

Літовченко В. В.

5 курс, факультет соціології і права,

НТУУ «КПІ»

науковий керівник:

викл. Лазарева С. В.

Зв'язки з громадськістю

як одна з функцій державного управління

Сьогодення характеризується глобальними зрушеннями в інформаційній сфері. Кризові явища у суспільстві та загострення політичного стану в державі супроводжуються загостренням інформаційної війни. Паблік рілейшнз використовує багато методів, що спрямовані на керування громадською думкою, впливом на широкий зріз аудиторії.

Отже, в контексті даних обставин, необхідним є вивчення функціонування паблік рілейшнз як однієї з визначальних функцій державного управління. Можна сказати, що зв'язки з громадськістю – це така функція управління, яка сприяє налагодженню інформаційного обміну та порозумінню між владними структурами та громадськістю. Але чи відповідає це дійсності на практиці?

Формування структури державної системи зв'язків з громадськістю почалось у дев'яностих роках, коли створювалися штаби та структурувалися відділи прес-служб різних державних органів. Сьогодні такі утворення функціонують при Кабінеті Міністрів України, Верховній Раді України, Адміністрації Президента України, а також на рівні міністерств та органів місцевого самоврядування. Всі вони характеризуються різноманітністю, адже мають не тільки різне найменування, а й різний обсяг функцій та повноважень. Звісно, можна відстежити й одну спільну лінію в діяльності таких підрозділів – основною метою їх діяльності є створення позитивного іміджу державних органів влади або окремих її осіб.

Проаналізувавши різні інформаційні державні ресурси, такі як сайти Верховної Ради України, Кабінету міністрів, а також органів місцевого самоврядування (зокрема інформаційний веб-ресурс Київської Міської Державної Адміністрації), можна зробити невтішний висновок про односторонній напрямок

комунікації, адже вони реалізують переважно одну функцію – інформування населення, використовуючи модель publicity. Відсутня спрямованість на реалізацію довгострокових PR – проектів просування державної політики. Переважна більшість інформаційної складової розрахована на одноразовий вплив, який не має значного відголосу у громадській свідомості. Реалізація таких проектів, як персональні сторінки осіб публічної влади також не є досить ефективним кроком, тому що простежується певна відчуженість повідомлень, а також недостатня персоналізація, що, в свою чергу, відбивається негативним чином у свідомості громадськості, адже створюється відчуття «бар'єру» між аудиторією та офіційними особами держави.

Отже, як висновок, можна сказати, що навіть попри деякий курс на осучаснення державної інформаційної політики, все ж залишається велика прогалина у створенні єдиної ефективної політики формування позитивного іміджу органів державної влади та її представницьких осіб. PR, як функція державного управління використовується досить поверхнево, адже не реалізує такі важливі аспекти, як забезпечення двостороннього обміну інформацією з населенням, для збирання та передавання необхідної інформації з метою ефективної співпраці між владними структурами та населенням.

Список використаних джерел:

1. Закон України “Про інформацію” від 02.10.1992 р. № 2657-ХІІ // ВВР України. – 1992. – № 48. – Ст. 650.
2. Королько В. Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика / В. Г. Королько. – 2-е вид., доп. – К. : Скарби, 2001. – 400 с.