



ЛАШКІНА

Марія Григорівна,
кандидат наук з державного управління, докторант кафедри державної політики та управління політичними процесами Національної академії державного управління при Президентові України, м. Київ.

Анотація:

У статті розглядається науково-теоретичний підхід до комунікації в публічному політичному просторі і глобальному інформаційно-комунікативному світі. Політична комунікація та активна комунікативна політика не можуть розглядатися відокремлено від взаємовідносин в суспільстві, вміння спілкуватися, моральних цінностей, політичної культури та всієї системи формування публічного політичного простору. Сучасні інформаційні технології надають великі можливості для розвитку ефективної комунікації.

Ключові слова: комунікація, публічний простір, публічна політика, комунікація в публічному просторі, ефективна комунікація.

УДК 659.3/4:32.019.5

Марія ЛАШКІНА

НОВІ ПІДХОДИ ДО КОМУНІКАЦІЇ В ПУБЛІЧНОМУ ПРОСТОРИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

*„Стиль полеміки важливіше предмета полеміки”, -
Г.С. Померанц,
російський філософ,
культуролог, письменник, есеїст*

Постановка проблеми. Розвиток нових інформаційних технологій, мобільний зв'язок, Інтернет та соціальні мережі дали можливість світу на рубежі ХХ-ХХІ століть по-новому поглянути на зміст та сенс процесу комунікації й засобів масової комунікації, їх можливостей та механізмів діяльності. Відомо, що комунікація як процес виникає тільки в людському середовищі, в її основі лежить вміння людини розмовляти, спілкуватися один з одним. Кризові явища в економіці та політиці, що проявляються по всьому світу і, завдяки тим же технологічним інформаційним можливостям, стають майже типовими для багатьох країн, підштовхують уряди, держави, правлячі класи шукати нові шляхи до комунікації з народами та населенням, різними класами та кастами. Нові шляхи не тільки передачі інформації від уряду до людей, але й змістовного наповнення своїх повідомлень задля порозуміння в суспільстві. Це важливо тому що рівень комунікації в суспільстві майже дорівнює рівню довіри. Чим більше люди спілкуються між собою, тим більше виникає порозуміння, розвивається толерантність та терпимість. Недарма стародавні греки навчали дітей риториці. Вона давала можливість людині сформулювати свої думки та відстояти позицію ненасильницькими методами. Показники рівня довіри до української влади, які стрімко знижуються останнім часом свідчать, що між державою і суспільством майже немає порозуміння [14]. В державному управлінні в Україні існує велика проблема інформаційного забезпечення та просування політики держави. Процеси спілкування, роз'яснення політики, дій уряду та влади в цілому є розмитими, не систематизованими, спонтанними та часто не прогнозованими щодо їх наслідків. За роки незалежності в сфері державної комунікативної політики (а ми під комунікативною політикою розуміємо – діяльність уряду, органів державної влади, правлячої еліти з просування й роз'яснення своєї політики та спілкування з громадськістю, ЗМІ, народом взагалі) відбулися певні зрушення щодо демократизації процесів взаємодії, зокрема із засобами масової інформації, громадськими організаціями тощо.

Сьогодні вже всі, або майже всі, органи державної влади мають свої прес-служби, хоча б прес-секретарів, відділи по зв'язках із ЗМІ та громадськістю, сайти в Інтернеті, деякі установи навіть мають громадські ради, які призначені впливати на політику прийняття рішень. Прийнято достатньо демократичний за європейськими нормами Закон „Про доступ до публічної інформації”. Він надає великі можливості для вільного отримання інформації від органів державної влади, фактично закріплює необхідність, а іноді просто примушує поки що застарілі бюрократичні системні утворення у владних установах спілкуватися із своїми „роботодавцями”, тобто платниками податків в публічній площині.

Водночас цей „діалог” практично є малоефективним, а сучасні технології, мережеві об'єднання вже створюють нові виклики для

влади щодо можливості встановлювати контакти, спілкуватися та просувати свої ідеї. Виникає все більший розрив між владою та населенням, що призводить до зниження довіри до владних інституцій й розчарування та апатії в суспільстві. Отже постає проблема пошуку нових підходів до комунікації в публічному просторі для державного управління.

