

Т. М. Устименко,
аспірант, Міжрегіональна Академія управління персоналом
ORCID ID: 0000-0003-0445-5718

DOI: 10.32702/2306-6814.2021.18.143

ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ЯК МЕХАНІЗМ ЗВОТНОГО ЗВ'ЯЗКУ В СИСТЕМІ ВЛАДИ ТА УПРАВЛІННЯ

Т. Ustimenko,
Postgraduate student, Interregional Academy of Personnel Management

PUBLIC RELATIONS AS A FEEDBACK MECHANISM IN THE SYSTEM
OF POWER AND GOVERNANCE

Розглянуто, що являє собою зв'язок з громадськістю як наукова проблема, вивчено поняття public relations. Зазначено, що поняття відображає сутнісну характеристику об'єкта дослідження, створюючи його модель. Дослідження поняття дає можливість не тільки вивчити сутність об'єкта, а й визначити ступінь його розвитку, побачити грань між моделлю, створеної поняттям (тобто ідеалом) і реально існуючим порядком речей.

Доведено, що функція PR включає в себе вирішення різних проблем: забезпечує керівництво організації інформацією про громадську думку і надає йому допомогу у виробленні відповідних заходів: забезпечує діяльність керівництва в інтересах громадськості; підтримує його в стані готовності до різних змін шляхом завчасного передбачення тенденцій; використовує дослідження і відкрите спілкування в якості основних засобів діяльності. Визначено, що різні автори сходяться в одному: природа public relations складається в створенні сприятливих умов для діяльності організацій.

Визначено основні принципи PR, які полягають у такому: принцип демократії (суб'єкти суспільних відносин реалізують свої права, в тому числі і шляхом громадянської ініціативи, що спирається на економічну, політичну, духовну свободу); принцип альтернативізму (множинність суспільних відносин породжує невичерпність управлінських альтернатив: у постановці цілей, у виборі партнерів по спільній діяльності, в застосуванні різних технологій управління тощо); громадського консенсусу, громадянської злагоди (природа цієї діяльності така, що вона будується як досягнення взаєморозуміння); технологічності (на відміну від доктринальних умоглядних побудов, характерних для суто теоретичних досліджень, public relations є цілком прагматичною сферою діяльності); принцип комунікативної достатності (інформованість, встановлення і підтримання двостороннього спілкування).

Найважливішим системо утворюючим фактором систем визначено їх взаємодію з навколишнім середовищем. Головною специфічною рисою системи державного управління є те, що основною метою керуючої системи є забезпечення параметрів належного стану і

розвитку керованої системи — суспільства, задоволення його потреб, інтересів і очікувань. Досягнення цієї основної мети неможливо без взаємодії керуючої системи з керованою, тобто необхідний постійний безперервний діалог цих двох систем.

Таким чином, систему політичних прав і свобод громадян можна представити у вигляді двох взаємодіючих підсистем. Перша з них охоплює права громадян, які містять повноваження щодо участі в організації і діяльності держави та її органів, а друга забезпечує можливість самої політичної діяльності. Так можна визначити місце "права на участь" у системі політичних прав громадян, воно складають всю сукупність прав, включених до першої підсистеми.

It is considered what is public relations as a scientific problem, the concept of public relations is studied. It is noted that the concept reflects the essential characteristics of the object of study, creating its model. The study of the concept makes it possible not only to study the essence of the object, but also to determine the degree of its development, to see the line between the model created by the concept (ie ideal) and the actual order of things.

It is proved that the PR function includes solving various problems: provides the management of the organization with information about public opinion and assists him in developing appropriate measures: provides management activities in the public interest; maintains it in a state of readiness for various changes by anticipating trends in advance; uses research and open communication as the main means of activity. It is determined that different authors agree on one thing: the nature of public relations is to create favorable conditions for the activities of organizations.

The basic principles of PR are defined, which are as follows: the principle of democracy (subjects of public relations exercise their rights, including through civic initiative, based on economic, political, spiritual freedom); the principle of alternativeism (the plurality of social relations gives rise to the inexhaustibility of management alternatives: in setting goals, in choosing partners for joint activities, in the use of different management technologies, etc.); public consensus, civic harmony (the nature of this activity is such that it is built as an achievement of mutual understanding); manufacturability (in contrast to the doctrinal speculative constructions characteristic of purely theoretical research, public relations is a completely pragmatic field of activity); the principle of communicative sufficiency (awareness, establishment and maintenance of two-way communication).

