позитивної репутації своєї організації або ж держави в цілому.

Найявні державні служби зв'язків з громадськістю в Україні, в основному, сприймаються як такі, які займаються зняттям напруженості в суспільній думці з гострих проблем, у тому числі пов'язаних з непрофесійною діяльністю політиків чи державних діячів. Напевне тому, у суспільній свідомості сформувалося негативне ставлення до всього, пов'язаного із зв'язками з громадськістю.

В українському суспільстві низьким залишається рівень конструктивної взаємодії органів державної влади, політичних партій, суспільних організацій, які тільки зароджуються. Недоліком вітчизняних служб зв'язків з громадськістю є те, що в Україні відсутня злагоджена політика всіх гілок влади у роботі зі зв'язками з громадськістю. Сьогодні кожний з органів влади формує власну інформаційну політику, яка іде врозріз з політикою інших державних органів, а це посилює негативне сприйняття з боку громадськості [5].



Тому, на нашу думку, сьогодні вкрай важливо забезпечити діалог між підрозділами зв'язків з громадськістю у системі публічного управління, що дозволить створити єдину комунікаційну та іміджеву політику [6].

Однією із серйозних перешкод на шляху реформування системи державного управління є дисгармонія у взаємостосунках між громадянами та органами виконавчої влади, який дістався суспільству у спадок від радянської епохи. До сих пір панує уявлення, що громадянин є особою, яка повинна бути повністю підпорядкована директивним вказівкам органів виконавчої влади. Тому, необхідно зруйнувати стереотип, створивши у всіх працівників державного сектора уявлення про їх роль як державних службовців та посиливши їх відповідальність за задоволення потреб суспільства. Отже, відкритість влади є необхідною умовою забезпечення конституційних прав громадян та участь в управлінні державними справами.

Під час становлення в Україні новітньої публічної політики саме система зв'язків з громадськістю є більш всього необхідною, оскільки фахівцям в цій сфері частіш за все доводиться висвітлювати в засобах масової інформації поточні події, зміни в роботі органів влади чи дії політиків у позитивному плані. Діяльність підрозділів зі зв'язків з громадськістю в органах публічної влади найчастіше наближається до моніторингу подій, реагуючи на них постфактум. Бажаним при цьому є випередження можливих негативних наслідків, розробка та здійснення тривалих інформаційних програм, що розраховані на перспективу й на формування стійкого позитивного іміджу органу публічної влади.

Зараз вкрай важливим є забезпечення постійного діалогу між підрозділами зв'язків з громадськістю різних органів публічної влади. Це дасть змогу створити єдину комунікаційну політику та методику формування позитивного іміджу. Виходячи з цього постає актуальне питання регулятивних зв'язків у таких системах як горизонтальна; вертикальна та внутрішньо-організаційна.



В діяльності структурних підрозділів по зв'язкам з громадськістю, ми можемо визначити такі функції взаємодії органів влади та громадянського суспільства як комунікація суб'єктів та об'єктів політичного процесу; контроль громадської думки, моніторинг процесів, що відбуваються в суспільстві; інформування суспільства відносно власної діяльності; вербалізація настроїв, що переважають в суспільстві; створення позитивного іміджу органів влади та маніпуляція громадськими настроями тощо.

Для демократичних країн є характерним, що влада мусить виконувати зобов'язання інформувати населення стосовно власної діяльності. На цьому ж рівні стоїть потреба застосовувати механізми залучення широкої громадськості до створення стратегій та програм розвитку, вирішення особливо важливих та суперечливих питань, оцінювання якості роботи органів публічної влади тощо. Розвиток громадянського суспільства в Україні створює умови для активної участі громадськості в управлінських процесах або навіть залучення до прийняття управлінських рішень. Зв'язки з громадськістю перетворилися на обов'язковий елемент функціонування органів влади всіх рівнів. На нинішньому етапі за умов впровадження нової парадигми державного управління на органи влади покладається забезпечення відкритості та прозорості в управлінні публічними справами. Громадськість повинна мати доступ до інформації, необхідної для участі в громадському житті, виборах, процесі прийняття рішень та обговоренні політики органів влади, яка має бути чіткою та зрозумілою для них.

Система державного управління в Україні буде ефективна лише за наявності інформатизації між усіма її складовими. Головним напрямом функціонування органів влади є створення єдиної інформаційної системи засобів та інструментів, що створять сприятливі умови для роботи інформаційних ресурсів, спростять збір, обробку та використання інформації для здійснення інтересів громадян, поліпшення економічного стану, розвитку нових технологій, поліпшення соціально-економічного стану, росту продуктивності праці та розвитку духовності. Зв'язки з громадськістю

займають головне місце в створенні позитивного іміджу органів публічного управління. У контексті реформування державного управління інститут PR слід розуміти, як вплив на громадську думку, з метою формування очікуваної поведінки та розглядати публік рилейшнз як технологію, що формує сучасну політику.

