## Для заказа доставки данной работы воспользуйтесь поиском на сайте по ссылке: <http://www.mydisser.com/search.html>

Национальная академия наук Украины

Институт социологии

На правах рукописи

Водолазский Владислав Анатольевич

УДК 316.472.3 (048)

**Формирование связей с общественностью в органах местного самоуправления Украины: социологический анализ моделей**

22.00.03 — социальные структуры и социальные отношения

Диссертация на соискание научной степени кандидата социологических наук

Научный руководитель:

Королько Валентин Григорьевич, доктор философских наук

Киев — 2003

# Введение

**Актуальность темы**. Историческое развитие украинского общества после приобретения независимости и его демократизация обусловили изменения в политической системе, становление институтов гражданского общества (развитие органов местного самоуправления, партий, негосударственных организаций и разного рода общественных объединений), создали такую ситуацию во взаимоотношениях граждан с государственными структурами, когда их формирования оказываются все менее зависимыми от государства. В то же время органы государственной власти и местного самоуправления все в большей степени зависят от граждан и их объединений. В этих условиях государство и его структуры уже не могут эффективно выполнять свои функции, не взаимодействуя с обществом, не опираясь на его поддержку и одобрение при решении сложных задач общественного развития. Об этом, в частности, свидетельствует и Указ Президента Украины «О дополнительных мерах по обеспечению открытости деятельности органов государственной власти» (1 августа 2002 г.). Принуждение и диктат, преобладавшие ранее в деятельности государства, сегодня все чаще уступают место публичным формам деятельности, переходу к открытости и прозрачности, к все возрастающему учету интересов различных групп населения и координации действий с ними в решении тех или иных вопросов.

В условиях демократизации от государства, кроме сугубо управленческих усилий, требуется целенаправленное формирование общественного мнения, а в практической работе — и опора на это мнение, умение систематически работать с ним, осуществлять постоянную, двухстороннюю связь с ключевыми группами общественности.

Все это привело к созданию в органах государственной власти и местного самоуправления специальных структур по связям с общественностью (паблик рилейшнз), призванных обеспечивать не просто информирование, а постоянный диалог с общественностью, что стимулировало появления широкого спектра новых по своим целям и задачам социологических исследований.

В украинской социологии проблема формирования целостной системы связей с общественностью в органах местного самоуправления, ее философско-идеологическая составляющая, место и роль, актуальность и эффективность используемых моделей, а отсюда и результирующая их действий, до настоящего времени практически не исследовались, несмотря на то, что связи с общественностью являются одной из ключевых сфер деятельности любой управленческой структуры плюралистического общества.

Вместе с тем следует отметить, что в мировой и отечественной общественной науке уже достаточно разработаны различные аспекты этой проблемы, имеющей не только сугубо научное, но и прикладное значение. В частности вопросы идеологии и философии общественных связей как более широкого явления и связей с общественностью, практического взаимодействия и взаимоотношения различных структур и институтов общества затрагиваются в работах целого ряда западных ученых: Т. Парсонса, Р. Мертона, К. Дьюбойса, Р. Парка, У. Баркли, Г. Тарда, Э. Росса, Р. Лапьера, П. Селфа, Э. Фрома, Ю. Хабермаса, А. Тоффлера.

Данная проблематика активно разрабатывалась такими российскими социологами, как Э. Макаревич, М. Шишкина, Л. Савинова, А. Чумиков. Разработкой теоретических и методологических основ собственно связей с общественностью (PR), как прикладной социологической науки, занимались западные, российские и украинские ученые. Среди западных ученых следует назвать: Дж. Грюнига, Э. Бернайза, С. Блека, Р. Харлоу, М. Менчера, Т. Ханта, С. Катлипа, А. Сентера, Г. Брума. Среди российских ученых можно выделить: Н. Григорьева, А. Ужанова, И. Алешину, И. Яковлева, Г. Тульчинского. В Украине этими проблемами занимаются: В. Королько, Г. Почепцов и некоторые другие исследователи.

Определенные элементы системы связей с общественностью, такие как общественность, коммуникация, общественное мнение, исследовались рядом отечественных социологов: В. Оссовским, В. Полтараком, А. Вишняком и другими. Изучением вопросов региональных элит занимались: А. Якубовский, И. Попова, М. Кунявский и другие.