The most important system-forming factor of systems is their interaction with the environment. The main specific feature of the public administration system is that the main purpose of the management system is to ensure the parameters of the proper state and development of the managed system — society, meeting its needs, interests and expectations. Achieving this main goal is impossible without the interaction of the control system with the controlled one, ie a constant continuous dialogue of these two systems is required.

Thus, the system of political rights and freedoms of citizens can be represented in the form of two interacting subsystems. The first of them covers the rights of citizens, which include the authority to participate in the organization and activities of the state and its bodies, and the second provides the possibility of political activity itself. So you can determine the place of "right to participate" in the system of political rights of citizens, it is the whole set of rights included in the first subsystem.

*Ключові слова: зв'язки з громадськістю, механізм зворотного зв'язку, система влади та управління.
Key words: public relations, feedback mechanism, system of power and management.*

ВСТУП

Сучасний етап розвитку зв'язків з громадськістю (PR) як однієї з найбільш перспективних управлінських функцій і комунікаційних систем у сфері державного

управління робить актуальним усвідомлення її зв'язки не лише з підвищенням ефективності державного управління, а й з розвитком демократії як у загальносвітовому, так і в українському контекстах.

Основою демократії, як відомо, є політична участь громадян. Межі участі варіюються від періодичного голосування на виборах до безпосередньої включеності у процес розробки рішень органами виконавчої влади на всіх рівнях державного управління — від місцевого до загальнодержавного. Саме тому важливо залучати громадян до управління вже на етапі розробки політичних рішень органами виконавчої влади.

Сьогодні Україна все більше демонструє потребу в структурі, яка взяла б на себе обов'язки по вирішенню складних завдань вивчення громадської думки, реалізації запитів і потреб людей, врахування їх думок і конструктивних пропозицій при виробленні та реалізації політичних рішень. У сукупності це і визначає актуальність теми дослідження.

СТУПІНЬ НАУКОВОЇ РОЗРОБЛЕНОСТІ ПРОБЛЕМИ

У науковій літературі досить глибоко і масштабно розглянуті загальні питання історії, теорії, інституціоналізації PR, його етичних основ. Найбільш значимі роботи належать тут засновникам і нинішнім лідерам піару. У їх числі — З. Блек, Ф. Буар, С.М. Катліп, А.Х. Сентер, Г.М. Брум і багато інших.

Залишаючи осторонь потужний пласт літератури з проблем корпоративних паблік рілейшнз, відзначимо, що за останні роки з'явилося чимало вітчизняних і перекладних видань, аналізують не "PR взагалі", а переважно зв'язку з громадськістю в сфері державного управління. Серед праць зазначеної групи виділяються книги і статті Грищенко І.М., Горбатої Л.П., Дурмана М.О., Жутової І.В. та інших дослідників. Не всі видання даної групи носять строго академічний характер. Деякі з них містять також матеріали дидактичного плану. Однак це не заважає розкриттю зусиллями перерахованих авторів новітніх концепцій і технологій зв'язків з громадськістю, виявлення їх ролі, місця і функцій, особливостей і специфіки застосування в політико-управлінському процесі.

МЕТА

Мета — узагальнити теоретичні положення щодо зв'язків з громадськістю як механізму зворотного зв'язку в системі влади та управління.

РЕЗУЛЬТАТИ

Будь-яка практика ґрунтується на теорії, і особливо public relations (PR) у сфері державної служби неможливо зрозуміти без аналізу сутності PR як такої. Передусім, необхідно розглянути, що являє собою зв'язок з громадськістю як наукова проблема, вивчити поняття public relations. Слід зазначити, що поняття відображає сутнісну характеристику об'єкта дослідження, створюючи його модель. Дослідження поняття дає можливість не тільки вивчити сутність об'єкта, а й визначити ступінь його розвитку, побачити грань між моделлю, створеної поняттям (тобто ідеалом) і реально існуючим порядком речей.

За підрахунками фахівців, існує близько п'ятисот дефініцій, що характеризують сутність public relations.

Багатозначність цього терміна свідчить про багатство змістовних сторін public relations і про незавершеність процесу розвитку цього явища і його наукового обґрунтування.

Отже, що ж таке public relations? Наведемо кілька тез, сутність яких дозволить не тільки побачити відмінності в розумінні самого явища, а й виявити щось спільне, що забезпечує узгодженість трактувань public relations.