Інформаційно-комунікаційні технології за останні два-три десятиліття якісно змінили обличчя світу. Сформовані за їх допомогою потоки повідомлень, створили своєрідну інформаційну сферу, яка поступово перетворилася в самостійну, з власними інститутами, нормами, стійкими відносинами і зв'язками, системою символів та знаків, мовою. Філософи часто визначають сучасний світ як постмодерне та інформаційно-комунікаційне суспільство, де на перший план виходить можливість комунікативної участі. Фактично людство навпаки намагається знайти ті механізми, системи та стратегії, що дозволять безболісно та ефективно існувати в „скляному домі” на який перетворився світ. Ми пропонуємо поглянути на нові підходи до комунікації в публічному просторі з міждисциплінарного виміру, оскільки дослідженням теорій комунікації займалися різні сфери знань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Нам необхідно визначити, що ми розуміємо під публічним простором, а також які комунікативні можливості є у державного управління України, що не використовуються за своїм призначенням задля знаходження взаємопорозуміння із суспільством.

Науковці досліджують цей феномен суспільного походження (комунікацію) вже з початку ХХ ст., а фактично з моменту технологічного розвитку системи передачі інформації. Створено велику кількість моделей і схем політичної та масової комунікації, що розроблялись на основі досліджень в галузі психології підсвідомості З.Фрейда, К.Юнга, Е.Берна, представників гуманістичного напрямку в масовій психології – К.Роджерса, Ю.Московічі та ін. Більшість цих досліджень стосувалися психологічних феноменів впливу інформаційних повідомлень, що передаються під час комунікації, на свідомість або підсвідомість суспільних груп. На базі цих концепцій було розроблено семіотичні моделі комунікації Р.Якобсона, Ю.Лотмана, У.Екю, Т.Ньюкома, що й до цього часу успішно використовуються в журналістиці. Нас будуть цікавити дослідження фахівців двох основних підходів до трактування процесу і моделей комунікації – футурологічного і соціально-філософського. Футурологічні моделі комунікації представлені в дослідженнях: М. МакЛюєна (Marshall McLuhan), Д. Белла (Daniel Bell), Н.Постмана (Neil Postman), Т.Стоуньєра та інш. Філософсько-соціологічний підхід ґрунтується на концепції біхевіоризму (від behavior – поведінка), авторами якої є Дж. Вотсон (John Broadus Watson), Е Торндайк (Edward Lee Thorndike). Внесок школи біхевіоризма полягає у дослідженні ефектів комунікації у поведінкових проявах [10]. Саме на основі біхевіоризму у першій половині ХХ сторіччя сформулювалися окремі розділи соціальної пропаганди, представниками якої є розробники моделей комунікації, які фактично покладені в основу сучасної комунікативної політики: П.Лазерфельд, Г.Олпорт, У Шрамм, Г.Лассуел. Сучасні дослідники цього напрямку розробляють нові підходи в дусі філософії консьюмеризму й активно співпрацюють з урядами, зокрема у Великобританії, Франції, США: Р.Талер, К. Санстейн, Д.Галперн [13].

З розвитком інформаційного суспільства дослідження процесів комунікації стало привілеєм представників технічних та математичних наук. Зокрема, фахівці в галузі PR Скот М.Катліб, Аллен Х. Центер спираються на математичні моделі Шеннона і Уівєра [7]. З точки зору успішної взаємодії із засобами масової інформації найчастіше використовується модель пропагандистського комунікаційного процесу, Г.Лассвелла, яка будується на п'ятьох запитаннях та відповідях на них: Хто говорить? Що повідомляє? Кому? Яким каналом? З яким ефектом? І стала більш фаховою та досконалою через додане питання „за яких умов?”, що фахівці приписують Д.Велсу [8].

Певний поворот в розвитку сучасної теорії комунікації, особливо в системі публічного сектору зробили теорія комунікативної дії Ю.Габермаса і системна (деякі дослідники називають її теорією самореференції) теорія Н.Лумана. Комунікативна

дія в концепції Ю.Габермаса розглядається в контексті порозуміння та соціальної інтеграції, що досягається за допомогою раціонального дискурсу, у який індивіди вступають добровільно і успіх якого рівнозначний перемозі найпереконливішого аргументу, а не влади чи капіталу. Під дискурсом (від лат. *discursus* – міркування, аргумент, фр. *discours* – мовлення) розуміється аргументована комунікація, що здійснюється за конкретними правилами [10].

Велика кількість концепцій, теорій й різнопланових досліджень комунікативних та інформаційних процесів в суспільстві постійно вивчається науковцями багатьох сфер діяльності, зокрема спеціалістами в сфері журналістики, масової комунікації, PR, психології спілкування, соціальної психології, політології, соціології, державного управління, політичної психології тощо. Найбільш дослідженими є близько 40 наукових шкіл та теорій, які ретельно згрупував С.Квіт, що є найбільш популярними на сьогоднішній день для вивчення комунікативних процесів [8].