Отдавая должное научной и практической значимости работ, в которых отдельно рассматриваются различные аспекты изучаемой нами актуальной научной проблемы, необходимо подчеркнуть очевидное отсутствие в отечественной науке ее целенаправленного и комплексного анализа, который бы объединял в себе освещение ее теоретических, методологических, методических и эмпирических аспектов. Так же в них недостаточно (прежде всего, в социологическом контексте) обобщенного теоретического опыта изучения связей с общественностью в органах местного самоуправления.

Взгляд на динамические изменения в политической жизни Украины с учетом принятых законов о местном самоуправлении и поправок к ним, а также административной реформы управленческих структур требует нового подхода к анализу связей с общественностью в органах местного самоуправления не только в теоретическом плане, но и в практически-прикладном. Следует так же отметить недостаточную изученность сферы связей с общественностью (PR) и органов местного самоуправления именно в социологическом контексте. Практически отсутствуют комплексные работы, обобщающие результаты предыдущих наработок в данном направлении. Недостаточно изучены вопросы формирования связей с общественностью в органах местного самоуправления, их роль, функции и применяемые модели. Необходима разработка подходов к эмпирическому анализу эффективности моделей паблик рилейшнз, применяемых в органах местного самоуправления.

Таким образом, научная проблема состоит в необходимости всестороннего (на теоретическом и эмпирическом уровнях) изучения диалектики развития нового для украинского общества социального института паблик рилейшнз (PR), конкретизации понятийного аппарата, принципов и правил институционального анализа сферы PR, системы критериев оценки эффективности используемых в Украине моделей коммуникации с общественностью и на этой основе выявление факторов, которые вызывают политическую напряженность и недоверие к органам власти на общенациональном и региональном уровнях. Важность рассматриваемой в диссертации проблемы обуславливается необходимостью дальнейшей демократизации нашего общества, использования новых технологий прозрачности и открытости в функционирования органов власти и местного самоуправления, налаживания эффективных двусторонних связей с общественностью как факторов становления гражданского общества.

**Связь работы с научными программами, планами, темами**. Диссертация с научными программами, планами и темами организации, в которой выполнена работа, а также с отраслевыми программами и планами не связана.

**Цель и задачи исследования**. Цель диссертационного исследования состоит в том, чтобы на примере городов Одесса и Донецк изучить состояние и особенности сегодняшних связей органов местного самоуправления с общественностью, определить научную обоснованность и результативность применяемых ими PR-моделей.

Достижение указанной цели потребовало решения таких задач:

* выявить сущность PR как социального института, его миссию, функции, принципы деятельности в системе социального управления;
* исследовать природу местного самоуправления, его качественные особенности в условиях трансформации украинского общества;
* осуществить теоретический анализ технологии взаимодействия местной власти с общественностью, выявить ее оптимальные модели с учетом социально-политических реалий;
* разработать систему критериев оценки эффективности PR-моделей, которые применяются органами местного самоуправления;
* исследовать общественное мнение, экспертные оценки относительно PR-работы органов местного самоуправления (на примере городов Донецка и Одессы);
* оценить в целом эффективность моделей PR-деятельности органов городского самоуправления в Украине, выявить основные проблемы, которые требуют своего практического решения.

*Объектом исследования* является сфера связей украинских органов местного самоуправления с общественностью.

*Предмет исследования* — PR-деятельность органов местного самоуправления двух крупных городов Украины (Донецк и Одесса), имеющих свои особенности и исторические традиции.

*Методы исследования*. В диссертации использованы основные общенаучные и социологические методы исследования: теоретический анализ, неформализованный анализ документов (законы и постановления органов власти, данные статистики, отчеты, пресса), социологическое наблюдение (включенное), анкетный опрос населения, метод экспертных оценок, статистический анализ эмпирической информации.

Концептуализованы и обобщены предыдущие наработки по данной тематике. Разработана программа социологического исследования и методика проведения полевого исследования, с последующей разработкой инструментария социологического исследования: анкеты «Наш город». Проведена апробация (пилотаж) инструментария (50 респондентов в Донецке и Одессе), с последующим внесением соответствующих корректив в анкету «Наш город». При формировании выборки использовалась смешанная квотно-вероятностная модель. Проведено репрезентативное социологическое исследование (в Донецке — 400 респондентов, в Одессе — 416 респондентов). Проведена обработка эмпирических данных с помощью пакетов компьютерных программ SPSS и OСA, с их последующим анализом, в котором помимо математико-статистических методов были использованы аналитико-сравнительные, открывающие выход на определенные тенденции и закономерности. Проведен сравнительный анализ данных общеукраинского мониторинга с данными, полученными в результате проведенного нами опроса. Разработана методика проведения экспертного опроса и инструментарий экспертного опроса: анкета «Работа с общественностью». Проведен экспертный опрос (в Донецке — 38 экспертов, в Одессе — 50 экспертов). Полученный массив статистической информации обработан с последующим математико-статистическим и содержательным анализом данных экспертного опроса. Проведен сравнительный анализ данных, полученных в результате массового опроса населения, экспертного опроса и включенного наблюдения.

