

СПЕЦИФІКА ФУНКЦІОНУВАННЯ «ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ» В КОНТЕКСТІ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДИНАМІКИ

Розвиток ринкових відносин з активним впровадженням інноваційних процесів спонукає підприємства різних сфер діяльності до формування сприятливого іміджу з точки зору громадськості, яка включає в себе не тільки пересічних громадян, але і представників органів державної і місцевої влади, конкурентів, партнерів, співробітників тощо.

Необхідність створення позитивного іміджу, на сьогодні, мають в першу чергу заклади соціально-культурної сфери, адже саме ця галузь має формувати новий світогляд сучасної людини, розвивати естетичний і культурний смак населення, впроваджувати нові культурницькі течії, сприяти виходу із кризової ситуації сьогодення, яка розповсюджується на всі галузі суспільного життя. Враховуючи глобалізацію суспільства та прогрес, який відбувається в усіх сферах суспільного життя, ПР-діяльність посідає перше місце в організації роботи підприємств соціально-культурної сфери.

За посередництва використання ПР-технологій відбувається інформування всіх прошарків населення про заходи, що проводяться, події, які відбуваються в соціально-культурному житті суспільства. ПР-діяльність організацій соціально-культурної сфери – це соціальна необхідність, що спрямована на подолання недовіри, неухважності, а інколи і прямої ворожнечі, характерних для масової свідомості. При впровадженні «паблік рілейшнз» в соціокультурних закладах, варто спиратися на досвід попередників, як сприяли розбудові сфери культури.

Паблік рілейшнз складається з цілого ланцюга методичних та методологічних засобів, які впливають на індивідуальну, колективну, масову свідомість і поведінку. Фахівці які працюють в галузі використання «паблік рілейшнз» визнають, що ПР-діяльність спрямована на досягнення соціального взаєморозуміння, соціальної довіри і співробітництва. Отже ми бачимо, що ПР стимулює розвиток громадянського суспільства і його інститутів. Література, що була розглянута в ході нашого дослідження, також дає нам змогу дійти висновку, що використання «паблік рілейшнз» певним чином сприяє соціокультурній динаміці: від того яку інформацію отримує суспільство залежить прогрес чи регрес культурного життя суспільства.

Отже, ми потребували вивчення в першу чергу ключових понять, що ж таке «Паблік рілейшнз» і що таке соціально-культурна динаміка? Змогу, певною мірою відповісти на це питання, нам дали такі автори: Алешина І. «Паблік рілейшнз для менеджерів»; Берегова О. «Культура та комунікація: дискурси культуротворення в Україні XXI ст.»; Білоус В. «Зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз в економічній діяльності)»; Блек С. «Паблік рілейшнз. Что это?»; Королько С. «Основи паблік рілейшнз»; Моисеев В. «Паблік рілейшнз – средство социальной коммуникации (теория и прак-

тика»); Почепцов Г. «Паблік рилейшнз для професіоналов»; Романенко Г., Шейко В. «Еволюція художніх і літературних об'єднань України: історико-культурологічний вимір».

Наприклад, робота Сорокіна П. «Соціокультурная динамика // Человечество. Цивилизация. Общество» демонструє нам певний вихід із культурної кризи. Завдяки інтеграційним процесам Сходу і Заходу ми маємо отримати модель орієнтовану на творчо-інтегруюче сприйняття реальності і просочену тим, що Сорокін називає «містичною енергією любові».

Основною проблемою нашого дослідження є виявлення, серед значної кількості визначень, поняття «Public Relations», яке має характеристики найбільш притаманні його використанню в соціокультурній сфері. Незважаючи на велику кількість досліджень цього питання, досі виявляється не визначенням вплив використання ПР-технологій на соціокультурні зміни життя та на цілеспрямовану діяльність закладів соціально-культурної сфери, які в свою чергу мають бути інструментом формування культурної і естетичної свідомості суспільства.

Мета статті - проаналізувати логіку поняття «паблік рилейшнз» та дослідити найбільш влучне його визначення в контексті соціокультурного розвитку нашого суспільства.

