

УДК 339.138

Зяйлик Марія

Zaylyk Maria

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**РІЗНОПЛАНОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПО НАДАННЮ
КОМУНІКАТИВНИХ ПОСЛУГ В СУСПІЛЬСТВІ
MISCELLANEOUS ACTIVITIES FOR THE PROVISION OF
COMMUNICATIVE SERVICES IN SOCIETY**

Сучасні вчені, які займаються дослідженнями в галузі соціально-суспільних відносин і інтегрованих маркетингових комунікацій, особливо представники західного наукового світу, вважають, що нинішня реклама та PR в недалекому майбутньому зазнають значних змін. Ми можемо побачити, наскільки різнопланова діяльність по наданню комунікативних послуг в суспільстві. Безліч завдань і функцій, складність і невизначеність термінології могли призвести до нерозуміння і помилок в оцінках професійного середовища, пов'язаної з PR. Саме тому існує така велика кількість визначень поняття "зв'язки з громадськістю". Ще в 1975 р американський фонд Foundation for Public Relations Research and Education, провівши дослідження виявив приблизно п'ятсот визначень професійної діяльності зі зв'язків з громадськістю. Одне з них звучить наступним чином: "Паблік рілейшнз (зв'язки з громадськістю) - це особлива функція управління, яка сприяє встановленню і підтримці спілкування, взаєморозуміння і співпраці між організацією і громадськістю, вирішення різних проблем і завдань; допомагає керівництву організації бути поінформованим про думку і вчасно реагувати на нього; визначає і робить особливий наголос на головному завданні керівництва - служити інтересам громадськості; допомагає керівництву бути готовим до будь-яких змін і використовувати їх найбільш ефективно".

У науковому світі існує й інший підхід у визначенні PR-діяльності - компромісний, спирається не на абстрактну морально-етичну гармонію в суспільстві, а на позитивне рішення реальних завдань і задоволення конкретних інтересів.

Суть даного погляду на PR-діяльність полягає в тому, що організація враховує інтереси громадськості для того, щоб і її інтереси при цій дії були сприйняті з розумінням. Таку сутність PR-діяльності пропонувалися Е. Л. Бернейз: "Паблік рілейшнз - це зусилля, спрямовані на те, щоб переконати громадськість змінити свій підхід або свої дії, а також на гармонізацію діяльності організації відповідно з інтересами громадськості і навпаки ". І інше визначення: " В ідеалі - це творча сила, за допомогою якої надається інформація про цікавих людей і події, в результаті чого підвищується інтерес до основних і важливих питань життя, до соціальної, економічної і політичної життя суспільства ". Треба відзначити, що цей підхід у визначенні сутності зв'язків з громадськістю розділяє досить велика кількість учасників професійних PR-комунікацій.

Проведені численні групові та індивідуальні дослідження, викликані еволюцією світових суспільних зв'язків і відносин, змусили світове PR-спільноту знову проаналізувати визначення цього виду діяльності, що було викликано новими трансформаціями цілей і завдань громадських зв'язків. В результаті роботи вчених була підготовлена і представлена доповідь про термінологічні трактування і визначення PR, застосовуваних у провідних країнах Європи. На основі цієї доповіді Генеральна асамблея рекомендувала всім PR-фахівцям, практикуючим на нашому континенті, використовувати наступне визначення: "Паблік рілейшнз - це свідомо організація комунікації. PR - одна з функцій менеджменту. Мета PR — допомагає досягти взаєморозуміння і встановити плідні відносини між організацією та її аудиторіями шляхом двосторонньої комунікації."