Разработана система критериев, позволяющая судить об эффективности связей с общественностью органов местного самоуправления. Через призму системы критериев и полученного аналитического массива данных, были оценены PR модели используемые органами местного самоуправления. При анализе эффективности различных форм и моделей связей с общественностью в органах местного самоуправления был использован комплексный подход, который включает в себя: сочетание корреляционного анализа и теории граф.

**Научная новизна полученных результатов** обусловлена характером темы, которая пока не получила системного исследования. Впервые в отечественной социологии осуществлен комплексный анализ связей органов местного самоуправления с общественностью на переходном этапе украинского общества. В диссертационном исследовании получены следующие новые результаты:

* проведенный социологический анализ PR-деятельности органов местного самоуправления Украины позволил обнаружить характер противоречий между доминирующими на практике односторонними связями местной власти с общественностью и несистемными попытками налаживания двухстороннего диалога. Доказано, что данное противоречие вызывает использование моделей взаимодействия органов местного самоуправления с общественностью, которые не соответствуют социальным ожиданиям, снижают эффективность работы муниципальных органов, доверие к ним;
* получил дальнейшее развитие анализ сущности PR как социального института, таких его характеристик, как социальная цель, предмет, субъектная структура, субстанция, содержание, средства и результаты деятельности, сфера применения, функции, а также специфика реализации в закрытых и открытых социальных системах;
* исследованы и обобщены известные в мировой практике модели организации PR и на этой основе предложены такие принципы оптимизации связей органов местной власти с общественностью в условиях Украины, как разграничение функций служб PR с другими муниципальными структурами, реализация принципа «взаимной дополняемости» PR и других структур, упреждающее планирование стратегии и тактики PR-деятельности, систематический контроль за достигнутыми результатами;
* разработаны критерии оценки эффективности связей с общественностью, которые включают не только показатели влияния на общественное мнение словом (информирование о мэре и городском совете), но и влияния делом (способность местной власти решать проблемы жизни горожан). Предложена система первичных и интегральных эмпирических показателей эффективности PR-усилий, что позволило оценить результативность деятельности PR-подразделений органов местного самоуправления;
* на основании эмпирической информации были выявлены особенности моделей связей муниципальных органов городов Одесса и Донецк с общественностью с учетом специфики их культурных, исторических традиций, а также такие присущие им обоим недостатки в стратегии и тактике связей с общественностью, как «мэроцентричность» ориентации PR-усилий, непоследовательность использования форм обратной связи с населением;
* предложена классификация технологических моделей PR муниципальных органов Украины, которая отображает общую тенденцию их трансформации от PR как дополнительного атрибута украшения власти к PR как инструменту стратегического управления.

**Практическое значение полученных результатов** состоит в расширении научных представлений о характере связей органов власти с общественностью, возможности использования органами местного самоуправления предложенных в работе методов изучения деятельности муниципальных PR-служб, которые дают возможность оценить уровень эффективности используемых PR-моделей и наметить пути их дальнейшей оптимизации.

Материалы исследования могут быть использованы как теоретическое обоснование для разработки государственных программ, законодательных актов, управленческих решений на уровне центральных и местных органов исполнительной власти, направленных на совершенствование связей с общественностью.

**Апробация результатов исследования**. Основные положения диссертационной работы были представлены на II Всеукраинской конференции «Проблемы развития социологической теории. Теоретические проблемы изменений социальной структуры украинского общества» (Киев, 2002).

**Публикации.** Основные положения диссертации отражены в 3-х статьях в научных специализированных изданиях, 1 докладе на конференции.

1. Водолазский В. К вопросу о паблик рилейшнз в структуре органов местного самоуправления // Соціальні виміри суспільства. Збірка наукових робіт молодих науковців. Випуск 4. — К., 2001.— с. 154-165.
2. Водолазский В. Основные результаты социологического исследования связей муниципальных органов Донецка с общественностью // Соціальні виміри суспільства. Збірник наукових праць. Випуск 5. — К., 2002.— с. 156-194.
3. Водолазский В. Экспертные методы анализа эффективности PR-деятельности муниципальных органов местного самоуправления // Социология: теория, методы, маркетинг. — 2002. — №11. — с. 103-116.
4. Водолазский В.А. Совершенствование работы органов местного самоуправления как фактор формирования гражданского общества в Украине // Проблеми розвитку соціологічної теорії. Теоретичні проблеми змін соціальної структури українського суспільства: Наукові доповіді та повідомлення II Всеукраїнської соціологічної конференції. — К.: САУ, 2002. — с. 511-514.