Інститут суспільних відносин (IPR), створений у Великобританії в лютому 1948 року, прийняв чинне і понині, хоча і з деякими доповненнями, внесеними в листопаді 1987 року, визначення PR. Воно звучить так: "Public relations — це плановані, тривалі зусилля, спрямовані на створення і підтримку доброзичливих відносин і взаєморозуміння між організацією і її громадськістю, де під "громадською організацією" розуміються працівники, партнери і споживачі (як місцеві, так і зарубіжні)" [1].

Представники понад 30 національних і регіональних асоціацій PR 2 серпня 1978 року у Мехіко виступили з Мексиканською заявою. У ньому йдеться: "PR — це мистецтво і наука аналізу тенденцій, передбачення їх наслідків, видачі рекомендацій керівництву організацій і здійснення програм дій в інтересах і організацій, і громадськості" [2].

Ряд визначень PR був наданий вченими: Public relations — управлінська діяльність, спрямована на встановлення взаємовигідних, гармонійних відносин між організацією і громадськістю, від якої залежить успіх функціонування цієї організації [3].

Public relations спонукає людей вірити в серцеві, добросердечні цілі корпорації, показує, як корпорації шукають довіри і довірчих відносин з публікою, з громадськістю.

Визначається PR як одна з функцій управління, що сприяє встановленню і підтримці спілкування, взаєморозуміння, розташування і співпраці між організацією і її громадськістю [1]. Вона включає в себе вирішення різних проблем: забезпечує керівництво організації інформацією про громадську думку і надає йому допомогу у виробленні відповідних заходів: забезпечує діяльність керівництва в інтересах громадськості; підтримує його в стані готовності до різних змін шляхом завчасного передбачення тенденцій; використовує дослідження і відкрите спілкування в якості основних засобів діяльності. Таким чином, різні автори сходяться в одному: природа public relations складається зі створення сприятливих умов для діяльності організації.

Констатація цього факту важлива, але вона недостатня для розуміння явища загалом, у всьому різноманітті сутнісних відносин, властивих public relations. Більш того, в трактуванні цього явища виявляється очевидне зміщення смислів: адже "встановлення взаємовигідних, гармонійних відносин", "встановлення двостороннього спілкування", створення "довірчих відносин з публікою" — тільки засіб, причому засіб не специфічне тільки для public relations (подібне присутній в вихованні, у праці, в мистецтві тощо).

Саме на макрорівні відображені узагальнені алгоритми діяльності PR-служб, що дозволяють говорити про внутрісистемної методології зв'язків з громадськістю в органах державного і місцевого управління. Основні принципи полягають у такому:

Принцип демократії. Суб'єкти суспільних відносин реалізують свої права, в тому числі і шляхом громадянської ініціативи, що спирається на економічну, політичну, духовну свободу. Володіючи рівними правами (і рівними обов'язками), вони будують функціональні взаємозв'язки з партнерами по бізнесу, політиці, культурі як взаємозв'язку суспільного договору, узгоджених інтересів. У тоталітарних або авторитарних політичних системах засоби впливу держави або держав партії на людські спільноти, на окремі організації або установи лише віддалено нагадують кошти public relations, будучи насправді пропагандою або духовним примусом. Тільки в умовах демократії, проголошених і реалізованих прав людини, прав громадянських, політичних, економічних інститутів, що діють на правовому полі абсолютно вільно, може виникнути така форма самоорганізації суспільних відносин як public relations. Управління тут органічно поєднується з самоврядуванням, коли та чи інша організація створює навколо себе цілу систему суспільних зв'язків, залучає в орбіту своїх інтересів безліч осіб і установ, стимулює усвідомлення спільноті інтересів.

Інший принцип, який впливає з демократичних основ існування public relations — це принцип альтернативізму. Множинність суспільних відносин породжує невичерпність управлінських альтернатив: у постановці цілей, у виборі партнерів по спільній діяльності, в застосуванні різних технологій управління тощо. Якщо існує жорстка примусова регламентація, якщо "правила гри" підлаштовані під вузькокорпоративний або клановий інтерес, якщо енергія думки і справи "замикається" в русло дозволених демонстрацій вірогідних почуттів, потреби в public relations просто не виникає.

