DOI: [10.32702/2307-2156-2021.7.31](https://doi.org/10.32702/2307-2156-2021.7.31)

УДК 354:659.4

*О. В. Вакун,
к. е. н., доцент, доцент кафедри управління та адміністрування,
Івано-Франківський навчально-науковий інститут менеджменту Західноукраїнського
національного університету, м. Івано-Франківськ
ORCID ID: 0000-0002-7774-7204
І. В. Семчук,
к. е. н., доцент кафедри економіки, обліку та оподаткування,
Вінницький навчально-науковий інститут економіки
Західноукраїнського національного університету, м. Вінниця
ORCID ID: 0000-0001-9750-0543
О. В. Грабчук,
асистент кафедри права та правоохоронної діяльності,
Державний університет «Житомирська політехніка», м. Житомир
ORCID ID 0000-0001-8066-6547*

PR-СЛУЖБА В СФЕРІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ: ОСНОВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ

*O. Vakun
PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Management and Administration,
IvanoFrankivsk Educational and Scientific Institute of Management
of West Ukrainian National University, Ivano-Frankivsk
I. Semchuk
PhD in Economics, Vinnytsia Educational and Research Institute of Economics
of West Ukrainian National University, Vinnytsia
O. Hrabchuk
Assistant of the Department of Law and Law Enforcement Activities,
State University «Zhytomyr Polytechnic», Zhytomyr*

PR-SERVICE IN THE FIELD OF PUBLIC ADMINISTRATION: THE MAIN DIRECTIONS OF DEVELOPMENT

Враховуючи розвиток сучасних інформаційно-комп'ютерних технологій, відображено зв'язок між прес-службою і PR-службою та обґрунтовано необхідність переходу саме до останньої форми реалізації PR.

В статті розкриті відмінності між PR-службою в державному управлінні та бізнес-структурах (вплив, який здійснює PR-служби; наявність необхідного набору засобів для успішної PR-діяльності; сфери охоплення PR; різноманітні рівні підзвітності та відповідальності; витрати на PR).

Наведено характеристику основних інструментів, які використовує дана служба в своїй діяльності відповідно до вимог сьогодення. Авторами обґрунтована необхідність активного використання сучасних цифрових інструментів при налагодженні в державних органах зв'язків з громадськістю. Правильне використання веб-сайтів, соціальних мереж, месенджерів працівниками PR-служби забезпечить найбільш ефективне спілкування між

громадськістю та державними установами, сприятиме формуванню їх позитивного іміджу.

Without the use of PR-technologies it is impossible to effectively manage any organized form of activity, including the state. The main task of the PR-service in this area is to cover the activities of public services, provide the population with information about important aspects of life, and maintain the successful reputation of public authorities.

The main purpose of the study is to reveal the characteristics of the PR-service in the field of public administration, as well as the tools that it must use in its activities in accordance with the requirements of today.

To achieve this goal, the following methods were used: analysis and synthesis, logical generalization, comparative comparison.

Given the development of modern information and computer technology, the connection between the press service and the PR service is reflected and the need to move to the latest form of PR implementation is justified. The article reveals the differences between the PR service in public administration and business structures (the impact of PR services; the availability of the necessary set of tools for successful PR activities; the scope of PR; various levels of accountability and responsibility; PR costs).

The characteristics of the main tools used by this service in its activities in accordance with the requirements of today are given. The authors substantiate the need for active use of modern digital tools in establishing public relations in public authorities.

The main requirements to be met by the website of a state body for the implementation of the PR task (clear definition of the strategic plan; choice of functional design; creation of pages that would provide communication with the subject; support of filling the pages of the website; language, choice of forms and publications for inclusion on the website with a clear definition of how to download data files, avoid duplication of materials, compliance with legislation, conducting formal evaluations).

Proper use of websites, social networks, messengers by PR staff will ensure the most effective communication between the public and government agencies, will contribute to the formation of their positive image.

Ключові слова: зв'язки з громадськістю; PR-служба; прес-служба; державне управління; соціальні мережі.

Keywords: public relations; PR service; press service; public administration; social networks.