# Выводы

На основании проведенного теоретического анализа, а также анализа эмпирических данных, полученных как в результате массового опроса населения, так и опроса экспертов, можно сформулировать следующие общие выводы по изучаемой нами проблеме.

1. Современная практика стран с развитыми демократическими институтами и традициями показывает, что в них все более возрастающую роль в организации эффективного управления социально-политическими процессами играет специально организованная и институционализированная система связей между властью и обществом — «паблик рилейшнз», которая представляет собой особый социальный институт упорядочения общественных связей, придания цивилизованных форм политической и экономической конкурентной борьбе. Обеспечивая двусторонний коммуникационный процесс между субъектом управления (властью) и его объектом (обществом), «паблик рилейшнз», с одной стороны, играют важную роль в укреплении и развитии социального взаимодействия, в формировании личности гражданина, снятии психологического напряжения, в достижении социально желательных ориентиров мышления, чувств и поведения населения. С другой стороны, посредством «паблик рилейшнз» органы власти получают разнообразную информацию о состоянии общества, общественных настроениях, мнениях граждан относительно тех или иных проблем и путей их решения, благодаря чему появляется возможность принимать адекватные, социально ориентированные управленческие решения.
2. Особенно важной является роль социального института «паблик рилейшнз» в деятельности органов местного самоуправления, демократическая природа которых требует как максимальной прозрачности в деятельности местной власти, так и активного участия населения территориальной общины в процессе управления. Информируя население о работе органов местного самоуправления и их должностных лиц, PR-структуры призваны решать не столько задачи формирования их позитивного имиджа, сколько совершенствовать технологии прозрачности, предоставлять рядовым гражданам возможность знать и понимать, над какими проблемами они работают, какие варианты решения этих проблем возможны, оценивать возможные достоинства и недостатки этих вариантов, а также выражать свое отношение к ним. По каналам обратной связи те или иные мнения и оценки должны доводиться до органов местного самоуправления, воздействуя таким образом на принятие соответствующих управленческих решений.
3. Технологические модели организации связей между властью и общественностью (в том числе, и на уровне местного самоуправления) совершенствовались и развивались по мере расширения и развития демократических начал в обществе. Сегодня можно говорить о том, что общая тенденция развития моделей «паблик рилейшнз» в современном демократическом обществе выражается в постепенном переходе от одностороннего влияния власти на общественность к двустороннему и равноправному диалогу между ними посредством PR-структур.
4. В условиях современной Украины процесс формирования «паблик рилейшнз» органов государственной власти и местного самоуправления по образцу развитых стран начинается с приобретением государственной независимости и социально-политической трансформацией общества и отражает в себе все сложности и противоречия утверждения демократических начал в жизни украинского общества. Так, до середины 90-х годов в деятельности муниципальных властей преобладала ремесленная модель организации связей с общественностью, при которой коммуникации отводилась роль некоего орнамента, вспомогательного атрибута, который еще не является частью процесса управления (см. выше, рис. 1.2). Однако после принятия Конституции Украины 1996 года и Закона «О местном самоуправлении» 1997 года в органах местного самоуправления начинает формироваться новое отношение к коммуникации, в котором она уже рассматривается как инструмент управления (см. выше, рис. 1.3). Вслед за мировой традицией в отечественной науке и практике за связями с общественностью постепенно закрепляются специальные функции, благодаря чему они начинают приобретать статус одного из инструментов социального управления, а в муниципальных органах власти создаются структурные подразделения по связям с общественностью.
5. В связи с реформированием системы местного самоуправления в деятельности муниципальных PR-структур получает распространение модель построения связей с общественностью, которая может быть охарактеризована как контролируемое одностороннее движение информационного потока от организации к целевым группам с проверками результативности проделанной работы, которые проводятся с помощью специальных замеров до и после коммуникационной кампании. Главная задача, которую при этом решают муниципальные PR-структуры, состоит в формировании позитивного восприятия населением территориальной общины деятельности органов муниципального самоуправления и их высших должностных лиц. Концептуальной основой такого подхода к организации связей с общественностью является идея о том, что форма, в которой организация преподносит себя, ведет к формированию определенного представления о ней у целевой группы.
6. Подготовленные нами программа и инструментарий социологического исследования дают возможность проводить оперативный сбор и анализ информации относительно восприятия общественностью сложившихся форм и методов ведения PR на муниципальном уровне, выявлять возможные точки напряженности в отношениях городской власти и общественности, характер и степень рассогласования коммуникационных процессов между ними, разрабатывать систему корректирующих мероприятий, что будет способствовать демократизации PR-деятельности, укреплению и развитию обратной связи с населением, и, в конечном счете, повышению авторитета и эффективности местной власти.