Комунікативні аспекти масової інформації, проблеми інформаційної безпеки та статусу мас-медіа постійно вивчають вітчизняні фахівці В.Бебик, В.Іванов, Н.Грицяк, В.Королько, Н.Костенко, О.Литвиненко, М.Логунова, О.Некрасова, Г.Почепцов, І.Слісаренко, С.Чукот та інші. Останнім часом більшість досліджень стосується проблем розвитку суспільних комунікацій та сучасних мас-медіа: В.Бебик, Н.Грицяк, В.Бортніков, Л.Дегтярьова, А. Кудряченко, М.Власенко, С.Зорько, М.Сиротич.

Також досліджуються окремі аспекти взаємодії зі ЗМІ, формування іміджу державної влади (І.Колосовська, Ю.Падафет, О.Порфімович, О.Швець); відкритості органів державної влади та технології інформаційної взаємодії в процесі прийняття управлінських рішень (Я.Гонцяж, Н.Гнидюк, І.Ібрагімова та ін.); розвитку системи зв'язків з громадськістю як інституту державного управління (С.Колосок, О.Мех, Л.Руїс-Мендісабаль). У процесі визначення шляхів оптимізації комунікації у взаємодії влади, ЗМІ та громадськості на особливу увагу заслуговують роботи О.Бабиної, Н.Дніпренко, О.Д'якової, О.Радченко, Ю.Работи, А.Серанта.

Сучасні дослідження в сфері політичної комунікації ґрунтуються на трьох моделях взаємодії засобів масової інформації і політики Галліна Денієла С. та Паоло Манчіні, які після чотирьох теорій преси Ф.Сіберта, Т.Перерсона і У.Шрамма та їх критики Ф.Уєбстером стали найбільш відомим щодо розвитку суспільних комунікацій в демократичних суспільствах [1]. Політичні функції мас-медіа в країнах з різними політичними режимами визначив та узагальнив німецький дослідник Герд Штротмайер. Однією із головних функцій політичної комунікації він називає відкритість [16].

Англійський науковець Даррен Дж. Ліллеркер проаналізував більше 50 концепцій, теорій, стратегій та видів діяльності, пов'язаних з політичною комунікацією у публічній сфері політики та державного управління [11].

Маємо розглянути також деякі аспекти сфери публічної політики, зокрема визначення термінології та основних складових. Серед зарубіжних дослідників публічної політики можна виділити А.Сміта, Дж.Мілла, Торенса, В.Парсонса, Г.Аренд, Дж.Андерсона, Девіда Кумбса та інш. Проблемами публічного дискурсу політики серед українських дослідників займаються: Е.Афонін, Л.Гонюкова, М.Логунова, В.Казачков, М.Пірен, С.Погорелий, О. Радченко, В.Рєбвало, В.Тертичка, С.Телешун, та багато інших.

Визначення не вирішених раніше частин проблеми. Більшість досліджень вітчизняних і зарубіжних вчених стосуються окремих аспектів, концепцій та механізмів політичної комунікації, масової комунікації та комунікативної політики. Комунікацію розглядають як систему взаємовідносин із ЗМІ, форм, технологій, методів передачі інформації (повідомлень) від суб'єкта комунікації споживачеві. Ми пропонуємо поглянути на комунікацію в публічному просторі як на безперервний системуютьуючий процес, в якому немає чіткої розбіжності між символами та об'єктами комунікації.

Мета статті. Здійснити науково-теоретичний аналіз сучасних теорій комунікації, їх вплив на формування нових суспільних відносин, з точки зору комунікації, як системи взаємовідносин, форм, технологій та змісту контекстного дискурсу у пу-

блічному політичному просторі. Запропонувати нові підходи до політичної комунікації задля покращення соціальної рівноваги та довіри до державних інституцій. Для реалізації цієї мети поставлені завдання проаналізувати науково-теоретичні підходи до комунікації в постмодерному світі та визначити нові підходи до процесу комунікації в публічному просторі.

Висвітлення основного матеріалу. Відповідно до логіки нашого підходу треба визначити суть основних понять та дефініцій, що є предметом нашого дослідження. Тобто треба пояснити, що ми маємо на увазі під „публічним”, „публічним простором”, „комунікацією” та „комунікацією в публічному просторі”. Щодо розуміння „публічного”, ми звернулися до дослідників та теоретиків публічної політики, оскільки комунікативні процеси, які нас цікавлять стосуються просування політики. Зокрема у В.Парсонса знаходимо пояснення, що ще у стародавніх Греції та Римі визначали два світи *res publica* і *res priva*. Грецька ідея публічного і приватного визначалася термінами: *Koinion* (загалом означає „публічний”) та *Idion* (загалом „приватний”). На основі цієї дихотомії вже сучасний політолог Ганна Аренд визначила набір антонімів, що конфліктують між собою в цьому просторі: публічний – приватний; свобода – необхідність; чоловік – жінка; рівність – нерівність; безсмертність – смертність; відкритий – закритий. Протистояння між цими двома світами є достатньо глибинним і не таким однозначним, як це виглядає на перший погляд.