Актуальність дослідження. На сучасному етапі без використання в роботі PR-технологій неможлива ефективність управління будь-якою організованою формою діяльності, зокрема і державної. Від зв'язків з громадськістю залежить ефективність державної політики та соціальна стабільність. Це вимагає приділення належної уваги службам, які забезпечують зв'язки з громадськістю. Висвітлення діяльності державних служб, забезпечення населення інформацією про важливі аспекти життя країни, підтримання успішної репутації органів державної влади, тобто забезпечення узгодження інтересів суспільства та органів державного управління – це основне завдання PR-служби.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Основна мета дослідження полягає в розкритті характеристик PR-служби в сфері державного управління, а також інструментів, які вона повинна використовувати в своїй діяльності відповідно до вимог сьогодення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. Окремі організаційні аспекти здійснення PR розглядалися в працях Е. Кондратьєва, Т. Логвінова, О. Рачинської, С. Пушняк. Питання особливостей діяльності прес-служб в сфері державного управління досліджували Н. Голота, О. Романюк, Т. Пилипко. Проте реформи, які відбувається в нашій країні, активний розвиток інформаційно-комп'ютерних технологій вимагає подальших наукових досліджень щодо функціонування PR-служби в державних органах.

Виклад основного матеріалу. Зв'язки з громадськістю (Public Relations – PR) здійснюються від імені установи або окремої особи з метою створення, захисту або підвищення репутації. Репутація установи або особи також називається їх «іміджем бренду», і роль професіонала в сфері PR полягає у сприянні тому, щоб установа або імідж / репутація бренду розглядалася з позитивної сторони.

PR є відносно новим поняттям для сфери державного управління в Україні. Активне використання PR-інструментів комерційними структурами дозволило закріпити соціальну відповідальність як їх конкурентну перевагу. Зміна умов функціонування закладів вищої освіти, медичних установ зумовила звернення і цих суб'єктів

до PR-інструментів. Для державних структур PR відіграє особливу роль, оскільки якісно розроблена, індивідуальна, високо-професійна програма, стає затребуваною суспільством, що не може не позначитися на створенні сприятливого іміджу влади [3, с. 342]. Проте ще не у всіх органах державної влади створено власні служби зв'язків з громадськістю. Як справедливо зазначає С.А. Пушняк, враховуючи зарубіжний досвід та специфіку діяльності органів державної влади, доцільним є створення в державних органах власних PR-служб [6, с. 107].

Проте станом на сьогодні можемо говорити про створення інформаційних органів – прес-служб. Основна відмінність між ними та PR-службами полягає у тому, що перші займаються донесенням інформації про події та ситуації, які відбулися, а діяльність останніх – спрямована на створення інформаційних приводів. О.А. Рачинська вказує на те, що розвиток Web 2.0 сприяв розвитку нових форм комунікації, що призвело до формування PR 2.0 [7, с. 167]. Таким чином, можемо представити прес-службу як інструмент PR, а PR-службу – як більш просунутий інструмент PR 2.0.

Проте в дослідженнях вітчизняних науковців та в практиці діяльності органів державного управління продовжують фігурувати поняття, пов'язані з прес-службою (прес-секретар; прес-бюро; прес-центр; відділом роботи з пресою тощо). Хоча, насправді, функції деяких з них значно розширені та відповідають PR-службі. Саме тому будемо використовувати результати досліджень науковців і щодо діяльності прес-служб.

Незалежно від того, які функції будуть покладені на працівників PR-служби, яку саме назву буде мати такий структурний відділ, ця служба в сфері державного управління відрізняється від тієї, що функціонує в сфері бізнесу. Переважна більшість вітчизняних та зарубіжних науковців [5; 9] зупиняються на таких відмінностях:

- ресурси;
- цілі;
- відповідальність;
- оточення;
- мотиви.

Проте, незважаючи на достатню кількість досліджень у вказаному напрямі, все одно відсутня однастайність поглядів на вирішення даного питання. Так, Е.В. Кондратьєв [3, с. 342] вказує на наявність в установах необхідного набору засобів, зокрема матеріально-технічної бази, адміністративного і організаційного досвіду проведення будь-яких PR-акцій для успішної PR-діяльності. В той же час О. Романюк [8] наголошує на тому, що державні установи, володіючи чималими інформаційними ресурсами, відчувають недостатність щодо людських, фінансових та технічних. І це твердження є виправданим в сучасних умовах. Незважаючи на реформування державного управління, яке передбачає, зокрема, і посилення технічного забезпечення, і розвиток людських ресурсів, фінансові можливості державних установ є досить обмеженими. А враховуючи чинну процедуру розпорядження грошовими коштами (яка виправдана з точки зору контролю), не завжди можливим є їх оперативне використання.