Проблема визначення поняття «паблік рилейшнз» досить складна і не тільки тому, що: по-перше, існує багато підходів та тлумачень цього феномену; по-друге - розглядається досить часто як інформаційний вплив на громадськість для досягнення певної мети; але і тому що на пострадянському просторі і безпосередньо в нашій державі не існує певного стандарту використання терміну, це може бути і «паблік рилейшнз», і ПР, і зв'язки з громадськістю тощо. Також певною вадою для кришталевого визначення, є своєрідне ототожнювання ПР з рекламою, заходами по просування товарної продукції, а це не зовсім вірно.

Звичайно все вищевказане можна наблизити до технологій «паблік рилейшнз», але першочерговим його завданням є цілеспрямований вплив на громадську думку, формування і просування позитивного образу тієї чи іншої організаційної структури в суспільстві. Застосування PR передбачає такий спосіб надання населенню інформації, який повинен показати соціально значення дій певного суб'єкта діяльності тієї чи іншої сфери господарювання, підкреслити значущість самих дій, організації, лідерів в очах громадськості, привернути до них увагу суспільства. Крім того, «зв'язки з громадськістю» можуть здійснюватись не тільки за допомогою ЗМІ, але й мати характер індивідуальних контактів. Але ж на жаль, в сучасному українському дискурсі категорії Public Relations і «робота зі ЗМІ» набувають однакового змісту.

Зв'язки з громадськістю - явище набагато глибше і ширше, ніж структури та відділи, що функціонують в окремих організаціях і установах, або самостійні консультативні ПР-агенції, до послуг яких звертаються клієнти різних галузей економіки. Теоретики та практики, що працюють в складній системі зв'язків з громадськістю постійно підкреслюють, що вона є наукою і мистецтвом формування громадської думки в бажаному напрямі. Третє видання міжнародного Вебстерського тлумачного словника визначає паблік рилейшнз як «науку і мистецтво налагодження взаємного розуміння і доброзичливості між особою, фірмою або установою і громадськістю».

Спочатку, під ПР розуміли - спеціалізовану діяльність відповідних підрозділів державних, корпоративних, політичних, громадських, економічних та інших структур, що спрямовані на посилення відкритості, взаємної інформованості і створення ілюзії взаємозалежності між структурами, яке проводиться ПР, і суспільством, населенням, групами населення. С. Блек писав, що ПР - це «планові і довготривалі зусилля, які спрямовані на створення і підтримку добрих відносин і взаєморозуміння між організацією і суспільством, яке будеться а максимально повній інформованості». На його думку, «це мистецтво і наука досягнення гармонії шляхом налагодження довіри, заснованого на правді і повній поінформованості» [4, с.4-17].

Ще одним з первинних тлумачень робити по зв'язках з громадськістю є визначення відомого дослідника Рекса Харлоу, який зібрав понад 470 тлумачень поняття зв'язків із громадськістю перед тим, як створити власне визначення, що складається із 87 слів. Він писав: «Паблік рилейшнз - це одна із функцій управління, яка сприяє встановленню і підтриманню спілкування, взаєморозуміння, співробітництва між організацією і суспільством». В рамках цих традицій загальне розуміння існування «паблік рилейшнз» ніби давно зрозуміле. Вважається, що ПР «допомагає комплексному, плюралістичному суспільству ухвалювати рішення і функціонувати більш ефективно шляхом досягнення взаємного порозуміння між групами і установами» [8, с. 67].

Учасники Всесвітньої асамблеї асоціацій Public Relations, у 1978 році підкреслили: «Практика ПР - це мистецтво і соціальна наука з аналізу спрямованості, передбачає наслідки, консультує лідерів організації і проведення запланованих програм дій, які слугують як інтересам організації, так і суспільним інтересам».

У нашій державі, яка до певного часу входила до складу Радянського Союзу, ПР потрапив у свого роду «капкан часу». Зіткнувшись із сучасними задачами і виконуючи, певною мірою, функції маніпуляції населенням, він змушений спиратись на застарілу теоретичну базу. Справа в тому, що перекладені, видані і переписані у нас книги відображають вчорашній день західного PR. Ось чому і здаються нам трохи дивними розповіді про «високі задачі піару» на фоні вітчизняних політичних кампаній, які досить часто користуються не достатньо чесними методами боротьби.