Принцип альтернативізму надзвичайно важливим є не тільки з точки зору суб'єктів суспільних відносин (вільна гра інтересів дозволяє конструювати суспільні зв'язки з практично необмеженим числом партнерів). Цей принцип відтворює родові риси відкритого суспільства, здатного адаптуватися до постійно мінливих умов життя, знаходити у "взаємодії" суб'єктів суспільних відносин додаткові сили, а часом, і спонукати до перетворень самої економічної або політичної системи.

В основі діяльності public relations лежить також принцип громадського консенсусу, громадянської злагоди. Природа цієї діяльності така, що вона будується як досягнення взаєморозуміння. Звичайно, уявити собі PR-агентство якоюсь "вежею зі слонової кістки", в якій панують загальна благодать, непротивлення злу і дух краси, просто неможливо. Однак організації public relations, осмислюючи існуючі протиріччя, навіть вступаючи в зону конфлікту, прогнозуючи їх, формують програму своєї діяльності як програму згоди, яка спирається на максимально широке використання конструктивного потенціалу

сторін, на пошук реально існуючих або створюваних — з обопільної згоди — взаємоприйнятних вимог. Іншими словами, принцип громадського консенсусу сходиться до філософської доктрини еволюціонізму, ідеї саморозвитку, яка виключає насильство, диктат, дезінформацію. Компроміс, переговори, солідарне вирішення конфлікту невід'ємні атрибути public relations.

Відзначимо, нарешті, ще один принцип public relations — принцип технологічності. На відміну від доктринальних умоглядних побудов, характерних для суто теоретичних досліджень, public relations є цілком прагматичною сферою діяльності. Історично вона виникла з опису і систематизації конкретних форм, методів, способів, процедур, за допомогою яких організації налагоджували контакти з громадськістю. Ці специфічні технології не просто множилися з розвитком суспільства; за законом зворотного зв'язку вони вплинули на саму природу public relations, на предмет і цілі діяльності. У цьому сенсі можна говорити про своєрідне ламання законів "гнучкої технології", коли можливості технології вирішальним чином впливають на якість виготовленого продукту, на зміну його сутнісних ознак.

Чим різноманітнішими є технологічні прийоми, тим ширше освоюваний public relations предмет, тим більше можливостей у постановці цілей. Технологічний ресурс, таким чином, — найважливіша складова public relations.

Принцип комунікативної достатності: інформованість, встановлення і підтримання двостороннього спілкування. Цей принцип передбачає запобігання конфліктів, сприяння взаємній пошані і соціальної відповідальності, гармонізацію суспільних та особистих інтересів, формування доброзичливих відносин.

У свою чергу внутрішньосистемні зв'язки public relations сформували похідні принципи діяльності, що визначають ступінь ефективності в сфері встановлення, підтримки, і розвитку контактів з громадськістю. До них відносяться:

Системність: діяльність PR-працівників — не набір механічно пов'язаних один з одним прийомів, методів, процедур взаємодії з громадськістю, хоча технологічна сторона питання дуже важлива, а саме система. Неузгодженість цілей і засобів, пов'язане, зокрема, з асинхронністю дій PR-структур, з одного боку, і управлінських рішень органів влади — з іншого, заважає досягти бажаного результату.

Адекватність: мова йде про відповідність цілей, предмета і засобів public relations, про ситуативну доцільність дій, про несуперечливого співвідношенні обраних технологій, про саму організаційну структуру служб із зв'язків з громадськістю.

"Гнучка технологія": оскільки ймовірність змін у взаємодії з громадськістю вельми висока, в самій структурі PR-служб повинна бути закладена можливість технологічної переналагодження зв'язків з громадськістю (кадри, організація, фінанси, матеріальні та виробничі ресурси тощо). Технологічна переналагодження готується поетапно, але запускається синхронно, в чітко визначеній послідовності опе-

рацій. Успіх діяльності служб із зв'язків з громадськістю в органах державного і місцевого управління залежить насамперед від того, наскільки точно усвідомлені закономірності public relations у сфері управління. І наскільки повно "ідеальна модель" служб із зв'язків з громадськістю відтворена в організаційній структурі.

Керуючу систему можна розглядати двояко: в широкому сенсі — це управління всім суспільством, реалізація державної влади федерального рівня (федеральна горизонталь державної влади) з усіма трьома гілками влади, у вузькому сенсі — це управління справами держави, реалізація державно-адміністративної, виконавчої влади від центру до влади на місцях, тобто вертикаль влади. Таким чином, керуюча система включає в себе в якості підсистем відносно самостійні соціальні системи: А — система управління справами суспільства загалом, Б — система управління справами держави.