# Список использованных источников

|  |
| --- |
| 1. Арнольд Н. Тридцатый нож в спину российской рекламе и public relations. — М.: Топ-медиа, 1997. — 233 с. |
| 1. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме: Пер. с англ. — СПб.: Прайм-Еврознак, 2002. — 558 с. |
| 1. Артемникова И. Общество оценщиков PR // Экономика и жизнь. — 1995. — №6. — С. 6-8. |
| 1. Белановский С. Методы фокус-групп. — М.: Никколо-Медиа, 1999. — 240 с. |
| 1. Березкина Л. Графы и их применение: Пособие для учителей. — М.: Просвещение, 1979. — 143 с. |
| 1. Биленчук П., Кравченко В., Подмечильный М. Местное самоуправление в Украине. Научное пособие. — К. : Атіка, 2000. — 304 с. |
| 1. Блажанов В. Паблик рилейшнз. — М.: Дело, 1994. — 230 с. |
| 1. Блэк С. PR: Международная практика: Пер. с англ. — М.: Довгань, 2001. — 172 с. |
| 1. Блэк С. Введение в паблик рилейшнз: Пер. с англ. — Ростов н/Д.: Феникс, 1998. — 320 с. |
| 1. Бодуан Ж. Управление имиджем компании. Паблик рилейшнз: предмет и мастерство. — М.: ИНФРА-М, 2001. — 233 c. |
| 1. Бююль А., Цефель П. SPSS: искусство обработки информации. Анализ статистических данных и восстановление скрытых закономерностей: Пер с нем. — СПб.: ООО «ДиаСофтЮП», 2001. — 608 с. |
| 1. Варустин Л. Расставим акценты: К определению понятия «предмета науки PR» // PR-диалог. — 1998. — №2. — С. 3-4. |
| 1. Векслер А. История public relations: Попытка хронологии // Советник. — 1998. — №1. — С. 38-42. |
| 1. Векслер А. История public relations: Попытка хронологии // Советник. — 1998. — №9. — С. 28-33. |
| 1. Векслер А. История public relations: Попытка хронологии // Советник. — 1998. — №10. — С. 33-35. |
| 1. Векслер А. История public relations: Попытка хронологии // Советник. — 1999. — №1. — С. 39-40. |
| 1. Викентьев И. Приемы рекламы и PUBLIC RELATION. — СПб.: ООО «ТРИЗ-ШАНС», 1999. — 256 с. |
| 1. Вишняк О., Кучеренко А. Структура жизненных планов молодежи // Разумная ориентация жизни молодежи. — К.: Молодь, 1989. — С. 185-197. |
| 1. Вишняк О., Чечель Л. Структура и динамика жизненных ориентаций молодежи // Формирование мировоззренческой культуры молодежи. — К.: Наукова думка, 1990. — С. 236-239. |
| 1. Вишняк О., Шевель І. Дослідження і прогнозування виборів в Росії та Україні: досвід і проблеми (1990-1998). — К.: Стилос, 1998. – 150 с. |
| 1. Вишняк О. Електоральна соціологія: історія, теорія, методи. — К.: І-нт соціології НАН України, 2000. — 308 с. |
| 1. Водолазский В. К вопросу о паблик рилейшнз в структуре органов местного самоуправления // Соціальні виміри суспільства. Збірка наукових робіт молодих науковців. — 2001. – Вип. 4. — С. 154-165. |
| 1. Водолазский В. Основные результаты социологического исследования связей муниципальных органов Донецка с общественностью // Соціальні виміри суспільства. Збірник наукових праць. — 2002. – Вип. 5. — С. 156-194. |
| 1. Водолазский В. Экспертные методы анализа эффективности PR-деятельности муниципальных органов местного самоуправления // Социология: теория, методы, маркетинг. — 2002. — №11. — С. 103-116. |
| 1. Гавра Д. Общественное мнение, как социологическая категория и |

