

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»
Навчально-науковий інститут державного управління
Кафедра державного управління і місцевого самоврядування

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи ступеня магістра

студентки Сідельникової Олени Леонідівни

академічної групи 281м-21з-4 ІДУ

спеціальності 281 Публічне управління та адміністрування

на тему: «Комунікативна діяльність об'єднаних територіальних громад в умовах інформатизації»

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
кваліфікаційної роботи	Багрім О.А.			
розділів:				

Рецензент:				
------------	--	--	--	--

Нормоконтролер:	Вишневська О.В.			
-----------------	-----------------	--	--	--

Дніпро
2022

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи магістра на тему «Комунікативна діяльність об'єднаних територіальних громад в умовах цифровізації»

88 стор., 2 рис., 62 використаних джерела.

КОМУНІКАЦІЇ, КОМУНІКАТИВНА ВЗАЄМОДІЯ, МАС-МЕДІА, ОБ'ЄДНАНА ТЕРИТОРІАЛЬНА ГРОМАДА, ОРГАНИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ, ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ.

Об'єкт дослідження – суспільні відносини, що виникають під час взаємодії громадськості з органами публічного управління.

Предмет дослідження – механізми взаємодії громадськості з органами публічної влади в Україні в умовах цифровізації.

Мета дослідження – розробка пропозицій щодо удосконалення механізмів взаємодії місцевої влади з територіальною громадою в умовах інформатизації.

Перший розділ присвячено аналізу теоретичних засад комунікативної взаємодії у сфері публічного управління.

Другий розділ присвячено функціональному аналізу комунікативної взаємодії у сфері публічного управління.

У третьому розділі наведено рекомендації щодо удосконалення механізмів комунікативної взаємодії в об'єднаних територіальних громадах.

Результати магістерського дослідження можуть бути використані органами місцевого самоврядування для покращення стану комунікативної взаємодії в громадах.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1	
КОМУНІКАТИВНА ВЗАЄМОДІЯ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ	7
1.1. Комунікація у сучасному суспільстві	7
1.2. Основи комунікативної взаємодії у сфері публічного управління.....	19
РОЗДІЛ 2	
АНАЛІЗ КОМУНІКАТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ У СФЕРІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ.....	28
2.1. Комунікативна взаємодія як засіб побудови комунікативного простору	28
2.2. Сутність комунікативного діалогу у сфері публічного управління	39
РОЗДІЛ 3	
УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ КОМУНІКАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	48
3.1. Вплив громадської думки на оптимізацію комунікативної взаємодії у сфері публічного управління	48
3.2. Оптимізаційний вплив мас-медіа на комунікативну взаємодію у сфері публічного управління.....	57
3.3. Комунікативне партнерство як механізм удосконалення комунікативної діяльності об'єднаних територіальних громад	72
ВИСНОВКИ.....	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	91

ВСТУП

Сучасні трансформаційні процеси в Україні призводять до суттєвих змін у державному управлінні та місцевому самоврядуванні, змінюють їх взаємовідносини з суспільством. В цих умовах органи влади та органи місцевого самоврядування виступають адміністративними структурами, що надають послуги, а громадянська – клієнтом, що їх отримує. Формування нового підходу щодо функціонування органів місцевого самоврядування потребує переорієнтувати методи та форми діяльності таких органів, спрямувати їх на реалізацію потреб споживачів публічних послуг, усвідомити необхідність оновлення концепції управління суспільною інформацією та забезпечити надійний зворотній зв'язок з громадянською. Вирішення таких завдань потребує чітких, скоординованих та послідовних дій органів місцевого самоврядування, які покликані втілювати у життя закони, сприяти реалізації громадянами конституційних прав, надавати комплекс публічних послуг у різних сферах життєдіяльності. Як наслідок, зростає роль та значимість комунікативної діяльності органів місцевого самоврядування, важливою складовою якої є налагодження зв'язків з громадянською та формування ефективних механізмів інформаційного обміну в державно-управлінській сфері з метою прийняття ефективних рішень. В умовах воєнного стану та в післявоєнний період забезпечення ефективної діяльності органів публічного управління потребує використання та удосконалення форм налагодження комунікативної взаємодії органів публічної влади з громадянською, яка спрямована на активізацію громадянської участі та забезпечення зворотного спілкування у процесах реалізації державної політики. Комунікація зумовлює виникнення нових інформаційних зв'язків, структур та механізмів впливу на розвиток сучасного суспільства.

Тому впровадження сучасних комунікаційних технологій в об'єднаних територіальних громадах нині є вкрай важливим завданням. Ефективна робота у цьому напрямі може стати запорукою забезпечення відкритості та прозорості органів публічного управління об'єднаних територіальних громад при

здійсненні владних повноважень, а також можливістю залучення жителів громади до прийняття важливих рішень.