Ще одна особливість PR-служби у структурах державного управління пов'язана з тим, що PR охоплює всі сфери життєдіяльності суспільства – економічну, правову, політичну діяльність. Причому і рівень охоплення також є вагомим – задіяна значна чисельність населення.

Слід враховувати і той факт, що робота в державних установах (незалежно від того, до якого структурного підрозділу належить працівник) вже сама по собі має відмінності від роботи в комерційних установах. Ці особливості пов'язані фіскальними обмеженнями щодо державних витрат, а також з підзвітністю перед населенням за прийняті рішення та виконані дії.

Підсумовуючи вищевикладене, основні відмінності між PR-службами в органах державного управління та комерційних структур полягають у:

- впливі, який здійснює PR-служби в сфері державного управління на велику чисельність населення. Цей вплив є прямим та досить вагомим; як вже зазначалося, в державних органах набагато ширший інструментарій в частині роботи з населенням;
- наявності в установах необхідного набору засобів (матеріально-технічна база, адміністративний і організаційний досвід проведення будь-яких PR-акцій) для успішної PR-діяльності, історично сформованого досвіду роботи з суспільством і громадськими організаціями;
- сфері охоплення PR. Для комерційних установ вони визначені їх основною діяльністю і, як правило, не є досить широкими. Для державних органів PR охоплює всі сфери життєдіяльності суспільства;
- різноманітні рівні підзвітності та відповідальності. Влада повинна враховувати громадську думку з приводу рішень, що нею приймаються, так само як і звітувати перед людьми про результати своєї роботи [1, с. 31]. Крім звітування PR-служби перед вищими органами в організаційній структурі (що характерно для державних органів та бізнес-одиниць), PR-служби в сфері державного управління несуть відповідальність і в зовнішньому середовищі – перед суспільством;
- витрати на PR в сфері державного управління мають фіскальні обмеження, а для комерційних структур їх розмір визначений плановими значеннями.

Ці особливості визначають і специфіку діяльності PR-служби саме в сфері державного управління. В цілому основні обов'язки зв'язків з громадськістю класифікують на три основні категорії: 1) інформування; 2) реклама та заохочення; 3) пошук співпраці, інтеграція та оптимізація справ [11].

Основні напрями діяльності PR-служб в органах державного управління охоплюють:

- інформування громадськості про діяльність державного органу та зміст прийнятих рішень;
- моніторинг громадської думки;
- взаємодія з територіями;

- аналіз і прогнозування суспільно-політичного процесу;
- інформаційно-просвітницька робота з громадськістю та розвиток громадянської позиції;
- формування позитивного образу державного органу і виду державної служби [2, с. 179];
- організацію та проведення прес-конференцій зі ЗМІ;
- підготовку документів, інформаційних бюлетенів для ЗМІ.

Функціональні особливості PR-служби в системі державного управління визначають її організаційні особливості. Як правило, в її структурі виділяють такі підрозділи, як інформаційно-аналітичний відділ, відділ з інформаційних комунікацій, відділ з роботи з політичними партіями та громадськими установами, організаційно-правовий відділ [4]. Така структура відповідає основному призначенню в частині зв'язків з громадськістю, проте повинна враховувати сучасні технології спілкування з аудиторією, зокрема використання веб-сайтів, соціальних мереж, месенджерів тощо. Використання сучасного арсеналу інструментів піар дозволить PR-службам ефективно вирішувати завдання державних органів.

Інтернет дозволяє швидко поширювати інформацію про різноманітні події в державі. Використання соціальних мереж та месенджерів забезпечують оперативну реакцію на новини та значні масштаби її розповсюдження. Сучасні працівники PR-служб не можуть не враховувати в своїй діяльності дані інструменти. Більше того, вони повинні «...опрацьовувати методики написання текстів, комбінувати різноманітні інформаційні формати для надання максимального ефекту на цільову аудиторію» [7, с. 167].