Дихотомія публічного і приватного проходить в контекстах праць Арістотеля і Платона, Ю.Габермаса і Г.Лассвелла, А.Смітта і Дж. М.Мілля, Вебера й В.Вільсона та багатьох інших дослідників в сфері державного управління, права, масової комунікації, свободи слова та інш. Ми маємо зрозуміти де пролягає ця межа між приватним і публічним, яка може й має стати предметом комунікативної політики уряду. Щоб зрозуміти сучасні загальнонаукові підходи до дихотомії між публічним і приватним секторами наведемо 10 ключових відмінностей публічного сектора, які визначив W.F.Vaber, що їх цитує В.Парсонс. Отже, публічний сектор:

- має справу зі складними й неоднозначними завданнями;
- має більше проблем із впровадженням рішень;
- використовує більше людей із ширшим діапазоном мотивацій;
- більше має справу із забезпеченням можливостей чи здатностей;
- має справу з компенсацією ринкових невдач;
- бере участь у заходах більш символічного значення;
- пов’язаний із суворішими стандартами зобов’язань і легальності;
- має більше можливостей реагувати на проблеми справедливості;
- повинен діяти чи намагатися діяти в інтересах суспільства;
- забезпечувати мінімальний рівень державної підтримки, вищий за той, що вимагається у приватному виробництві [12].

Зрозуміло, що комунікація держави, її інституцій, органів та службовців, як представників влади, перебуває в полі публічної політики. Загальні підходи до визначення публічної політики виокремлено у дослідженні „Публічна політика: вступ до теорії й практики аналізу політики”. Завідуючий кафедрою політичних наук Коледжу Куїн Мері Лондонського університету Вейн Парсон визначає „публічну політику” як трактування дій уряду, оцінку публічної політичної діяльності всіх учасників політичного процесу. Парсонс пропонує декілька підходів до публічної політики: як аналізу самого процесу здійснення публічної політики та аналізу у межах процесу здійснення публічної політики [12].

Гарольд Лассвелл до терміну „публічна політика” відносить наступні складові: мультиметодність; мультидисциплінарність; зосередженість на проблемі; прагнення змалювати контекст процесу здійснення політики, варіанти політики та наслідки політики; об’єднання знань у всеохоплюючу дисципліну для аналізу варіантів публічного вибору й прийняття рішень і допомоги у демократизації суспільства [12].

За Дж. Андерсоном публічна політика це: свідома, цілеспрямована діяльність, а не сукупність випадкових подій; певний визначений курс, а не окремі непов’язані між собою рішення; реальна діяльність, а не просто намір щось зробити; може бути

як позитивною (здійснення активних заходів із вирішення проблем), так і негативною (свідомою відмовою втручатися в перебіг подій); базується на законодавстві і є обов'язковою для виконання громадянами [5].

Загалом сферу „публічного” дослідники визначили в таких термінах: суспільний інтерес; громадська думка; суспільні блага; суспільне право (державний закон); публічний сектор; громадське здоров'я; громадський транспорт; народна освіта; громадські органи масової інформації; публічна підзвітність; громадські туалети; громадський порядок; державний борг.

Зміна політики уряду, або інші причини призводять до того, що в деякі періоди виникає невдоволення суспільством способом розподілу суспільних благ, чи їх ціною, чи діями уряду, чи втрачається відчуття справедливості. Уряди реагують на це, змінюючи спосіб надання суспільних благ або розміри чи масштаби їх надання. Особливо це характерно для часу, коли відбувається глобальне реформування всіх сфер життя, переходу до нових форм господарювання, політики, надання соціальних послуг тощо.