У ході дослідження було проаналізовано результати практичних досліджень українських і зарубіжних авторів. Проблемою взаємодії органів публічної влади з громадськістю в системі публічного управління займалися такі вчені, як О. Валевський, П. Ворона, В. Войтович, Н. Діденко, Н. Драгомирецька, В. Дрешпак, А. Колодій, О. Крутій, Н. Нижник, І. Письменний, Г. Почепцов, В. Ребкало, В. Рижих, Ю. Сурмін, В. Тертичка та ін.

Інформаційно-аналітичне забезпечення органів державної влади, нові канали надання адміністративних послуг, питання цифровізації та реформування публічного управління за допомогою сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та електронного врядування було висвітлено у роботах А. Босяцки, А. Голубєвої, О. Голобуцького, М. Демкової, Д. Дубова, С. Дубової, О. Ємельяненко, П. Клімушина, І. Клименко, І. Коліушко, К. Линьова, В. Лисицького, А. Павроз, А. Семенченка, А. Серенок, В. Данільян, С. Здіорука, О. Мельник.

Незважаючи на значний науковий доробок, подальший розвиток комунікативної взаємодії у сфері публічного управління в умовах цифровізації потребує розробки та наукового обґрунтування організаційно-правових засад особливостей її реалізації, що зумовило вибір теми, мету та завдання наукового дослідження.

Об'єктом дослідження є суспільні відносини, що виникають під час взаємодії громадськості з органами публічного управління.

Предметом дослідження є механізми взаємодії громадськості з органами публічної влади в Україні в умовах інформатизації.

Метою магістерської роботи є розробка пропозицій щодо удосконалення механізмів взаємодії місцевої влади з територіальною громадою в умовах інформатизації.

Відповідно до мети дослідження поставлено такі завдання:

- розкрити теоретичні засади взаємодії громадськості з органами публічної влади;
- узагальнити зарубіжну практику взаємодії громадськості з органами публічної влади;
- дослідити існуючі механізми та форми взаємодії громадськості з органами публічної влади в умовах інформатизації;
- проаналізувати взаємодію органів державної влади та органів місцевого самоврядування в сучасних умовах;
- дослідити проблемні питання в сфері взаємодії громадськості з органами публічної влади;
- виробити рекомендації щодо удосконалення механізмів взаємодії громадськості з органами публічної влади на рівні об'єднаних територіальних громад.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що теоретичні положення, висновки та рекомендації, розроблені автором можуть бути використані для удосконалення механізмів реалізації комунікативної взаємодії у сфері публічного управління, що сприятиме налагодженню ефективного діалогу між органами публічної влади і громадськістю.

РОЗДІЛ 1

КОМУНІКАТИВНА ВЗАЄМОДІЯ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

1.1. Комунікація у сучасному суспільстві

Комунікація впливає на всі без винятку сфери суспільного життя, унаслідок чого виникає значна кількість проблемних питань. Найбільш нагальними з-поміж них є ті, які стосуються “дослідження специфіки поширення комунікативних процесів на розвиток сучасного суспільства, що в підсумку призводить до трансформації різних ціннісних систем, на яких базуються відповідні процеси спілкування” [1].

Термін “комунікація” з’явився в науковій літературі на початку ХХ ст. Один із засновників американської соціології Чарльз Кулі розглядав комунікацію як механізм, за допомогою якого стає можливим існування і розвиток міжлюдських відносин. До нього входять жести, міміка, спілкування, тон голосу, слова, письменність, друг, телеграф, телефон та ін. Кулі зазначав, що чіткої межі між засобами комунікації та рештою зовнішнього світу немає. Проте із народженням зовнішнього світу з’являється система стандартних символів, що призначена лише для людей [2].

Під комунікативною мобільністю, на думку М. Н. Богомолова, варто розуміти “запровадження комунікативного підходу до аналізу соціальних змін, який би радикальний характер вони не носили, що дозволив би в реальному часі перманентно наздоганяти події” [3]. У такий спосіб саме комунікативна мобільність дозволяє адекватно й вчасно реагувати на зміни середовища та умов соціального розвитку, застосовуючи своєчасне осмислення циркулюючої комунікативними каналами інформації, що тим самим надає можливість краще управляти відповідною соціальною ситуацією. З огляду на це, комунікативна мобільність сприяє запровадженню відповідних фундаментальних новацій в аналізі відповідного соціального простору та утвердженню ціннісно-сміслових

установок, відповідно до яких приймаються відповідні рішення та розгортаються певні соціальні події. Аналізуючи в такому контексті теоретико-понятійні, типологічні, функціональні аспекти комунікації, доцільно ідентифікувати системні ланки комунікативного процесу, які потребують нових концептуальних ідей та управлінських моделей їх запровадження у сфері публічного управління. Такий контекст аналізу даної проблематики, на нашу думку, дозволяє простежити поєднання кількох різнопланових цілей щодо концептуалізації сутності комунікативного у діалогі у сфері публічного управління, зокрема дії та комунікативні можливості публічного середовища, проблеми соціального та комунікативного простору, потенціалу зворотного зв'язку в системах публічного управління, визначити технологічний контекст комунікаційних дій і взаємодій між суб'єктами публічного управління.

