

**Біліченко О.С.,**

*канд. екон. наук, доцент кафедри  
економічної теорії і суспільних наук,*

**Хржановський Д.О.,**

*здобувач вищої освіти спеціальності 122 «Комп'ютерні науки»  
Миколаївського національного аграрного університету*

*м. Миколаїв, Україна*

Необхідність існування PR-служби в тому чи іншому вигляді стає все більш очевидною для багатьох комерційних фірм. Упершу чергу, це обумовлено розумінням того, що будь-яка компанія функціонує не у вакуумі, а в рамках складної і багатоскладовою навколишнього середовища.

Public Relations (PR) – зв'язки з громадськістю – це стратегічний комунікаційний процес, який створює взаємовигідні стосунки між організаціями та їхніми громадськими. Історія походження та розвитку мистецтва PR веде свій початок з найдавніших періодів. У людському суспільстві завжди виникали проблеми соціального регулювання і встановлення норм соціальної згоди.

У деяких наукових дослідженнях йдеться навіть про те, що першим прикладом встановлення зв'язків з громадськістю є Біблія, а Бог, створивши людину, тим самим створив свого першого іміджмейкера.

Людство завжди намагалося спілкуватися і домагатися розуміння. Ще до того як з'явилися букви, алфавіти і цифри, люди користувалися піктограмами. У печерах первісних людей, можна було побачити настінні малюнки. Повідомлення у вигляді картин розташовуються і на таких старовинних будівлях, як піраміди, перші храмові споруди і печери в Зімбабве. Люди писали на глиняних табличках або на шкірі, пергаменті чи папірусі.

Можна запевняти, що і священні книги основних світових релігій знаходяться у тій чи іншій формі Public Relations, так як стародавні писці саме з їх допомогою пробували домогтися розуміння своїх вірувань. Цей тип комунікацій ще більш давній, ніж самі перші грецькі або римські рекламні оголошення, які до нас дійшли у вигляді уривків, де повідомлялося про продаж рабів або про вистави в Колізеї.

У МНАУ на факультеті менеджменту є спеціальність комп'ютерні науки, здобувачі вищої освіти досліджують як працюють інформаційні технології з точки зору теоретичної та математичної перспективи.

Найважливіша мета вивчення комп'ютерних наук полягає в тому, щоб глибоко знати усі основні розділи інформаційних технологій та чітко розуміти відносини, що існують між прикладними програмами і комп'ютерними системами.

Такою і повинна бути комунікація, оскільки дозволяє нам бачити і відразу розуміти, з ким ми маємо справу. Таким чином, Public Relations – таке ж давнє явище, як і сама цивілізація.

Сучасне поняття про науку Public Relations пов'язане з програмною заявою третього президента США Т.Д. Джефферсона, який ще в 1807 р. наполягав на створенні суспільно-політичних організацій, які могли б вирішувати задачі розповсюдження достовірної інформації, управляти комунікаційними структурами і

тим самим створювати особливий клімат загальної згоди в країні. Проте тільки більш ніж через 100 років ідеї, висловлені Т. Джефферсоном, отримали своє формальне закріплення. У 1883р. в США з'явилася нова професія прес-секретаря, який організовував роботу з пресою. У 1900 році в Бостоні відкрилася перша самостійна американська фірма з надання спеціальних послуг клієнтам під назвою «Паблісіті-бюро».

Організована колишніми журналістами і очолювана Дж. Міхаелсом, вона мала наметі «надавати прес-агентські послуги як можна більшому числу клієнтів за відповідну винагороду». У 1904 році була створена самостійна фірма «Паркер енд Лі», очолювана незалежним експертом з комунікацій Айві Ледбеттер Лі. Незважаючи на короткий час існування (до 1908 року), фірма стала своєрідною віхою в історії розвитку Public Relations.

PR у мистецтві, так само як і в інших сферах, - це система побудови каналів інформації. За допомогою нашого сайту МНАУ можна проглядати корисну для себе інформацію, наприклад: розклад занять, актуальні події та новини університету, дізнаватись про кращих студентів, онлайн-бібліотеку МНАУ, також брати участь в олімпіадах та конкурсах, вступати до творчих та спортивних колективів і досягати успіхів.

Крім того, ще є Moodle МНАУ, завдяки якому дуже зручно проводити онлайн конференції, дізнаватись свої оцінки та відправляти завдання з кожної дисципліни. Зв'язки з громадськістю – це і комунікація всередині того чи іншого колективу галереї, фонду, інституції. І тут важливо врахувати, що без інформаційного просування в наш активний час подія ризикує загубитися, знівелювавши докладені зусилля, позбавивши, скажімо, галерею можливих продажів.

Цінність PR – в його масштабному підході, саме від нього буде залежати успіх бренду в комерційній та публічній діяльності. За допомогою PR в арт-просторі можна сформувати імідж, створити або донести цінність, привернути увагу громадськості і закликати до дій. Все це співвідносно як з конкретним автором, куратором, галереєю, так і виставкою в цілому.

Public Relations – це продумані, сплановані і постійні зусилля по встановленню і зміцненню взаєморозуміння між організацією та її зовнішнім та внутрішнім середовищем.

Реалізація Public Relations – складний багатогранний процес, що вимагає високого професіоналізму та ерудиції від фахівців і, відповідно, визначення організаційного «статусу» Public Relations в компаніях.

Знання Public Relations сьогодні необхідно менеджменту будь-якої організації перш за все з наступних причин:

- А) «невизначеність» ділової сфери, динаміка її змін в останні роки різко зросла;
- Б) зросло значення соціально-психологічного чинника, що обумовлює поведінку всіх учасників роботи;
- В) роль інформаційних технологій стала глобальною і пріоритетною, тобто комунікаційний процес стає вирішальним фактором, що забезпечує досягнення цілей організації і успіх у конкурентній боротьбі.

Список використаних джерел:

1. Коломещев О.С. Формування громадської думки. *Маркетинг*. 1996. № 6. С.41-48.

2. Альошина І.М. Паблік Рілейшнз в менеджменті і маркетингу. *Маркетинг*. 1997. № 5. С.108-111.
3. Горкіна М.Б. PR на 100%, як стати хорошим менеджером з PR. *Альпіна Бізнес Букс*. 2009.
4. Лаврухін О.В. Про зв'язки з громадськістю. Паблік Рілейшнз. *Гайд-парк*. 1997. № 1,2.
5. AboutPublicRelationsURL: <https://www.prsa.org/about/all-about-pr> (дата звернення 2021р.)