В Україні, як і в усіх цивілізованих країнах, роль мас-медіа завжди набирає обертів, як засіб комунікативної діяльності, формування та розвитку громадської думки, впливу на життєдіяльність громадян та поведінку широких мас. Головною особливістю сучасних мас-медіа є розповсюдження соціально вагомої інформації, котра відображає дійсність, життєдіяльність громади в цілому. Від характеру та способу подачі інформації в суспільстві формується певна система цінностей та пріоритетів, що в свою чергу формує ставлення громадськості відносно діяльності органів влади.

Таким чином, інформація через засоби масової інформації перетворюється у своєрідне джерело влади, через яке можна здійснювати вплив на велику кількість людей. Не викликає сумніву й те, що в сьогоденній політичній системі йде загострення боротьби за можливість контролювати засоби масової інформації. Це означає, що реалізація завдань органів влади в інтересах суспільства може провадитись тільки за умови, коли громадяни будуть вчасно інформувати відносно поточної діяльності, а також з боку засобів масової інформації не буде тиску.

В демократичному суспільстві досить велика увага приділяється взаємозв'язкам між засобами масової інформації та органами управління всіх рівнів. Комунікаційні зв'язки громадськості та органів публічного управління можуть проходити через співпрацю з представниками громадських організацій; прийоми виборців за відповідними округами; особисті зустрічі з верхівкою керівництва; кореспонденцію та виступами у засобах масової інформації.

Таким чином, можемо констатувати, що інформаційний фундамент взаємодії мас-медіа та органів влади складається з прямих та зворотніх інформаційних зв'язків. Прямі зв'язки визначають як комплексний

інформаційний потік, який спрямовується на все суспільство, він стосується функціонування органів влади, ситуації в країні у цілому, програм розвитку та подальших перспектив.

Це в свою чергу забезпечує функціонування органів влади за допомогою: друку та поширення спеціальних інформаційних бюлетенів, інформаційних збірників, оглядів, експрес-інформації, прес-релізів та ін.; організації брифінгів, “круглих столів”, прес-конференцій, інтерв'ю у засобах масової інформації з представниками керівництва органів влади; виступи представників керівництва органів влади у засобах масової інформації в тематичних рубриках, програмах тощо. Якщо говорити про зворотні зв'язки, то вони розуміються як комплексний інформаційний потік, що виходить з боку громади в цілому, а також організацій та підприємств, навіть засобів масової інформації, в бік органів влади. Він стосується реальних вагомих проблем, які пов'язані з життєдіяльністю міста, регіону, країни, судженням про ситуацію в різних галузях життя суспільства та конкретних дій влади загалом, окремих посадових осіб, а також рівнях їх значущості та доцільності.

Зворотні зв'язки включають в себе наступні елементи: звернення громадян та громадські ініціативи; прямі ефіри на радіо та телебаченні, “гарячі лінії” та відповідні рубрики у засобах масової інформації; моніторинг, аналітичне дослідження та абсорбування важливої для органів місцевого самоврядування інформації у засобах масової інформації та систематичний моніторинг громадської думки.

Прямі і зворотні зв'язки, у свою чергу, є взаємопов'язаними та взаємозалежними, здійснюватися вони повинні у комплексі. При прийнятті управлінських рішень, органи влади повинні враховувати громадську думку, адекватно оцінювати та робити прогнози на реакцію населення в разі зміни ситуації та дій центрального та місцевого керівництва. Варто також відмітити, що в Україні, де тривалий час цілеспрямовано дезінформували населення, досить складним є створення надійних інформаційних основ для поліпшення взаємозв'язків органів влади з суспільством.

Отже, на виконання замовлень одних політичних партій, політиків, представників місцевої влади або бізнесу, журналісти в той же час висловлюються проти інших. Подібними діями поглиблюється недовіра громади до окремих посадовців та влади загалом. За таких обставин органи влади становляться доволі вразливими. Зв'язки з громадськістю роблять вагомий внесок у модернізацію процесу управління суспільно важливими галузями та функціонування органів влади. Варто відзначити той аспект, що інститут зворотних зв'язків з громадськістю вдало виконує роль інструменту для отримання та збереження влади або хоча б певного політичного впливу. Основними елементами зв'язків з громадськістю в органах публічної влади є:

- консультування, котрі проводяться та базуються на основі людської поведінки;
- дослідження громадської думки, а також поглядів та очікувань територіальної громади;
- вироблення вказівок та методичних рекомендацій для реалізації необхідних заходів;
- моніторинг з метою виявлення та усунення небажаних протиріч у сфері життєдіяльності громади;
- домовленості щодо сприяння стабільності та досягнення соціальної справедливості, взаємоповаги між всіма учасниками політичного життя;
- формулювання власних інтересів органів влади та інтересів суспільства, пошук балансу між ними;
- поділ на цільові групи, в інтересах котрих може прийматися те чи інше управлінське рішення;
- заходи опікування найбільш уразливими членами громади [5].