Як вже говорилося вище, найважливішим системоутворюючим фактором систем є їх взаємодія з навколишнім середовищем. Головною специфічною рисою системи державного управління є те, що основною метою керуючої системи є забезпечення параметрів належного стану і розвитку керованої системи — суспільства, задоволення його потреб, інтересів і очікувань. Досягнення цієї основної мети неможливо без взаємодії керуючої системи з керованою, тобто необхідний постійний безперервний діалог цих двох систем.

Найважливішим моментом, без якого неможливий цей діалог, є відкритість керуючої системи, коли вона функціонує за ознакою "вхід-вихід" і кожному сигналу, що надходить на вхід системи, відповідає відгук, вихідний сигнал. Відкритість керуючої системи слід розглядати як умова ефективності управління, як спосіб його оптимізації, і як єдину можливість досягти основної мети керуючого впливу.

Таким чином, у керуючої системі повинні існувати структури, інститути, які в сукупності склали б механізм взаємодії, які можна було б умовно назвати "приводним ременем" між державою і суспільством. Основним завданням цих служб, структур в системі держорганів є налагодження партнерських відносин між суспільством і державою, ведення діалогу, взаємодія. Велику роль у розвитку партнерства державних органів влади з громадянським суспільством грають департаменти по зв'язках з громадськістю, які, з одного боку, є частиною керуючої системи, а з іншого — одним з компонентів системи взаємодії державної влади і суспільства.

Розвиток служб із зв'язків з громадськістю в органах влади відбувається під впливом двох різноспрямованих векторів: один відтворює пропагандистський (в крайньому вираженні — маніпулятивний) тип зв'язків з громадськістю, інший орієнтований на глибоке узгодження інтересів і формування паритетних принципів управління, включення громадян в управлінський процес. Дотримання саме цього типу взаємин між державою і суспільством, поява мети налагодження діалогу між державою і суспільством, диктує новий сенс діяль-

ності департаментів зі зв'язків з громадськістю, їх нові функції.

Оскільки державне управління здійснюється нині на основних рівнях: державному, регіональному і місцевому, остільки служби зі зв'язків з громадськістю існують на кожному з цих рівнів, тобто можна позначити служби PR центрального, урядового рівня; служби PR середнього рівня (рівня органів управління суб'єктів PR); і служби PR органів місцевого самоврядування.

На кожному з позначених рівнів служби PR мають свої типові організаційні моделі, завдання, назви (наприклад, департаменти, комітети, управління, відділи з громадських зв'язків, служби інформації, прес-центри, аналітичні відділи тощо).

Слід зазначити, що існує пряма залежність між рівнем управління і особливостями служб PR: у регіональних і місцевих органах влади найбільш послідовно реалізується комунікативна функція, спілкування з громадянами постійно і організовано. У федеральних органах влади більший акцент робиться на взаємодії із засобами масової інформації, на аналітичну і прогностичну роботу. Технології PR також істотно видозмінюються в залежності від рівня управління. Найбільш виразно і прямо зв'язок з населенням здійснюється в регіонах. Однак це не означає, що такий зв'язок відсутній в федеральних органах влади. Тут цей зв'язок модифікується, певною мірою раціоналізуються, вбирається в узагальнені і більш укорочені форми.

Тут необхідно зазначити, що хоча особливості роботи служб із зв'язків з громадськістю залежать від рівня влади (державний, регіональний або місцевий), а також від специфіки конкретного державного органу, в якому вони існують, необхідно, щоб всі департаменти по зв'язках з громадськістю планували свою роботу і діяли з урахуванням загальної генеральної лінії, взаємно пов'язували свої плани. Особливо це стосується діяльності департаментів зі зв'язків з громадськістю, що відносяться до однієї гілки влади.

Демократичним слід визнавати таку державу, устрій і діяльність якого відповідає волі народу, загальновищезначим правам і свободам людини і громадянина. Джерелом влади і легітимності діяльності органів держави є суверенітет народу.

Демократичність держави виражається в тому числі і в тому, що сама його організація дозволяє громадянам впливати на зміст управлінських державних рішень, брати участь в управлінні справами держави, створює умови для реалізації в них інтересів суспільства.

У зв'язку з цим доцільно уточнити, що слід розуміти під терміном "управління справами держави".