социальный институт. — СПб.: Прайм-Еврознак, 1995. — 420 с

|  |
| --- |
| 1. Геллнер Э. Нация и национализм: Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1991. — 280 с. |
| 1. Гидденс Э. Социология. — М.: Эдиториал УРСС, 1999. — 704 с. |
| 1. Григорьева Н. Работа учреждения с общественностью. — СПб.: СПбУП, 1999. — 63 с. |
| 1. Евстафьев В., Ясонов В. Введение в медиапланирование. — М.: РИП-холдинг, 2001. — 82 с. |
| 1. Егорова Е., Минтусов И. Политическое консультирование. — М.: Никколо-Медиа, 1999. — 471 с. |
| 1. Егорова Е., Плешаков К. Политическая реклама. — М.: Никколо-Медиа, 1999. — 240 с. |
| 1. Ельмеев В. Социологический метод: теория, онтология, логика. — СПб.: Петрополис, 1995. — 256 с. |
| 1. Жуков К., Карнышев А. Азбука избирательной кампании. — М.: ИММА-пресс, 2001. — 328 с. |
| 1. Зайцева В., Уткин Е. Сколько стоит добрая молва? // Россия молодая. — 1993. — №6. — С. 16-20. |
| 1. Закон про місцеве самоврядування в Україні №280/97-ВР від 25.06.1997 р. // Відомості Верховної Ради. — 1997. — №24. — С. 170. |
| 1. Зверинцева А. Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR. — СПб.: Союз, 1997. — 286 с. |
| 1. Избирательные технологии и избирательное искусство: Сб. статей / Под ред. С. Устименко. — М.: РОССПЭН, 2001. — 176 с. |
| 1. Ильясов Ф. Политический маркетинг. — М.: ИММА-пресс, 2000. — 200 с. |
| 1. История социологии: Учебное пособие / Под общ. ред. А. Елсукова. — Мн.: Высшая школа, 1997. — 387 с. |
| 1. Катлип С., Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшнз. Теория и практика. Пер. с англ. — М.: Вильямс, 2000. — 624 c. |

|  |
| --- |
| 1. Конституція України // Відомості Верховної Ради. — 1996. — №30. — С. 141. |
| 1. Королько В. Основи паблик рилейшнз: Посібник. — К.: Ін-т соціології НАН України, 1997. — 334 с. |
| 1. Королько В. Основы паблик рилейшнз. — К.: Ваклер, 2000.— 526 с. |
| 1. Краткий словарь по социологии. — М.: Политиздат, 1989. — 280 с. |
| 1. Кристофидес Н. Теория графов: алгоритмический подход. — М.: Мир, 1978. — 429 с. |
| 1. Куйбіда В. Конституційно-правові проблеми міського самоврядування в Україні. — Львів: Літопис, 2001. — 375 с. |
| 1. Кунявский М. Легітимність регіональної політико-адміністративної еліти: точка зору населення // Актуальні проблеми державного управліньня. Збірник наукових праць Української Академії державного управління — 1999. — С. 302-306. |
| 1. Кутафин О. Фадеев В. Муниципальное право Российской Федерации. — М.: Юрист, 1997. — 428 с. |
| 1. Ласвель Г. Техника пропаганды в мировой войне. — М.: б/изд., 1929. — 380 с. |
| 1. Лебедева Т. Искусство обольщения: «Паблик рилейшнз по-французки». Концепции. Практика. — М.: Моск. ун-та, 1996. — 134 с. |
| 1. Лебедева Т. Паблик рилейшнз. Корпоративная и политическая режиссура. — М.: МГУ, 1999. — 352 с. |
| 1. Лисовский С. Политическая реклама. — М.: Маркетинг, 2000. — 256 с. |
| 1. Любимов А. Мастерство коммуникации. — М.: КСП, 1999. — 576 с. |
| 1. Макаревич Э. Общественные связи. — М.: ТВ-Пресс Агенство «Граф Илья Толстой», 1998. — 360 с. |
| 1. Максимов А. «Чистые» и «грязные» технологии выборов: Российский опыт. — М.: Дело, 1999. — 448 с. 2. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура: Пер. с англ. — К.: Ин-т социологии НАН Украины, 1996. — 112 с. |