Як бачимо із сфер публічного та основних його відмінностей всі вони є продуктом діяльності людини, а значить не можуть виникати та розвиватися без комунікативних дій. Досвід показує, що сфери публічного і приватного секторів в політичній реальності часто змінюються у відповідь на взаємодію виборців, урядів, державних службовців і виробників політики. Приклад з української дійсності, коли Конституційний Суд України за поданням Жашківської районної ради Черкаської області офіційно розтлумачив положення частини 1,2 статті 32 та частини 2,3 статті 34 Конституції України, яким підтвердив заборону збирати, зберігати та оприлюднювати будь-яку конфіденційну інформацію про людину та пояснив, що слід розуміти під поняттям конфіденційності. Згідно з цим рішенням заборони підлягає висвітлення матеріального становища людини, місце її проживання та перебування, дані про майнові та немайнові відносини з іншими особами, зокрема з членами родини, а також відомості про події та явища, що відбувалися або відбуваються в побутовій, інтимній, товариській, професійній, діловій сферах.

Такі самі заборони для публікацій часто використовуються і в практиці інших країн, коли кордони між приватним та публічним фактично зливаються. За повідомленням ЗМІ, у 2013 році нью-йоркський суд за позовом Деніела Морела, чий фото з особистого мікроблогу виявився без відома автора на сайті газети „The Washington Post”, постановив, що представники ЗМІ не мають права використовувати фотографії мікроблогерів в будь-яких комерційних цілях.

Водночас, відповідно до Закону України «Про доступ до публічної інформації» публічною є інформація, яка відображена та задокументована будь-якими засобами та на будь-яких носіях; інформація, що була отримана або створена в процесі виконання суб'єктами владних повноважень своїх обов'язків, передбачених чинним законодавством, або яка знаходиться у володінні суб'єктів владних повноважень, інших розпорядників публічної інформації, визначених цим Законом. Тобто, до публічної інформації Законом віднесено: всю інформацію, що знаходиться у володінні суб'єктів владних повноважень; визначену в статті 13 Закону інформацію, що знаходиться у володінні розпорядників, які не є суб'єктами владних повноважень (інформація щодо використання бюджетних коштів, виконання делегованих повноважень, умов постачання товарів, послуг і цін на них, інша суспільно необхідна інформація) [4]. Під „публічним простором” ми розуміємо всю інформацію, що відповідно до Закону, знаходиться у сферах публічного.

Інформація є важливою складовою комунікації, але не основною, якщо розглядати комунікацію як процес. В.Королько, аналізуючи відомі комунікаційні моделі, визначає комунікацію як двосторонній процес обміну повідомленнями, що ґрунтується на загально визначених поняттях та обумовлюється як змістом взаємовідносин комунікаторів, так і соціальним оточенням. В кожному повідомленні знаходиться інформація, яка має дійти до того, кому вона адресована з метою інформування, інструктування або переконання. Процес інформування складається з чотирьох стадій: привернення

уваги до самого процесу комунікації; досягнення сприйняття повідомлення; інтерпретацію повідомлення у передбачений спосіб; запам'ятовування для подальшого використання. Процес інструктування вимагає стимулювання до активного навчання або практичних дій. Процес переконання вимагає сприйняття змін (готовність підкоритися бажанням або ідеям відправника інформації) [9].

Обсяг поняття „комунікація” є не уніфікованим і швидко змінюється як сфери комунікації з розвитком людства і технологій. Енциклопедія державного управління визначає „комунікації в публічному управлінні” як процес обміну інформацією органів державної влади й органів місцевого самоврядування між різними інституціями суспільства (суб’єктами комунікації). Цими суб’єктами можуть виступати: державні інституції, бізнес-структури, громади (партії, рухи, спілки). Це також обмін інформацією всередині органу влади [5].

Ми маємо визначити, що означає комунікація в нашому трактуванні, спираючись на системну теорію Н.Лумана. Н. Луман у своєму трактуванні виходить з того, що оточуючий нас світ являє собою сукупність різних подій, зв’язків і фактів, між якими може встановлюватися така ж безмежна кількість зв’язків. Тому людина, як істота, обмежена за спроможностями та часом існування, потребує спрощення цих подій. В основі спрощень лежать три системи – соціальні, психічні та органічні, – які за своєю базовою структурою є однаковими і здатні упорядковувати світ як структурно-єдиний, придатний для типового опанування людиною. З його теорією комунікації пов’язана соціальна система, функція якої „утворювати, переробляти та редукувати складність і робити світ придатним до потреб людини хоча б за мінімальним порядком, аби людина могла в ньому орієнтуватися та діяти планомірно”. Луман розглядає суспільство не як закостенілий соціальний механізм, а як всеохоплюючу невпинно змінювану систему комунікацій, заснованих на постійній подвійній контингенції (від лат. *contingere* – торкатися, межувати, відбуватися, траплятися). На його думку суспільство, як цілісна система, складається не з мільйонів людей і взаємозв’язків між ними, які людина неспроможна усвідомити, а з комунікацій між ними [10].