Ю. П. Аверін, виходить із того, що комунікація “означає обмін інформацією між індивідами за допомогою певної системи символів, вербальних і невербальних засобів... під впливом комунікативних інтенцій (суб'єктивних мотивів, обумовлених інтересом або до партнера, або до теми комунікації) джерело інформації і її одержувач вступають в процес комунікації – широкий поведінковий акт, у який входять слухання, бачення, читання, письмо, розмова, обдумування. Процес такого роду передбачає розширення уявлень, досягнення взаєморозуміння, зменшення невизначеності між учасниками комунікації” [4]. Певну методологічну тотожність щодо ідентифікації даного поняття демонструє Ф. І. Шарков, який під комунікацією в широкому сенсі розуміє “систему, у межах якої здійснюється взаємодія, процес взаємодії і способи спілкування, які дозволяють створювати, передавати та приймати різноманітну інформацію” [5].

Значний інтерес у межах даного дослідження становить концепція Г. Почепцова, у межах якої під комунікацією він розуміє “процеси перекодування вербальної інформації в невербальну сферу і назад, що супроводжується незмінним примусом іншого до виконання тієї чи іншої дії, що тим самим характеризує істотний перехід від говоріння Одного до дій Іншого” [6].

Особливу увагу в межах даного контексту дослідження варто звернути на те, що зміст і форми комунікації відображають суспільні відносини та історичний досвід людей. Це свідчить також про те, що комунікація є необхідною передумовою функціонування і розвитку всіх соціальних систем, оскільки забезпечує зв'язок між людьми, дозволяє їм накопичувати та передавати з покоління в покоління сукупний суспільний досвід, забезпечує розподіл праці та організацію спільної діяльності, управління, трансляцію культури. Це свідчить також і про те, що “комунікація, нерозривно пов'язана з психологічною взаємодією людей, виступаючи у формі їх самостійного міжособистісного спілкування”.

Виходячи зі сформованих теоретичних уявлень варто відзначити, що комунікація як окреме соціальне явище “функціонує в кожній організації суспільства, демонструючи взаємодію всередині неї і з соціальними складовими зовнішнього середовища” [7]. Це свідчить про те, що вона передбачає таку комунікативну діяльність людей, яка обумовлена цілою низкою соціально значущих оцінок, пережитих суспільством ситуацій, наявністю комунікативних сфер і норм спілкування, прийнятих у даному соціумі. У подібних концептуальних сентенціях є й методологічно слабкі ланки ідентифікації відповідного комунікативного простору.

Здійснюючи аналіз комунікації у сучасному світі, варто відзначити, що комунікація у всіх сферах життя суспільства є однаковою пріоритетом та рівнозначною цінністю, яка характеризує комунікативні поведінкові та управлінські мотиви, процесний характер комунікативних дій, сприйняття соціальної реальності як структури з окремими комунікативними функціями. У даному відношенні комунікація є окремим “соціальним процесом, що відображає громадську структуру і виконує в ній сполучну функцію” [8].

Отже, комунікації в організаційній системі варто розглядати як явище і як процес. Як явище комунікації є встановленими нормами (правилами, інструкціями, положеннями) взаємодії між людьми в рамках організацій, що відповідають організаційним формам. Як процес комунікації відбивають

принципи та закономірності відносин між людьми. Усе різноманіття комунікаційних відносин доцільно в даному випадку розглядати крізь призму стабільності і стійкості роботи організації. Комунікаційні відносини можуть характеризуватися або повною підтримкою колег, керівників чи підлеглих, або наявністю протиріч між ними.

Комунікація в суспільстві відіграє визначальну роль для функціонування його соціальної структури, забезпечуючи діяльність всіх інститутів публічного управління. У межах сучасного суспільства роль комунікації визначається тенденціями, серед яких:

- формування стійких суспільних груп – клуби за інтересами, професійні спільноти, соціальні групи, політичні партії, некомерційні організації і т. д.;
- взаємодія громадських груп, яка визначається структурою інтересів, групових норм, конфліктами, що проявляється в різних формах і на різних рівнях суспільства;
- суспільна комунікація є високотехнологічною і масовою, чим визначається існування значної кількості форм, типів, форматів комунікації в сучасному суспільстві, що підвищує роль і значення її уніфікації;
- крайня ступінь насиченості комунікації в сучасному суспільстві – інформація і нові знання все більше стають головною цінністю в суспільстві;
- високий рівень проникнення цифрової та електронної комунікації в різні сфери суспільного життя;
- визначальна роль ефективної комунікації у вирішенні суспільних конфліктів;
- механізми використання комунікації для формування позитивних установок у суспільстві;
- здійснення комунікації суспільно значущими суб'єктами (політики, органи влади, організації, громадські діячі);
- підвищення культурного рівня та етики суспільства;
- зміна мовних моделей поведінки, формування нових форм спілкування між суб'єктами комунікації.