Спираючись на досвід іноземних фахівців з «паблік рилейшнз» наші діячі цієї галузі мають власний погляд на визначення цього поняття, так наприклад В. Моїсєєв, трактує визначення ПР так: «це такий різновид соціально-технологічного менеджменту, в якому на основі точної та повної інформації, отриманої за результатами аналізу тенденцій політичного, соціально-економічного розвитку (країни, регіону, або окремих галузей, підприємств), і додержання загальноновизначених етичних норм та суспільних інтересів планомірно й безперервно здійснюється комплекс заходів спрямованих на досягнення взаємної довіри, гармонійних і взаємокорисних відносин між фірмою і суспільством (його окремими групами), між ними і владою» [1, с. 460].

Спираючись на сучасну теорію комунікації В. Королько в своїй роботі «Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика» певною мірою погоджується з Р. Харлоу, він пише: «Паблік рилейшнз - це функція управління, покликана оцінювати ставлення публіки, ідентифікувати політику і дії

приватної особи або організації стосовно до громадських інтересів і виконану програму діяльності, спрямовану на досягнення розуміння і сприйняття її масами» [10, с.120].

На нашу думку більш близько до надання «паблік рілейшнз» саме соціокультурного контексту підійшов російський теоретик Є. Блажнов. Хоча він і не наполягає на саме культурницькому аспекті свого визначення. Він пропонує розглядати ПР як структуру суспільних відносин, що тісно пов'язана з особливостями формування і функціонування громадської думки, з механізмом публісیتی, популярності, привабливості конкретних особистостей у зв'язку з їх діяльністю: громадсько-політичною, виробничою, комерційною, в галузі культури в тому числі масової культури.

Підсумуємо і спробуємо зробити власне визначення найбільш адаптоване до соціокультурної сфери. Застосування «паблік рілейшнз» в закладах культури – це певний ланцюжок дій спрямованих на завоювання підтримки та розуміння, а також формування точки зору й поведінки, що впливають на оточуючих. Це заплановані й тривалі зусилля, спрямовані на встановлення й підтримку гарних відносин між організацією та бажаною аудиторією, які має забезпечити всебічна комунікація, адже саме на ній ґрунтується весь процес ефективної роботи закладів соціально-культурної сфери.

У процесі дослідження нашої теми ми нашоуємося на необхідність розглянути ще одне важливе поняття: «Соціокультурна динаміка» – це трансформаційні процеси всередині культури й у взаємодіях культур, що мають певну специфічну цілісність, закономірність та підпорядкованість провідним тенденціям розвитку; це відображення здатності складних соціальних інституцій адаптуватись до мінливих зовнішніх і внутрішніх умов існування [14, с. 79].

Елементи культури, що перебувають у стійкій рівновазі, закріплюються в культурній традиції. Накопичення протиріч у культурній системі призводить до її розбалансування і створення кризової ситуації, яка знаходить своє вирішення в оновленні культурного досвіду, в культурних інноваціях. Динаміка культури може носити як прогресивний так і регресивний характер, прогресуючи, вона збагачує ціннісні смисли культури, а регресуючи – спрощують культурне життя суспільства і призводить до культурної кризи. Особливим станом культури є її застій, як стан довготривалої стагнації культурних цінностей. На нашу думку саме такий процес відбувається в суспільстві України сьогодні. Це важлива і складна тема, яка потребує більш детального розгляду, але поглиблене її вивчення – це завдання нашого наступного дослідження.

Виявити стан соціокультурної динаміки в нашій державі – завдання не просте. Його вирішення потребує поглибленого дослідження типів соціокультурної динаміки з метою розробки послідовних дій для виправлення ситуації (в разі необхідності), або (у разі сприятливої ситуації) її усталювання. Для цього розглянемо культурну динаміку, яка описується трьома основними типами взаємодії: фазовою або етапною; циклічною і інверсійною. Найбільш проста концепція культурного розвитку – традиційна теорія лінійного прогресу, тобто цілеспрямованого поступального руху культурних форм, що характеризується еволюцією та удосконаленням суспільства, окремої людини, а також результатів її матеріальної і духовної діяльності. Цей тип культурної динаміки отримав назву фазового, або етапного.

