**Лекція 7**

***Тема 7. Історія виникнення та сучасний етап розвитку теорії зв’язків з громадськістю.***

1. Соціальні, економічні та політичні причини виникнення та розвитку теорії зв'язків з громадськістю.
2. Виокремлення теорії зв’язків з громадськістю в системі наук про соціальні комунікації.
3. Історичні корені PR.
4. Етапи становлення теорії PR в Україні.

Виокремлення теорії зв’язків з громадськістю в системі наук про соціальні комунікації детермінується об’єктивними процесами, що постійно відбуваються в розвитку сучасного соціуму. Ці процеси знаходять своє відображення в системі знань суспільних наук, а їх сутність полягає в безперервному прирості знань, їх інтеграції та диференціації, а також у взаємодії цих тенденцій. Виникнення і становлення зв’язків з громадськістю як наукової галузі стало інтегральним результатом цих процесів.

В Україні науковий дискурс зв’язків з громадськістю як окремий предметний напрям у системі наукових дисциплін соціальнокомунікаційної спрямованості почав своє формування у 90-х рр. минулого століття, коли Україна стала на шлях оновлення демократичного розвитку і з’явилася можливість активного впровадження громадських зв’язків.

Найважливішими причинами та умовами розвитку PR-практики та наукового знання про PR в різних країнах світу в кінці ХХ-го – на початку ХХІ століть слід вважати:

– втрату суспільством стійкої структури і перетворення його в “пульсуючу агломерацію” різних соціальних об’єднань з постійно мінливими кордонами, що зажадало подальшого вдосконалення вже наявних ресурсів соціального управління і конструювання нових, що володіють особливою гнучкістю;

– “комунікативний переворот” в науці і філософії, що намітився з середини ХХ-го століття і завдяки якому через призму комунікації стало розглядатися не тільки соціальне управління, але і вся соціальність в цілому;

– трансформацію домінуючого типу капіталу, який представляє собою складну констеляцію інтелектуальних ресурсів, престижу, публічного впливу, репутації, популярності, що забезпечує високу конкурентоспроможність індивідуального і колективного суб’єкта у всіх сферах життєдіяльності суспільства – політиці, економіці, культурі та ін;

– еволюцію засобів масової комунікації, що дозволяють здійснювати глобальне управління процесом комунікації в режимі реального часу, понад усіма державними кордонами, формувати не лише корпоративну, але і національну або транснаціональну громадську думку;

– появу масиву загальнонаукових та спеціально-наукових концепцій, що стосуються проблем соціального управління за допомогою комунікативних технологій, а також проблем конструювання соціальної реальності, що з’явилися в ХХ-му столітті;

– трансформацію інформаційних процесів під впливом глобалізації і формування інформаційного суспільства;

– зміну соціального і політичного середовища посткомуністичних країн і появу “нових демократій”. Цей процес став вирішальним для формування та розвитку PR-шкіл, насамперед в тих пострадянських країнах, де був певний досвід наукового аналізу комунікаційних процесів та їх ролі у суспільстві. Тому До наукового простору України сфера прикладних соціальнокомунікаційних процесів і ситуацій потрапила лише у 90-х рр. ХХ ст. з об’єктивних причин, в той час як в провідних країнах світу досліджувалася упродовж багатьох десятиріч;

– збільшення потенціалу теоретичних знань в галузі соціальних наук та підвищення їх праксеологічного рівня. Цей визначальний процес ми пов’язуємо із виникненням в зазначений референтний період суперечності між, з одного боку, обсягом теоретичних знань про сутність PR, які були накопичені як зарубіжними, так і вітчизняною науковими школами, і, з іншого боку, ускладненням процесів їх прогнозування та верифікації. Внаслідок цього виникла потреба в соціальнокомунікаційному дискурсі досліджень взаємодії соціальних суб’єктів системи суспільного устрою. Одночасно відбулося і зростання практичної складової науки про зв’язки з громадськістю, оскільки нові соціально-економічні й політичні реалії вимагали їх адекватного та оперативного комунікаційного супроводу.

Отже, до основних чинників, що складалися поступово і визначили появу науки про зв’язки з громадськістю в Україні, ми зараховуємо:

* по-перше, процес наукового пізнання світу й суспільства;
* по-друге, постійні пошуки пізнання суспільних подій і процесів за допомогою ненаукових засобів;
* по-третє, нагальну суспільну потребу в науковому осмисленні соціальних комунікацій, її раціональній організації, ефективному управлінні комунікаційними процесами з тим, щоб відійти від інтуїтивного розуміння проблем громадських зв’язків і замінити або доповнити їх вивчення науково-об’єктивними підходами і трактуваннями;
* по-четверте, розвиток самого знання про паблік рилейшнз, що відбувається у контексті руйнування синтезу наукового та емпіричного рівнів його осмислення на початковому етапі, і, як наслідок, диференціацію досліджень паблік рилейшнз і появу низки спеціалізованих дослідницьких напрямків.