Управління в суспільстві поділяється на два види: державне (управління справами держави) і недержавне (управління приватними організаціями та громадськими об'єднаннями). Державне управління в свою чергу можна розглядати в широкому і вузькому значенні. У першому випадку його здійснюють у сукупності всі органи держави, і воно проявляється у формі законодавчої і виконавчої діяльності, а також правосуддя.

У своєму вузькому значенні термін "державне управління" означає виконавчо-розпорядчу діяльність, держапарат.

У сучасних умовах існує потреба розширення можливості громадян брати участь в управлінні справами держави, в т.ч. законодавчої, виконавчої і судової сфери його діяльності.

Служби по зв'язках з громадськістю, будучи інститутом, який забезпечує діалог органів держави і суспільства, сприяють залученню громадян до управління державою. У цьому виявляються нові цілі, функції і новий статус служб зі зв'язків з громадськістю держорганів. Однак цей новий статус служб із зв'язків з громадськістю повинен бути підкріплений законодавчо, тобто в тематичному законодавстві держави має бути врегульовано право громадян на участь в управлінні державою, яке давало б їм реальну можливість впливати не тільки на формування, а й на діяльність державних органів влади та управління.

Безперечно, одним з визначальних моментів для даної категорії суб'єктивних прав є характер і природа взаємини між людиною і державою. Сутність політичних прав і свобод багато в чому залежить від специфіки зазначених взаємин. Політичні права і свободи в свою чергу, включають дві основні системи зв'язків між державою та її громадянами: по-перше, права на участь, що надають громадянину можливість формувати не тільки державні органи, а й волю держави, по-друге, права на свободу, сутність яких визначається існуванням у "сфері невтручання", а, отже, і можливістю для індивіда впливати на суспільні відносини (в законних межах), перебуваючи "під захистом" цієї сфери.

ВИСНОВКИ

Таким чином, систему політичних прав і свобод громадян можна представити у вигляді двох взаємодіючих підсистем. Перша з них охоплює права громадян, які містять повноваження щодо участі в організації і діяльності держави та її органів, а друга забезпечує можливість самої політичної діяльності. Так можна визначити місце "права на участь"

у системі політичних прав громадян, воно складають всю сукупність прав, включених в першу підсистему.

Література:

1. Грищенко І.М., Горбата Л.П. Пріоритетні напрями і шляхи забезпечення інформаційної відкритості в органах публічної влади. Public and municipal administration: theory, methodology, practice: Collective monograph. Riga: Izdevnieciba "Baltija Publishing", 2020. 318 p. С. 20—39.

2. Дурман М.О. Відкриті дані як інструмент інформаційного забезпечення прозорості публічної влади. Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування. Херсон, 2017. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Ttpdu_2017_1_15.pdf (дата звернення: 23.06.2021).

3. Жутова І.В. Порівняльна характеристика термінів і визначень у сфері стратегічних комунікацій за стандартами НАТО: глосарій. К.: НУОУ ім. Івана Черняхівського, 2019. 12 с.

References:

1. Hryshchenko, I.M. and Horbata, L.P. (2020), "Priority areas and ways to ensure information openness in public authorities", Public and municipal administration: theory, methodology, practice: Collective monograph., Izdevnieciba "Baltija Publishing", Riga, Latvia, pp. 20—39.

2. Durman, M.O. (2017), "Open data as a tool for information transparency of public authorities", Teoriia ta praktyka derzhavnoho upravlinnia i mistsevoho samovriaduvannia, vol. 1, available at: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Ttpdu_2017_1_15.pdf (Accessed 23 June 2021).

3. Izhutova, I.V. (2019), Porivnial'na kharakterystyka terminiv i vyznachen' u sferistratehichnykh komunikatsij za standartamy NATO: hlosarij [Comparative characteristics of terms and definitions in the field of strategic communications according to NATO standards: glossary], NUOU im. Ivana Cherniakhovskoho, Kyiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 15.09.2021 р.

ПЕРЕДПЛАТА

ВИДАННЯ МОЖНА ПЕРЕДПЛАТИТИ З БУДЬ-ЯКОГО МІСЯЦЯ!

— ЧЕРЕЗ РЕДАКЦІЮ (ТЕЛ. 458-10-73);

— ЧЕРЕЗ ДП "ПРЕСА"
(У КАТАЛОЗІ ВИДАНЬ УКРАЇНИ);

— ЧЕРЕЗ ПЕРЕДПЛАТНІ АГЕНТСТВА