Лінійна або циклічна модель культурної динаміки ґрунтується в першу чергу на змінах у способі виробництва. Відповідно до цих змін виділялися і основні періоди лінійного розвитку світової культури, які породжували відповідні типи культури: первісну, рабовласницьку, феодальну, буржуазну і соціалістичну. Як передбачалося, зміна характеру виробництва тягне за собою і зміну суспільного устрою, а разом з ним і культури.

Інверсійна модель культурної динаміки розглядається як окремий випадок циклічних змін. Інверсія описує зміни, які рухаються не по колу, а здійснюють маятникові рухи - від одного полюса культурних значень до іншого і назад. Такий тип динаміки виникає у суспільствах, де не склалося стійке культурне ядро, або міцна структура. Тому ослаблення авторитарного стилю керівництва країною (регіоном) і поширення певних обмежень може приводити до розпусу звичаїв, розгулу пристрастей і чуттєвості. Чим нижчий рівень стабільності суспільства і чим слабкіше налагоджені відносини між його різними компонентами, тим більшого розмаху набувають повороти в його духовному і політичному житті. Інверсійна хвиля може охоплювати найрізноманітніші періоди - від декількох років до декількох століть. Інверсійний характер мали зміни культури в різні часи і в різних суспільствах. У вітчизняній історії на певному етапі такий характер мав перехід від язичництва до монотеїзму, що супроводжувався знищенням попередніх культів, від релігії до атеїзму, що призвів до руйнування колишніх святинь, огульної критики релігії і розправ зі священниками, від культурної ізоляції до інтенсивного наслідування західних зразків, від державно-партійного тоталітаризму до плюралізму як прямо протилежних моделей політичного і культурного життя.

Вищенаведене дає нам змогу зробити висновок про складність і невизначеність процесів соціокультурної динаміки, яка провокує появу нових різноманітних підходів до її вивчення. Сучасний методологічний плюралізм і міждисциплінарна інтеграція вимагає визнання значимості лінійних змін у соціокультурній динаміці, циклічних, маятникових і хвилових процесів, можливості поступового руху і культурних вибухів. Усі зазначені підходи є однаково ймовірними і взаємодоповнюючими, які лише в їх тісній і розвинутій взаємодії розкривають сутність процесів динаміки культури.

Розглядаючи соціокультурну динаміку, згадаємо видатного філософа, соціолога сучасності – П. Сорокіна. Сутність його теорії соціокультурної динаміки полягає в певному русі історії у вигляді циклів. Основний механізм випадкових коливань культурних типів ґрунтується на фундаментальному принципі стильової своєрідності. Філософ розглядає поняття стилю, як світоглядний метод створення певних цінностей, від яких залежить будова і розташування культурного типу. Коли творчі сили культури вичерпано і всі її можливості реалізовано, вона переходить у нову форму. Неповторна в деталях, нова ціннісна якість культури в основі своїй незмінно використовує історичний досвід минулого. Сучасна цивілізація переживає, на думку П. Сорокіна, кризу, яка свідчить про розпад чуттєвого культурного типу, заснованого на матеріальному світогляді, і його трансформацію до нової ідеальної культурної якості. Суспільство ніби переживає катарсис – очищення від гріхів і вад. У цьому переживанні відбувається самопросування суспільства до нової культурної форми.

Аналіз соціокультурної динаміки демонструє те, що культура має розвиватися на міцному і стабільному соціальному фундаменті. Головна запорука сприятливого існування соціуму – це наявність системи головних цінностей і відповідних норм поведінки. Коли їхня єдність, засвоєння і гармонія слабшають, зростає небезпека міжнародної та громадянської війни, кризи усіх сфер суспільства. Основні цінності різних частин соціуму мусять бути гармонійними з цією системою та між собою. Коли суспільство базується на принципах плюралізму і демократії, тоді системи цінностей різних соціальних угруповань сумісні одна з одною, але ж немає необхідності у їхній схожості, злитості або тотожності. Неможливо привести до єдності всі релігійні, моральні та юридичні норми, естетичні цінності або економічні і політичні організації народів різних культур. Але можна їх зробити сумісними шляхом узагальнення основних норм поведінки та плюралістичного сприйняття іншого буття.