Зв'язки з громадськістю є одним з головних елементів діяльності органів публічного управління. Однак, є достатньо велика вада, оскільки підрозділи, що відповідають за цей процес, потребують певної методології, підготовки кваліфікованих кадрів, практичного досвіду та майстерності застосувати всі

можливі прийоми у своїй практичній діяльності. Зв'язки з громадськістю передбачають налагодження двосторонніх зв'язків для того, щоб було можливо створити спільний комунікативний простір, використовуючи достовірну, компетентну та повну інформацію для досягнення взаєморозуміння. Варто відмітити, що суть сучасного інформаційного і комунікативного простору відображається в рамках масового суспільства, до будь-яких суспільно важливих процесів та проблемних питань може бути залучене усе суспільство. Це обумовлює твердження, що оперативне застосування зв'язків з громадськістю набуває першочергового значення. Саме тому, потрібно систематично проводити моніторинг громадської думки й дослідження настроїв та побажань суспільства, потім повинна проводитись аналітична робота, яка, в свою чергу, виливається у стабільно діючі зв'язки з громадськістю.

В системі державного управління зв'язки з громадськістю виступають в ролі інструменту управлінського впливу, сама ефективність якого напряму залежить від регулярного функціонування підрозділів у зв'язках з громадськістю. Україні потрібно більш детально освоювати методи зв'язків з громадськістю, діяльність, що спрямовується на висвітлення управлінських рішень в системі державного управління. Методи впливу на громадську думку стають дедалі різноманітнішими й витонченими, і тому необхідно більш кваліфіковано підходити до застосування публік рилейшнз на практиці. Необхідно запрошувати більш кваліфікованих спеціалістів із зв'язків з громадськістю для забезпечення постійних консультацій, віднаходити варіанти співпраці з PR-менеджерами, що добре зарекомендували себе у приватному секторі чи під час виборчих кампаній. Недовіра громадськості до органів публічного управління породжуються низкою причин, а саме через технічні, історичні та організаційні причини..

До технічних причин відноситься те, що в органів публічного управління не завжди є можливість пояснити громадянам мету своєї діяльності та причини прийняття певних рішень. Ці причини фактично не дають можливості адекватно інформувати населення виходячи з умов, в яких вони функціонують.

Історичні причини зумовили формування стійкої позиції в громадськості відносно до органів влади загалом, та окремих чиновників зокрема. Недовіра, в свою чергу, стає джерелом протиставлення громадськості відносно цих органів та її працівників.

Організаційні причини недовіри пов'язані з низьким рівнем кваліфікації службовців, відсутністю компетенції у спілкуванні з громадськістю. Серед умов, що сприятимуть покращенню взаємовідносин між державою та суспільством, можна виділити наступні: зменшення адміністративних процедур, мінімізація документообігу, зокрема, необхідного переліку паперів, які повинен подавати окремий громадянин до органів влади усіх рівнів незалежно від їх підпорядкування, використання новітніх технологій для прискорення процедур прийняття управлінських рішень. Як свідчить практика, позитивного результату можна досягти за допомогою особистого спілкування посадових осіб з громадянами, "гарячих ліній", тощо. Щоб відбулися позитивні зміни у зв'язках органів влади з громадськістю, потрібен перехід до розуміння комунікації як інструмента стратегічного менеджменту.

Поліпшення репутації органу публічної влади напряму залежить від посилення переконань серед широкого загалу про легітимність функціонування відповідного органу. Першочерговим є забезпечення постійної підтримки двостороннього зв'язку, що вимагає від органів влади та їх керівників майстерності у зміні стратегії, якщо громадськість відхиляє пануючу політику організації чи не визнає її законність [4]. В основі такої концепції лежить принцип, відповідно до якого суспільство припускає вплив на себе тільки за умови готовності органу публічної влади до діалогу з метою узгодження положень своєї діяльності.