Найпростіша модель комунікації включає у себе три компоненти – повідомлення (дію, наповнену для інших тим чи іншим інформативним змістом), інформацію, що її вкладає у повідомлення адресат, та розуміння повідомлення адресатом, тобто самостійне виокремлення ним для себе тієї чи іншої інформації. Кожна така комунікація для того, щоб мати своє продовження в інших комунікаціях, а в більшому сенсі, щоб продовжувало існувати суспільство має бути достатньо зрозумілою для її учасників. Таке розуміння можливе лише тоді, коли дана комунікація має рекурсивний (зворотній, повторний) смисловий зв’язок з попередніми комунікаціями. Луман пише, що „те, що відбувається постійно у суспільстві, це і є комунікація”, що комунікація конституює суспільство, а не дії окремого індивіда. Саме комунікація створює та утримує межі суспільства. А отже, вона не просто особлива характеристика суспільства, а суть соціальної системи як такої. Одним із засобів комунікації, на думку Н. Лумана, є влада: влада є засобом комунікації, точніше «символічним, генералізуючим комунікативним засобом»[10].

Соціальна система, що утворилась в суспільстві і є комунікація, вона є результат взаємозв’язків індивідів, що використовують певні ментальні та моральні концепти, в основі яких лежать сформовані архетипи, існуючі стереотипи, символи та настанови, рекрутовані в риторику та семантику стилю спілкування. Комунікація неминуче виникає у процесі будь-яких комунікативних дій, оскільки там, де люди спілкуються один з одним завжди існує вірогідність того, що вони будуть здійснювати один на одного вплив.

У сучасному цивілізованому світі комунікаціям між структурами, що здійснюють державну владу й управління суспільством відводиться центральне місце в кожній політичній системі. З позиції демократії, саме комунікація є ключовим елементом при формуванні суспільства, в якому громадяни і держава відчують свій взаємозв’язок. Звідси визначається її стимулююча роль. Головна мета комунікації – створення довірливих відносин між зацікавленими сторонами, формування правильних

очікувань з боку громадськості та налагодження партнерських стосунків між суб'єктами комунікації. „Досягнення соціальної злагоди за умови збереження індивідуальності кожного елемента” [10].

Фахівці виділяють декілька активних суб'єктів політико-владної комунікації. Це, передусім:

- сама політична сфера суспільства: держава і всі її інститути, що повинні інформувати суспільство про свої дії для того, щоб останнє схвалило і визнало їх як легітимні;

- недержавні установи, політичні партії, громадські організації та об'єднання; юридичні особи і, звичайно, громадяни;

- засоби масової інформації, в яких піднімаються й обговорюються питання державної політики, які впливають і на суспільство в цілому, і на політичну сферу.

У сучасному вільному, відкритому, плюралістичному мережевому суспільстві всі три суб'єкти незалежно і, водночас, взаємозалежно здійснюють комунікацію між собою. Іншими словами, вони говорять, що і коли вважають за потрібне, але знаходяться під впливом один одного, і у процесі формування аргументів, думок, стратегій, одна з груп може виявитися визначальною.

Водночас „комунікації у публічному просторі” розглядаються нами як ефективний управлінський засіб розвитку та реалізації заходів, необхідних для досягнення поставлених цілей. Тому комунікаційна діяльність в публічному просторі для державних інститутів потребує стратегічного планування, детальної продуманості та належного контролю. Комунікації у владних структурах мають сприйматися як обов'язкова складова планування різних видів діяльності та прийняття рішень [10].

Виходячи з головної мети комунікації формування довіри населення до дій та рішень, що приймаються, треба зауважити, що довіра також виникає тільки тоді, коли слова співпадають з діями. Соціологи встановили, що найпоширенішими причинами недовіри громадян до державних структур виявилися: корупція – 54%; відсутність видимих результатів діяльності – 38%; бюрократія – 29%; погане ставлення чиновників до громадян, які до них звертаються – 22%; відсутність знань про те, як державні структури планують розвиватися – 11% [3].

Г. Почепцов назвав основні помилки, які робить сучасна українська влада в комунікації з громадянами з просування своїх позицій та підтримки іміджу державних діячів й політиків: розгляд журналістів як ціль спілкування, хоча вони тільки є могутнім фільтром і ретрансляторами думок та ідей; неадекватне використання соціологічних опитувань: невірний підбір та використання спічрайтерів. Дослідник посилається на рекомендації американського фахівця Ф.Лунца, який пропонує п'ять конкретних кроків з комунікації, що, на його думку, допоможуть зняти напругу у відношеннях з публікою та продемонструють підзвітність:

- відеопоказ – демонстрація обіцянок та їх виконання;

- виборці повинні говорити першими – дати висловитися людині, щоб випустити гнів;

- не підтримувати власні компенсації, збільшення платні, преференцій для можновладців;

- реагування на неетичну поведінку своїх соратників;

- „кажи, що ти маєш на увазі, і май на увазі те, що кажеш”[13].