Вибух у комунікаційних технологіях забезпечує безпрецедентний доступ до інформації про державні установи переважною мірою через їх офіційні веб-сайти, які не тільки дозволяють поширити важливу інформацію про програми та заходи, отримати підтримку зацікавлених сторін, але й певним чином сприяють зменшенню невдоволення громадян. Зараз веб-сайти державних органів надають PR-фахівцям можливість інформувати, навчати та взаємодіяти з цільовою аудиторією способами, які ніколи раніше не розглядались.

Використання Інтернет-технологій дозволяє державним органам розширити можливості звернення до населення, не використовуючи при цьому значних ресурсів, зокрема:

- формувати політику, програми та послуги відповідно до потреб громадян;
- удосконалити послуги електронного уряду для спрощення онлайн-операцій;
- підвищення прозорості уряду шляхом надання доступу до даних та онлайн-документів.

Враховуючи результати досліджень науковців [10, с. 55] та власних спостережень, систематизуємо основні вимоги, яким повинен відповідати веб-сайт державного органу для реалізації основного завдання PR:

- чітке визначення стратегічного плану, враховуючи мінливі організаційні вимоги та вимоги зацікавлених сторін;
- обрання функціонального дизайну, зручного для читачів і простого в користуванні;
- створення сторінок та/або елементів, які б забезпечили зв'язок з суб'єктом (державним органом, установою тощо), надавали інформацію про нього;
- підтримка наповнення сторінок веб-сайту;
- представлення інформації зрозумілою мовою, за можливістю уникаючи аббревіатур;
- вибір форм та публікацій для включення на веб-сайт з чітким визначенням способів завантаження файлів даних;
- уникнення дублювання матеріалів з інших веб-сайтів та за можливістю посилань на відповідні міжвідомчі портали;
- дотримання законодавства, що стосуються веб-вмісту, функціонування та захисту інформації;
- впровадження процесу постійного вдосконалення веб-операцій шляхом проведення формальних оцінок за допомогою онлайн-опитувань та тестування зручності використання.

Таким чином, PR-службам в органах державного управління необхідно не тільки забезпечувати ефективне та результативне управління веб-змісту, а також слід офіційно оцінювати свої веб-сайти. Не менш важливим є забезпечення можливості населенню знаходити необхідну інформацію, шляхом створення веб-сторінок, зручних для пошуку.

Застосування PR-службами комунікацій в соціальних мережах – це сучасна тенденція. В сфері державного управління це дозволяє:

- формувати у населення розуміння питань внутрішньої та зовнішньої політики країни;
- стимулює людей до участі в житті країни;
- розповсюджувати офіційну інформацію звичайними членами суспільства;
- отримувати офіційним органам більше корисної інформації від громадськості, забезпечуючи зворотній зв'язок.

Правильно обрані технології в роботі PR-фахівців дозволять державним установам сформувати позитивний імідж, а також створюють підґрунтя для позитивного ставлення населення до діяльності державних органів в цілому.

Висновки. На сучасному етапі в державних установах PR здійснюється переважно через прес-служби, які є початковим кроком в становленні PR-служб. Основна відмінність між ними полягає у тому, прес-служби займаються донесенням інформації про події та ситуації, які відбулися, а діяльність PR-служб – спрямована на створення інформаційних приводів.

Науковці неодноразово наголошують на відмінностях між PR-службами у структурах державного управління від комерційних структур, які систематизовано у такий перелік: вплив, який здійснює PR-служби; наявність необхідного набору засобів для успішної PR-діяльності; сфери охоплення PR; різноманітні рівні підзвітності та відповідальності; витрати на PR. Розкриті особливості використання сучасних цифрових

технологій (використання веб-сайтів, соціальних мереж, месенджерів) в роботі державних установ та їх подальше впровадження сприятиме розвитку PR-служби як більш просунутий інструменту PR.

Список літератури.