Саме тут важливу роль відіграє інформаційна функція культури, яку можна розглядати як ІР-технологію. Саме вона дає людству й суспільству відповідну інформацію. Культура є засобом, що виробляє інформацію. Разом з цим вона також є пристроєм, що запам'ятовує цю інформацію. Інформування громадськості щодо етичних цінностей та норм поведінки, привиття естетичного смаку, обумовлює певні зміни, в першу чергу в людині (під дією інформації), а потім (циклічно) в культурі, яку формує вже нова освідчена людина. Зміни – невід'ємна властивість культури.

Ознакою сьогодення є брак впевненості, тому дуже важливу роль відіграє здатність людини жити з невідомим та вміння пристосуватися до змін, прийняти ці зміни, не пошкоджуючи своєї власної особистості. Характерною ознакою суспільства ХХІ ст. стає дискурсивна (комунікативна) етика, яка будується на сприйнятті абсолюту іншої людини як істини, як "вартісної людини". Витвір нового способу мислення ґрунтується на усвідомленні цінності та сили власного Я. На наш погляд, ідеї загальнолюдських цінностей дуже важливі для аналізу нашого безпосереднього сьогодення та майбутнього, до якого ми маємо прийти завдяки третій історичній революції.

Ми повинні визнати, що в епоху інформаційного устрою суспільства, культура і комунікація неподільно пов'язані одна з одною. Інформативній стороні комунікації сьогодні приділяється величезне значення. Щороку інформація в світі подвоюється і потроюється, з'являються нові інформаційні канали, серед яких особливе місце займає комп'ютерна мережа Інтернет, що обплутала невидимими нитками всю землю куло. Сьогодні по Інтернету люди різних країн і континентів спілкуються письмово і візуально, проводяться наукові конференції. Завдяки Інтернету можна ввійти в будь-яку бібліотеку, прочитати будь-яку газету і довідатися останні новини.

Соціологи трактують термін «комунікація», як процес передачі соціальної інформації, про яку ми говорили в попередньому абзаці. Комунікація сприяє повноцінному функціонуванню культури, формуванню і збагаченню її змісту. У свою чергу, культура може розглядатися як механізм створення, збереження й ефективного розповсюдження соціально значимої інформації, процес акумуляції соціального досвіду. Культура здатна розшифровувати знаки і коди представників інших культур, визначати й фіксувати цінності, транслювати від покоління до покоління духовні і матеріальні багатства, накопичені протягом історичного розвитку людства, а також сприяти станов-

ленню зворотного зв'язку в складній багатоканальній комунікативній системі «світ – людина».

Отже, ми повернулися до певної циклічності процесу комунікації в культурі, а саме – комунікація забезпечує повноцінне функціонування культури, а культура в свою чергу сприяє створенню інформації на якій ґрунтується комунікаційний процес.

Пригадаємо, що в нашому трактуванні «паблік рілейшнз», комунікація відіграє першочергову роль, і саме завдяки їй заклади культури можуть ефективно функціонувати. Комунікація виконує дуже важливі функції в суспільному житті, створюючи умови для забезпечення роботи не тільки інформаційної сфери, це своєрідна кровоносна система суспільства, без якої функціонування економічної, соціальної, політичної та духовної сфер суспільства не можливе.

Віддаючи належне міжособистісній та груповій комунікації, надамо перевагу масовим комунікаціям – а саме процесу обробки інформації, її передаванню за допомогою преси, радіо, телебачення, а також спілкування людей як членів "маси", яке здійснюється за допомогою технічних засобів комунікації (телефону, Інтернету тощо).

Глобальна світова культура розвивається завдяки надскладним системам комунікацій, сучасним медіа-технологіям. Ця організаційно-технологічна основа глобального світу, з одного боку, сприяє єднанню людей, народів, з другого боку, нівелює їхні етнічні, політичні, культурні особливості. Але цей процес глобалізації є незворотним. Країна, яка спеціально буде стримувати себе у входженні у цей глобальний світ, сама ж себе і загубить у ньому, оскільки примусово буде поглинута глобальною інформаційною системою.