|  |
| --- |
| 1. Миркин Б. Анализ качественных признаков и структур. — М.: Статистика, 1980. — 319 с. |
| 1. Миронов А. Разделяй и властвуй. — М.: Добросвет, 2001. — 216 с. |
| 1. Моделирование сицио-эколого-экономической системы региона / Под ред. В. Гурмана, Е. Рюминой. — М.: Наука, 2001. — 175 с. |
| 1. Моисеев В. Паблик рилейшнз. Теория и практика. — К.: ВИРА-Р, 1999. — 375 с. |
| 1. Московичи С. Век толп: Исторический трактат по психологии масс. — М.: Центр психологии и психотерапии, 1998. — 475 с. |
| 1. Невзлин Л. Паблик рилейшнз. Кому это нужно? — М.: Экономика, 1993. — 223 с. |
| 1. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение: открытие спирали молчания: Пер. с нем. — М.: Прогресс-Академия, 1996. — 248 с. |
| 1. Общество и политика: Современные исследования, поиск концепций / Под ред. В. Большакова. — СПб.: С-Петерб. ун-та, 2000. — 510 с. |
| 1. Оссовский В. Громадська думка: спроба соціологічної інтерпретації. — К.: НАН України, Інститут соціології, 1999. — 137 с. |
| 1. Паблик рилейшнз // Экономика и жизнь. — 1996. — №32. — С. 23-25. |
| 1. Паниотто В. Качество социологической информации. — К.: Наукова думка, 1986. — 206 с. |
| 1. Парсонс Т. Система современных обществ: Пер. с англ. — М.: Аспект- Пресс, 1997. — 270 с. |
| 1. Пашенцев Е. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики. — М.: Финпресс, 2000. — 240 с. |
| 1. Пашенцев Е. Связи с общественностью: мировая практика и современная Россия. — М.: ИТРК РСПП, 2000. — 176 с. |