**Історичні корені PR**

Розібратися в суті сучасної системи зв'язків з громадськістю, зрозуміти її принципи та соціальні функції практично неможливо, не зробивши екскурсу в історію становлення паблік рилейшнз на американському континенті, не вивчивши досвіду, накопиченого суспільством, з самого початку прагнув скинути кайдани станових і політичних традицій Старого Світу. Основи професії паблік рілейшнз зароджувалися тут одночасно з боротьбою американських патріотів за незалежність і встановленням республіканських демократичних форм правління на відміну від європейських, монархічних.

Серцевиною американської революції в її людському вимірі з'явилися апеляція до громадської думки та вплив на нього, цілеспрямоване використання каналів комунікації та прагнення залучити на свою сторону кожного індивіда. Колоністи та їхні лідери спочатку прагнули переконати в необхідності позбутися від колоніальної залежності не тільки рядових емігрантів і біженців з Англії та інших країн Європи, але навіть монархів старого континенту.

Хоча професія паблік рілейшнз як особлива і окрема від інших у ті часи ще не сформувалася, проте тактика і прийоми цього ремесла стихійно, але неухильно розвивалися. Лідери борців Америки за незалежність не упускали жодного випадку, щоб підхльоснути наступальні дії, заручившись підтримкою своїх нових політичних планів з боку громадськості. Для цього використовувалися різноманітні пропагандистські засоби: прес-бюлетені, газети, зустрічі з героями визвольного руху, гасла, символи, риторика, паблісіті, не кажучи вже про мітинги, парадах, виставках, поезії, піснях, коміксах, салютах та ін

Варто підкреслити, що, незважаючи на окремі факти штучного нагнітання емоцій навколо деяких подій, основоположниками принципів, якими і сьогодні користуються в сфері паблік рілейшнз, є Самуель Адама і його соратники по керівництву боротьбою Америки за незалежність. Завдяки їх творчим знахідкам, новим підходам до мобілізації громадської думки була продемонстрована ефективність цілого ряду прийомів і методів зв'язків з громадськістю, що увійшли до арсеналу сучасних паблік рілейшнз:

* необхідність створення організації, здатної очолити кампанію і згуртувати людей (такими організаціями були бостонська група “Сини свободи”, заснована в 1766 році; “Кореспондентські комітети”, що зародилися в Бостоні в 1775 році);
* використання символіки, що надає емоційний вплив (наприклад, “Древо свободи”);
* використання гасел, підносить складні проблеми у вигляді простих, легко запам'ятовуються стереотипів (наприклад, гасло: “Свобода або смерть”);
* організація подій, що привертають увагу громадськості, провокують дискусії і тим самим структурируючих громадську думку (наприклад, згадане вже “Бостонське чаювання”);
* випередження опонента в інтерпретації того, що сталося, щоб викладена первинна оцінка події була сприйнята як єдино правильна (“Бостонська бойня”);
* необхідність постійного і безперервного використання в ході кампанії всіх можливих, каналів впливу на громадську думку і пропаганди нових ідей і переконань.

Такі підходи до зв'язків з громадськістю, до більш ефективному спілкуванню з населенням виявилися набагато результативніше дій метрополії, вважаю не стільки на пропагандистську роботу, скільки на існуюче в той час колоніальне право і тиск військової сили. Не випадково в умовах війни Америки за незалежність емоційно забарвлені політичні баталії виявилися більш плідними, ніж битви з використанням вогнепальної зброї.

Наступним важливим етапом у розвитку інструментарію паблік рілейшнз в США став період створення американської конституції. Боротьба навколо неї, як відомо, розгорнулася між федералістами та їхніми супротивниками. Вона велася на сторінках преси у вигляді статей, памфлетів і творів інших літературних жанрів з метою переконати публіку в необхідності ратифікації конституції. Американські політичні лідери Олександр Гамільтон, Джеймс Медісон і Джон Джей, взявши спільний псевдонім Пабліус, писали і розсилали в провідні редакції газет полум'яні відозви на підтримку конституції. Всі ці листи (а їх було 85) згодом були видані як єдиний документ під назвою “Листи федераліста”. Вони і в наш час використовуються для інтерпретації положень американської конституції.

Розкриваючи зміст цих пропагандистських зусиль засновників американської демократії як одного з прикладів найбільш вдалих зв'язків з громадськістю, американський історик Аллан Невінс писав, що досягнення загальнонаціонального схвалення конституції стало по суті справою паблік рілейшнз, і Гамільтон, з його гострим інстинктивним розумінням ситуації, піклуючись про конституцію, враховував мовчазну покірність мислячих людей, тому він і ділився з ними своїми думками.