Висновки. Розвиток культури прямо пропорційно залежить від створеної і розповсюдженої інформації, яка впливає не тільки на свідомість громадськості, але і на її підсвідомість, формуючи певну думку, наштовхуючи на прийняття тих чи інших рішень. В цьому прагненні культурного розвитку основними мають стати соціокультурні заклади, які націлені на виховання моральних та етичних цінностей, естетичного смаку і взагалі людини нової просвітленої формції.

Сьогодення певним чином демонструє нам боротьбу етичної, естетичної інформації зі стагнаційними процесами в культурі. На нашу думку, сьогодні відбувається стагнація із-за недорозвинутості використання ІР-технологій, серед яких найголовнішою є комунікація. Звичайно не можна принижувати роль державних структур, діяльність яких має бути спрямована на стимулювання розвитку закладів соціально-культурної сфери, а також має сприяти пропаганді моральних норм тощо. Але в сучасному світі інформування громадськості відбувається переважно за допомогою засобів масової інформації, Інтернет-технологій (блогів, порталів, форумів, директмейлів, Інтернет-конференцій тощо), проводячи громадські збори, тематичні зустрічі, заходи профільної галузі.

Соціокультурна динаміка нашого часу поставила перед суспільством важливе завдання: формування особистості нового типу, здатної жити і творити з новому інформаційному та постінформаційному суспільстві ХХІ століття. Це також означає, що успішне входження людини в гіперінтенсивний комунікаційний простір сучасності та її повноцінна самореалізація немож-

ливі без освіти, науки, культури, пропаганда і просування яких мають забезпечувати соціальний розвиток як окремої особистості, так і суспільства в цілому, відповідно до норм та ідеалів нової соціокультурної системи. Культурні інституції, використовуючи засоби «паблік рілейшнз» а особливо його комунікативні технології, мають відіграти провідну роль у глибокому укоріненні в суспільній свідомості гуманістичних цінностей, високої моралі, національної самосвідомості та патріотизму, в формуванні суспільної злагоди тощо. Крім того, як специфічний спосіб людської діяльності з багатьма складовими, культура, впорядковуючи світ і людські відносини завдяки інформаційно-кумулятивній властивості, сприяє єднанню нації.

Перспективи. Подальші дослідження спрямовані на обрання тих ПР-технологій, які мають слугувати розвитку та ефективній роботі закладів соціально-культурної сфери.

Література

1. Алешина И. В. Паблік рілейшнз для менеджеров и маркетеров / И. В. Алешина. – М. : Ассоциация авторов и издателей "Тандем", 1997. – 255 с.
2. Берегова О. Культура та комунікація: дискурси культуротворення в Україні ХХІ столітті. / О. Берегова. – К.: Інститут культурології АМУ, 2009 – 184 с.
3. Блэк Сэм. Паблік рілейшнз. Что это такое? / Сэм Блэк. – М.: СП АСЭС, 1990. – 270 с.
4. Бочаров М. История Паблік Рілейшнз: нравы, бизнес, наука / М. Бочаров // М.: «РИП-холдинг», – 184 с.
5. Катлип С. Паблік рілейшнз. Теория и практика / С. Катлип, А. Сентер, Г. Брум. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 375 с.
6. Королько В. Основы паблік рілейшнз / В. Королько. – М.: Рефл-бук, Ваклер, 2000. – 528 с.
7. Моисеев В. Паблік рілейшнз – средство социальной коммуникации (теория и практика). /В. Моисеев – К.: Дакор, 2002. – 506 с.
8. Почепцов Г. Паблік рілейшнз для профессионалов / Г. Почепцов. – М.: Ваклер, 1999. – 622 с.
9. Сорокин П. Общедоступный учебник социологии. Статьи разных лет. / П. Сорокин. – М.: Наука, 1994. – 248 с.
10. Трунов А. Технологии «паблік рілейшнз» в трансформирующейся цивилизации модерна / А.Трунов, Е. Чернишова. – СПб.: Алтейя, 2007. – 264 с.
11. Чумиков А. Связь с общественностью: теория и практика: учебник / А.Чумиков, М.Бочаров. – М.: Дело АНХ 2010. – 560 с.
12. Шейко В. Культура та цивілізація в історико-культурній думці України в добу глобалізації. / В. Шейко, М. Александрова. – К.: Ін-т культурології АМУ, 2009. – 312 с.