|  |
| --- |
| 1. Петров О. Соціологічні виборні технології. — Дніпропетровськ: Арт-Прес, 1998. — 164 с. |
| 1. Политология: Энциклопедический словарь / Общ. ред. и сост. Ю. Аверьянова. — М.: Смысл, 1993. — 236 с. |
| 1. Полторак В. Социология общественного мнения: Учебное пособие. — К.; Д.: Социополис, 2000. — 264 с. |
| 1. Потеряхин А. Психология слухов. — Черновцы: Викинг, 2000. — 68 с. |
| 1. Почепцов Г. Имиджмейкер. Паблик рилейшнз для политиков и бизнесменов. — К.: ИМСО МО Украины, 1995. — 256 с. |
| 1. Почепцов Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. — К.: Ваклер, 1999. — 624 с. |
| 1. Почепцов Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. — К.: Ваклер, 1998. — 352 с. |
| 1. Пронина Е. Психологическая экспертиза рекламы. — М.: РИП-холдинг, 2000. — 100 с. |
| 1. Пугачев В., Соловьев А. Введение в политологию. — М.: Аспект Пресс, 1999. — 447 с. |
| 1. Пызин В. Разберемся в чувствах власти // Советник. — 1997. — №5. — C. 7-10. |
| 1. Рабардель П. Люди и технологии. — М.: Ин-т психологии РАН, 1999. — 264 с. |
| 1. Рабочая книга социолога. — М.: Наука, 1983. — 257 с. |
| 1. Расторгуев С. Философия информационной войны. — М.: Вузовская книга, 2001. — 468 с. |
| 1. Саєнко Ю., Ткачук А., Привалов Ю. Місцеве самоврядування в Україні: проблеми і прогнози. — К.: Інститут соціології НАН України, 1997. — 148 с. |
| 1. Самсонадзе Н. Создание мифов, или искусство управлять мифом // Советник. — 1998. — №7. — С. 32-34. |
| 1. Свирский Б. Государственное строительство и местное самоуправление в Украине. — Харьков: Эспада, 2001. — 486 с. |
| 1. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под общ. ред. В. Коморовского. — М.: РАГС, 2001. — 520 с. |
| 1. Секреты предвыборной борьбы / Под ред. В. Королько. — К.: МАУП, 2001. — 104 с. |
| 1. Синяева И. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности. — М: ЮНИТИ, 1998. — 287 с. |
| 1. Словарь иностранных слов. — М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2000. — 350 с. |
| 1. Социальные идентификации и идентичности / С. Макеев, С. Оксамитная, Е. Швачка. — К.: Ин-т социологии НАН Украины, 1996. — 185 с. |
| 1. Социология в России / Под ред. В. Ядова. — М.: Ин-т социологии РАН, 1998. — 696 с. |
| 1. Соціологія: Навч. посібник / за ред. С. Макєєва. — К.: Ін-т ім. М. Бажана, 1999. — 344 с. |
| 1. Стиль человека: психологический анализ / Под ред. А. Любина. — М.: Смысл, 1998. — 310 с. |
| 1. Сурмин Ю. Туленко Н. Методы и методология социологических исследований. — К.: МАУП, 2000. — 304 с. |
| 1. Тард Г. Социальные законы. Личное творчество среди законов природы и общества: Пер. с фр. — СПб.: Губинский, 1906. — 180 с. |
| 1. Тоффлер Э. Мои мысли о природе власти. США. Экономика, политика, идеология: Пер. с англ. — М.: Наука, 1992. — 250 с. |
| 1. Тощенко Ж. Достойна ли политическая экспертиза своего высокого предназначения? // Власть. — 1996. — №4. — С. 60-65. |
| 1. Тульчинский Г. Public Relations: Репутация, влияние, связи с прессой и общественностью, спонсорство. — СПб.: Трансконсалтинг, 1997. — 340 с. |
| 1. Указ Президента України “Про додаткові заходи щодо забезпечення відкритості у діяльності органів державної влади” №683/2002 від 01.08.2002 р. // Офіційний Вісник України. — 2002. — №31. — С. 192. |
| 1. Українське суспільство на порозі третього тисячоліття. Кол. монографія / Під ред. М. Шульги. — К.: Ін-т соціології НАН України, 1999. — 687 с. |
| 1. Философский энциклопедический словарь. — М.: Сов. энциклопедия, 1989. — 600 с. |
| 1. Фромм Э. Бегство от свободы: Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1989. — 272 с. |
| 1. Харари Ф., Палмер Э. Перечисление графов: Пер. с англ. — М.: Мир, 1977. — 324 с. |
| 1. Хэйвуд Р. Все о public relation: как добиться успеха в бизнесе, используя связи с общественностью: Пер. с англ. — М.: БИНОМ, 1999. — 256 с. |
| 1. Чарльз Ф. Сравнительный анализ политических систем. Пер с англ. — М.: ИНФРА, 2000. — 320 с. |
| 1. Человек и его работа (социологическое исследование) / Под ред. А.Здравомыслова и др. — М.: Наука, 1967. — С. 363-364. |
| 1. Чумиков А. Связи с общественностью: Учебное пособие. — М.: Дело, 2000. — 272 с. |
| 1. Шерстнев М. Тайные механизмы управления людьми. — М.: Русская правда, 1999. — 240 с. |
| 1. Шишкина М. Паблик рилейшнз в системе социального управления. — СПб.: С.-Петерб. Ун-та, 1999. — 444 с. |
| 1. Щекин Г. Теория кадровой политики: Монография. — К.: МАУП, 1997. — 176 с. |
| 1. Ядов В. Социологическое исследование: методология, программа, методы. — М.: Наука, 1987.— 246 с. |
| 1. Ядов В. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснения, понимание социальной реальности. — М.: Добросвет, 1998. — 596 с. |
| 1. Яковлев И. Паблик рилейшнз в организациях. — СПб.: Петрополис, 1995. — 280 с. |
| 1. Якубовский А., Попова И., Кунявский М. Региональная политико-административная элита // Актуальные проблемы государственного управления. — 1999. — С. 302-306. |
| 1. Burkly W. Sociology and modern systems theory. — Oxford, 1967. — 180 p. |
| 1. Durand J. Les formes de la communication. — P., 1981. — 350 p. |
| 1. Habermas J. Legilimation Grisis. — Boston, 1975. — 230 p. |
| 1. Habermas J. The Theory of Communicative Action. — L., 1984. — 420 p. |
| 1. Lapiere R. Theory of Sosial Control. — N.Y., Toronto, L., 1954. — 370 p. |
| 1. Mencher M. Basic Media Writing. — Madison, 1993 — 347 p. |
| 1. Rossi P. Review of C.W.Mills. The Power Elite // Ibid. 1956 Sept. |
| 1. Park R. Burgess E. Introduction to the Science of Sociology. — Ghicago, 1924. — 320 p. |
| 1. Seymor-Ure C. The Political Jmpact of Mass Media. — L., 1974. — 320 p. |
| 1. Websters New World Dictionary for Young Adung / Simon Shuster. — New York, 1994. — 712 p. |

***Для заказа доставки данной работы воспользуйтесь поиском на сайте по ссылке:*** [***http://www.mydisser.com/search.html***](http://www.mydisser.com/search.html)