Погоджуючись з думкою деяких науковців (В.Іванов. Н.Костенко), що ХХІ століття стане століттям інформації і психології, поглянемо на проблеми комунікації через психотерапевтичну практику нейро-лінгвістичного програмування. Важливим в успішному комунікативному процесі в публічному просторі є семантика слів, які використовуються при складанні повідомлення. Відомо, що слова з негативною конотацією мають важкий емоційний вплив і навпаки позитивна конотація тексту викликає підтримку й на емоційному рівні бажання слідувати або діяти. Треба більше говорити з людьми зрозумілою мовою, пояснювати як перемоги, так і промахи, бути відвертим. Значною мірою на манеру та звичку спілкування впливає зміст фрейму, в якому знаходиться комунікатор. Фрейм (від англ. frame) – це психологічна рамка,

що визначає наші думки та спосіб поведінки й дій, вони відносяться до когнітивного контексту події або переживання, вони направляють увагу та інтерпретують події у нашій уяві. Спеціалісти з нейро-лінгвістичного програмування вважають, що для ефективної комунікації важливо навчитись переключатися з фреймів проблеми на фрейми результату, з фреймів помилок на фрейми зворотного зв'язку, з фреймів неможливого на фрейми „а раптом вийде”. До цього процесу мають бути залучені всі учасники комунікації в системі державного управління [2].

Фахівці з PR сформулювали наступні критерії ефективної комунікації: корисність, повнота і точність, достовірність, своєчасність, чіткість і зрозумілість викладу, переконувальність [10].

Відкритість та прозорість сучасного публічного простору примушує шукати креативні підходи до ефективних комунікацій як в середині самої системи державного управління, так і зовні, із суспільством. Ці підходи мають ґрунтуватися на певних параметрах успіху:

- увага – означає наскільки повідомлення притягує увагу потенційних споживачів, до кого спрямовано, хто його використовує;

- ідентифікація – відбувається тоді, коли результатом впливу повідомлення на аудиторію є утворення у свідомості його отримувачів відповідного ланцюжка «повідомлення – джерело повідомлення – організація чи установа, якої воно стосується». Відсутність такого ланцюжка породжує те, що дослідники називають «сліпою комунікацією», коли не відбувається усвідомлення хто і з якого приводу інформує;

- позитивний інтерес – з'являється тоді, комунікація будується переважно на позитивних емоціях;

- довіра – джерело і зміст інформації повинні викликати довіру з боку цільової аудиторії, довіра виникає тоді, коли більше й краще поінформований, а сучасні інформаційні технології дають для цього великі можливості тільки треба ними вміло користуватися;

- доступність – зміст інформації подається в зрозумілій формі, чітких поняттях, з конкретними цілями, близькими до потреб аудиторії задля стимулювання уваги, інтересу, сприйняття змісту;

- асоціативність – знакова система повідомлення, чи обрана символіка повинні викликати певні асоціації у конкретної аудиторії;

- динамізм – повідомлення має бути активним для того, щоб заставити аудиторію відповідним чином сприймати чи діяти, оскільки всі, без виключення, комунікації впливають на їх учасників на трьох рівнях: когнітивному – сфера свідомості; конативному – сфера підсвідомості; афективному – сфера установок [10].

Сучасна ж політична комунікація в Україні поки що нагадує старовинні слов'янські звичаї ведення діалогу за допомогою крику, коли важливим стає тільки сам крик, а не результат та зміст його проголошення.

Так, за результатами аналізу роботи комунікативних підрозділів органів державної влади і органів місцевого самоврядування в Україні, було виявлено низку проблем в їх діяльності, а саме: безсистемність при здійсненні комунікативної політики; прийняття управлінських рішень без обговорення із комунікативними підрозділами та нечіткість визначення їх функцій; незадовільна взаємодія між комунікативною службою й іншими структурними підрозділами органу влади; незадовільний фаховий рівень працівників інформаційних підрозділів [5]. Це свідчить як про низький професійний рівень, так і про несформований загальнодержавний простір комунікації, як такий, що потребує фахової, глибинної комунікативної роботи та запиту для ефективної комунікації. Вміння говорити та переконувати є основною комунікації, „слова є силою”. Ми можемо погодитися з висловленням Г.Почепцова, що „сильна влада має і відповідні сильні комунікації, вона не боїться виходити на населення і має для цього безліч шляхів” [13].