Сьогодні фахівці у зв'язках з громадськістю досить добре використовують свою майстерність: здатність вислухати, здатність спілкуватися з громадою. Основним завданням діяльності органів публічного управління є відтворення внутрішнього та зовнішнього соціально-політичного та психологічного середовища, котрий буде сприятливим для успіху установи,

забезпечення потрібної поведінки даного середовища відносно цієї установи. Головним елементом діяльності у зв'язках з громадськістю можна назвати вплив на громадську думку серед населення та формування позитивного іміджу [6]. Більшість операцій у зв'язках з громадськістю втілюється в життя із трьох базовими завданнями, а саме переконати громадськість поміняти власну думку; створити громадську думку, у випадку якщо вона відсутня та підкріпити думку громадськості або трансформувати наявну думку у більш сприйнятну.

Майстерність формувати вербальні чи мовні комунікації лежить в основі діяльності у зв'язках з громадськістю. В практичній діяльності це формує вміння переконливо говорити та правильно писати: що потрібно, як потрібно, де потрібно, коли потрібно, кому потрібно.

Ефективність інформування громадськості щодо дії органів публічної влади окреслюється наступними вимогами до управлінської інформації:

- повідомлення має бути актуальним та робитися оперативно без великої затримки;
- достовірна інформація дає змогу приймати рішення найбільш ефективно;
- повнота інформації, що ґрунтовно розкриває наявні в суспільстві проблеми;
- управлінська інформація повинна бути доступною для всіх представників громадськості, це потрібно враховувати під час обрання каналів комунікації;
- зрозумілість інформації, її чітке оформлення для вільного сприйняття.

Серед перешкод для підвищення ефективності інформаційної політики можна виділити наступні: брак загальноприйнятої системи зв'язків з громадськістю; відсутність єдиної системи аналітичного забезпечення органів публічної влади; недостатня відкритість та прозорість процесу прийняття управлінських рішень; рідка практика проведення громадських слухань [6].

Пошук згоди між органами влади з одного боку та суспільством чи пересічним громадянином – з іншого, є достатньо складним. Вирішення



проблем, що стоять перед державою можливе лише за умови забезпечення постійної взаємодії та зосередження зусиль органів влади усіх рівнів та суспільства. Основним завданням зв'язків з громадськістю органів публічного управління є створення іміджу ефективного та компетентного керівництва, яке може вирішувати проблемні питання, при цьому не утискаючи законних прав громадян на своєчасний доступ до достовірної інформації [5]. З функціональної точки зору зв'язків з громадськістю є керованим процесом, що має безпосередній вплив на формування громадської думки, тому важливим є правильне використання усіх наявних в органів влади можливостей. Суспільство може справляти як позитивний так і негативний вплив на управлінські процеси, тому воно повинне відчувати намагання можновладців забезпечити максимальну прозорість та відкритість.

**Висновки даного і перспективи подальших досліджень.** На жаль, на сьогоднішній день, зв'язки з громадськістю в Україні ще не стали тією системою взаємозв'язку, яка виконує комунікативні функції взаємодії держави й громадянського суспільства. Світова практика свідчить, що зв'язки з громадськістю – це невід'ємна частина будь-якої сучасної управлінської діяльності.

Можемо стверджувати, що зв'язки із громадськістю у системі публічного управління є надзвичайно важливими, являються важливою і відповідальною сферою діяльності органів державної влади, яка переобдбає різноманітні технології та шляхи реалізації інформаційної взаємодії. Без чесних, відкритих, доброзичливих відносин між адміністративними органами та населенням робота стає дуже продуктивною. Крім того, зв'язки з громадськістю є невід'ємною складовою органу влади і, в першу чергу, спрямовані як на формування і підтримання власного позитивного іміджу, так і усієї системи влади.

#### Література

1. Білоус В.С. Зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз) в економічній діяльності. / В.С. Білоус. – К.:КНЕУ, 2005. – 275 с.

2. PR в органах державної влади та місцевого самоврядування О.В.Бабкіна, В.В.Басалюков, В.М.Бебик та ін.; за заг. ред. В.М.Бебика, С.В.Куніцина. – Мауп, 2003. – 240 с.
3. Барна Н.В. Іміджелогія. Навч. посіб. для дистанційного навчання / Н.В.Барна . – К.:Університет “Україна”, 2007. – 217 с. Н.В.
4. Малиновський В.Я. Державне управління. В.Я.Малиновський. - К.: Атіка, 2003. – 576 с.
5. Толкачов І. Виникнення та становлення прес-служб органів державної влади як основного інструменту здійснення державницького PR / Толкачов // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Політологія, соціологія, філософія. Вип. 11. Ужгород: Говерла, 2009 [Електронний ресурс]. Національна бібліотека України імені В.І.Вернадського. – URL:[http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural:Nvuu PSF. 2009.11. Tolkachov.pdf/](http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Nvuu_PSF.2009.11.Tolkachov.pdf/)
6. Тихомирова С.Б. Зв'язки з громадськістю. С.Б.Тихомирова. К.: НМЦВО, 2001, 560 с.