1. Голота Н.П. Особливості роботи прес-служби в державних органах: історія та сучасність. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія Право. 2018. Випуск 49. Том 2. С. 29-31
2. Государственное управление: основы теории и организации / Под ред. В.А.Козбаненко. М.: Статус, 2011. 379 с
3. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью: учебное пособие для высшей школы. М.: Академический Проект, 2012. 352 с.
4. Логвинова Т.В. Связи с общественностью в системе государственного управления. Ученые записки Тамбовского отделения РoCMY. 2015. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/svyazi-s-obschestvennostyu-v-sisteme-gosudarstvennogo-upravleniya-2>
5. Пилипко Т. Особливості діяльності прес-служби в органах державної виконавчої влади. ЛОГОΣ. ОНЛАЙН. 2019. <https://doi.org/10.36074/2663-4139.04.01>.
6. Пушняк С.А. Основні підходи до визначення поняття публік рілейшнз в системі державного управління. Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія»]. Серія: Державне управління. 2015. Т. 254, Вип. 242. С. 104-109. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdu_2015_254_242_19.
7. Рачинська О.А. Механізми реалізації комунікативної взаємодії у сфері публічного управління: Дис... на здобуття наук. ст. канд. наук з держ. управл. за спец 25.00.02 «механізми державного управління» (25 – державне управління). Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України, Київ, 2019.
8. Романюк О. Особливості прес-служб державних установ в Україні. URL: <https://naub.oa.edu.ua/2015/>
9. Татаринова Г.Н. Современная пресс-служба. Омск, 2007. 79 с.
10. Byars N. Government Websites. The practice of government public relations / Edited by Mordecai Lee, Grant Neeley, Kendra Stewart. URL: <https://andrerahman.staff.uns.ac.id/files/2015/10/ASPA-Series-in-Public-Administration-and-Public-Policy-Mordecai-Lee-Grant-Neeley-Kendra-Stewart-The-Practice-of-Government-Public-Relations-CRC-Press-2011.pdf>
11. Shahram G., Taleghani M., Mohammad M.E. The role of public relations in organization. Arabian Journal of Business and Management Review (Nigerian Chapter). 2013. Vol. 1, № 10, pp. 47-51, DOI: 10.12816/0003699

References.

1. Holota, N.P. (2018), "Features of the press service in government agencies: history and modernity", *Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu. Serii Pravo*. vol. 49, issue 2, pp. 29-31
2. Kozbanenko, V.A. (2011), *Gosudarstvennoe upravlenie: osnovy teorii i organizatsii* [Public administration: fundamentals of theory and organization], Status, Moscow, Russia.
3. Kondrat'ev, Je.V. (2012), *Svjazi s obshhestvennost'ju* [Public Relations], Akademicheskij Proekt, Moscow, Russia.
4. Logvinova, T.V. (2015), "Svjazi s obshhestvennost'ju v sisteme gosudarstvennogo upravleniya". *Uchenye zapiski Tambovskogo otdeleniya RoSMU*, vol. 4, available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/svyazi-s-obschestvennostyu-v-sisteme-gosudarstvennogo-upravleniya-2> (Accessed 4 June 2021)
5. Pylypko, T. (2019), "Features of the press service in the state executive authorities", *ΛΟΓΟΣ. ONLAIN*, available at: <https://doi.org/10.36074/2663-4139.04.01> (Accessed 4 June 2021)
6. Pushniak, S.A. (2015), "Basic approaches to defining the concept of public relations in the system of public administration", *Naukovi pratsi. Serii: Derzhavne upravlinnia*. vol. 254, issue 242, pp. 104-109, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdu_2015_254_242_19 (Accessed 8 June 2021)
7. Rachynska, O.A. (2019), "Mechanisms of realization of communicative interaction in the field of public administration", Abstract of Ph.D. dissertation, Mechanisms of public administration, Institute of Personnel Training of the State Employment Service of Ukraine, Kyiv, Ukraine
8. Romaniuk, O. (2015), "Features of press services of state institutions in Ukraine", available at: <https://naub.oa.edu.ua/2015/> (Accessed 8 June 2021)
9. Tatarinova, G.N. (2007), *Sovremennaja press-sluzhba* [Modern press service]. Omsk, Russia.
10. Byars, N. (2015), *Government Websites. The practice of government public relations*, available at: <https://andrerahman.staff.uns.ac.id/files/2015/10/ASPA-Series-in-Public-Administration-and-Public-Policy-Mordecai-Lee-Grant-Neeley-Kendra-Stewart-The-Practice-of-Government-Public-Relations-CRC-Press-2011.pdf> (Accessed 8 June 2021)
11. Shahram, G., Taleghani, M. and Mohammad, M.E. (2013), "The role of public relations in organization", *Arabian Journal of Business and Management Review (Nigerian Chapter)*, vol. 1, issue 10, pp. 47-51, DOI: 10.12816/0003699

Стаття надійшла до редакції 09.07.2021 р.