Висновки. Проведене дослідження показало, що комунікативні підходи, які знаходяться в розпорядженні органів державної влади потребують зміни відношення й активізації участі у ньому всіх учасників процесу державного управління. Розгля-

даючи комунікацію в публічному просторі, як процес, ми можемо визначити певні складові цього процесу і організувати його за формою і змістом таким чином, щоб комунікація стала ефективною та корисною всім його активним і пасивним учасникам. Водночас, сучасні інформаційні технології й розвиток засобів комунікації створюють великі можливості для покращення інформаційного забезпечення та просування ідей державної політики. Виникає феномен нових соціальних відносин, так званого постмодерного суспільства, й нових комунікативних форм, зокрема, „конвергентна інтерактивна комунікація” – різновид необмеженого в часі і просторі, багатостороннього інформаційного взаємообміну, в якому відбувається зближення або злиття функцій, каналів, засобів, форм та типів відносин між учасниками комунікації. Цей феномен потребує детального комплексного подальшого дослідження, що має знайти своє відображення в наступних публікаціях.

Література:

1. Галлін Д. Сучасні медіасистеми: три моделі відносин ЗМІ та політики / Д.Галлін, П.Манчіні; пер. з англ. О.Насика. – К. : Наука, 2008. – 320 с.
2. Дилтс Р. Фокуси языка. Изменение убеждений с помощью НЛП / Р.Дилтс – СПб. : Питер, 2001. – 320 с.
3. Довіра населення України до держструктур [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=57>
4. Доступ до публічної інформації: найчастіші запитання та відповіді / За заг. ред. В. Андрусіва, Д. Котляра ; Укр. незалеж. центр політ. дослідж., – К. : [Агентство «Україна»], 2012. – 64 с.
5. Енциклопедія державного управління [Текст] : у 8 т. / наук.ред. кол.: Ю.В.Ковбасюк (голова) [та ін.]; Національна академія державного управління при Президентові України. — К.: НАДУ, 2011. Т. 8: Публічне врядування / наук.ред. кол.: В.С. Загорський (голова), С.О.Телешун (співголова) [та ін.]; Львівський регіональний інститут державного управління Національна академія державного управління при Президентові України. — Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2011. — с. 273-278.
6. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: навч. посіб. / В. Іванов; За науковою редакцією В.В. Різуна. – К. : Центр Вільної Преси, 2010. – 258 с.
7. Катлип, Скотт, М. Паблик рилейшенз. Теория и практика / Скотт, М., Катлип, Алєн, Х., Сєнтер, Глен, М., Брум / учеб. пособие [пер. с англ.]– 8 –е изд.: – М. : Издат. дом „Вільямс”, 2000. – 624 с.: ил. –Парал. тит. англ..
8. Квіт С. Масові комунікації / С.Квіт: Підручник. – К.: Вид.дім „Києво-Могилянська академія”, 2008. – 206 с.
9. Королько В.Г. Зв’язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика / В.Королько, О. Некрасова: Підр. для студ. вищ. навч. зак. / 3-тє вид., доповн. і переробл. – К. : Вид. дім „Києво-могилянська академія”, 2009. – 831с.
10. Логунова М.М. Комунікації судової влади: науково-практичний посібник / М. Логунова, М.Лашкіна, П.Гвоздик, А.Алексєєв – К. : АДЕФ – Україна, 2011. – 276 с.
11. Лиллекер Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты / Д.Лиллекер; пер. с англ. С.И.Остнек – Х. : Изд-во „Гуманитарний Центр”, 2010. – 300с.
12. Парсонс В. Публічна політика: Вступ до теорії й практики аналізу політики / В.Парсонс; пер. з англ. – К. : Вид.Дім „Києво-Могилянська академія”, 2006. – 549 с.
13. Почепцов Г. Від Facebook’у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації / Г.Почепцов. – К. : Спадщина, 2012. – с.191- 210.
14. Україна пасє задніх за рівнем довіри до органів державної влади [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/news/2013/02/11/6983262/>
15. Тоффлер Э. Шок будущего: Пер. з англ. / Э. Тоффлер. – М. : ООО «Издательство АСТ», 2004. – 557, [3] с. – (Philosophy).
16. Штромайер Г. Політика і мас-медіа / Г. Штромайер; пер. з нім. А.Орган. – К. : Вид. дім. „Києво-Могилянська академія”, 2008. – 303 с.