Після прийняття конституції боротьба навколо неї не вщухла, особливо з питань прав особистості, захисту її від посягань урядових установ. Підготовлені Медісон перші десять поправок до конституції під загальною назвою “Білль про права” були схвалені в 1791 році. Ці поправки мали надзвичайне значення для становлення паблік рілейшнз як професійної системи. Американські історики стверджують навіть, що “Білль про права», на підставі якого громадянину гарантувалися політичні права і свободи, можна вважати своєрідною ратифікацією практики паблік рилейшнз. У цьому криється велика істина. Ось чому сміливо можна зробити висновок: тільки в суспільстві, де особистість користується всією гамою громадянських прав і свобод, де людина сприймається як індивідуальність, на вчинки якої можна вплинути лише заохоченням, переконанням, особистою зацікавленістю, а не наказом або підпорядкуванням тотальної волі держави або колективу , тільки там і тоді виникає історична потреба в новій атмосфері відносин між людьми, між державою і громадянами, між організацією і громадськістю, тобто об'єктивна необхідність у розвитку професійного інституту паблік рілейшнз.

**Етапи становлення теорії PR в Україні**

У системі знань про зв’язки з громадськістю, соціальнокомунікаційні процеси й соціальні інститути наука про зв’язки з громадськістю як теоретична наукова дисципліна почала формуватися після оновлення Україною своєї незалежності та становлення на демократичний шлях свого розвитку.

Отже, проаналізувавши розвиток PR як галузі знань в Україні протягом названого часу, а саме в період з 1991 по 2012 р.р., ми виділили такі етапи їх становлення:

**І етап – 1991–1996 рр.** – початок конституювання нової наукової дисципліни – “паблік рилейшнз”, яке відбувалося на тлі функціонування неструктурованих та неінституалізованих об’єктів та суб’єктів PR-комунікаційної практики, що переважно використовувала односпрямовані комунікаційні моделі та вузькі, часом точкові аудиторії; характеризувався відсутністю методології, теоретичних концепцій, параметрів дослідження українських зв’язків з громадськістю, а також відсутністю наукового визначення системи координат функціонування зв’язків з громадськістю в Україні та оцінки вже наявних PR-практик

**ІІ етап – 1997–2001 рр. –** етап первинної інституалізація науки про зв’язки з громадськістю, який характеризувався такими рисами: накопиченням емпіричного матеріалу, ускладненням і трансформацією PR-практик (професійна діяльність набуває інструментально-технологічного характеру, з’являються перші ознаки інституційної діяльності, істотно розширюється суб’єктно-об’єктна сфера, моделі PR-комунікації, що превалюють в цей період, можна визначити як односторонні або двосторонні асиметричні), а також формуванням засад зв’язків з громадськістю, що вимагали нового рівня і нових параметрів наукового осмислення; тим, що методологія, теоретичні концепції, параметри оцінки українських зв’язків з громадськістю, інституційної діяльності на поточному етапі ще не були вироблені, що суттєво ускладнювало якість будь-якого дослідження у сфері зв’язків з громадськістю, оскільки були відсутні відправні точки для аналізу певної проблеми; не була вибудувана система координат функціонування зв’язків з громадськістю в Україні, оцінка вже наявних даних та їх інтеграція в загальний контекст розвитку світової науки в цьому зв’язку були також ускладнені.

**ІІІ етап – 2002-2006 рр.** – етап розвитку наукового знання про зв’язки з громадськістю в Україні характеризується розширенням спектру методів і верифікаційних процедур, які застосовуються в наукових дослідженнях; започаткуванням процесу вибудови теорії паблік рилейшнз; визначенням праксеологічної спрямованості науки про зв’язки з громадськістю; наявністю інституалізаційних процесів як в сфері практичної діяльності, так і в сфері наукового знання про паблік рилейшнз.

**IV етап – з 2007 року** по теперешній час – етап відокремлення нового напряму досліджень – соціальних комунікацій – сприяє поглибленню й узагальненню теоретичного знання про PR, досягненню ним проектно-конструктивного рівня впливу на стан соціально-комунікаційних відносин у суспільстві; досягнення інституціонального рівня функціонування, репрезентованого в соціальній практиці українського соціуму паблік рилейшнз стають предметом цілеспрямованого вивчення з боку наукової спільноти, про що свідчить стрімке зростання кількості досліджень зазначеного феномену; розвиток самого знання про паблік рилейшнз, диференціації його на ряд спеціалізованих дисциплін і дослідницьких напрямків; формування теорії і методології зв’язків з громадськістю, параметрів визначення інституційної діяльності, вибудовування системи координат функціонування зв’язків з громадськістю в Україні та оцінки вже наявних даних.

Більш детальна характеристика окреслених етапів формування наукового знання про паблік рилейшнз в Україні може бути представлена таким чином.