Отож, навіть на перший погляд легко помітити, що термін “комунікація” в різних мовах має багато спільних рис, що визначаються в схожому наборі значень. Ці значення в загальному вигляді можна звести у такий перелік:

- канали зв’язку між різними об’єктами;
- спілкування людей, інформація взаємодія між ними;
- зв’язок між різними об’єктами, в т. ч. між об’єктами технічного походження;
- шляхи та засоби фізичного сполучення між просторово розділеними об’єктами;
- взаємодія, обмін сигналами між тваринами.

Спроби аналізувати безліч визначень поняття “комунікація” зводяться, як правило, до їх угруповання за тими чи іншими ознаками. Наприклад, Т. В. Науменко виділяє три існуючі в наукових уявленнях понятійно-типові групи [9]:

- комунікація як зв’язок між об’єктами;
- комунікація як аналог спілкування;
- комунікація як аналог впливу.

Залежно від статусу комунікації їх поділяють на формальні та неформальні.

1. Формальні комунікації – це наслідок ієрархії влади в організації, вони відповідають прямому ланцюгу команд і є частиною комунікацій, необхідних для забезпечення функціонування організації. За критерієм спрямованості формальні комунікації поділяють на:

- низхідні комунікації – процес передачі повідомлення з вищих рівнів управління на нижчі. Вони використовуються для спрямування, координації та оцінки діяльності підлеглих. Основними типами повідомлень у межах низхідних комунікацій є: роз’яснення цілей і стратегій; посадові інструкції та накази; процедури та різноманітні правила; зворотний зв’язок на результати діяльності підлеглих тощо;

– висхідні комунікації – процес передачі повідомлення з нижчих рівнів управління на вищі. За їх допомогою керівники отримують інформацію про стан справ і проблеми на нижчих рівнях управління. Основними типами повідомлення в межах висхідних комунікацій є: проблеми і запитання; пропозиції щодо вдосконалення роботи; звіти за результатами діяльності, фінансова та бухгалтерська звітність тощо.

2. Неформальні комунікації виникають спонтанно, не санкціонуються керівництвом. Вони співіснують з формальними комунікаціями, доповнюють їх, заповнюють розриви, що існують у формальних комунікаціях, а також: надають можливість співробітникам організації задовольнити потреби у соціальній взаємодії; створюють альтернативні канали обміну інформацією, часто більш швидкі та ефективні порівняно з формальними [10].

До неформальних комунікацій (непідвладним ієрархії) слід, на нашу думку, також віднести горизонтальні комунікації, які є обміном повідомленнями між членами однієї групи або співробітниками рівного рангу. Вони необхідні для того, щоб прискорити та полегшити обмін повідомленнями в організації, підтримувати, координувати та інтегрувати дії її співробітників і підрозділів. Своєю чергою, горизонтальні комунікації поділяються на три види: розв'язання проблем усередині підрозділів, координація їх діяльності, консультації лінійним керівникам.

Підхід, де класифікація комунікацій спирається на предметно-об'єктні і соціально обумовлені підстави – структурно-цільові, за масштабом комунікативного контакту, за видовою приналежністю і т. д. Наприклад, А. Л. Смирнов [11] пропонує таку типологію комунікацій:

- комунікації між організацією і зовнішнім середовищем;
- комунікації між підрозділами організації;
- комунікації всередині підрозділу за рівнями управління;
- міжособистісні комунікації;
- неформальні комунікації.

Суб'єкти, які вступили в комунікацію, на думку А. В. Соколова [12], можуть переслідувати три цілі:

- реципієнт бажає отримати від комуніканта деякі привабливі для нього результати;
- комунікант бажає повідомити реципієнту деякі результати, що впливають на поведінку останнього;
- і комунікант, і реципієнт зацікавлені у взаємодії з метою обміну якимось результатами.

Незважаючи на позитивні моменти та динамічність процесу соціальних комунікацій, у суспільстві виникають певні перешкоди на шляху ефективної комунікації. Це об'єктивні та суб'єктивні фактори, які деформують (викривляють) процес комунікації. До основних із них належать:

1. Фільтрування – свідоме маніпулювання інформацією з метою зробити її привабливішою для одержувача.
2. Вибіркове сприйняття – одержання інформації частково, коли одержувач бачить і чує лише те, що його цікавить, залежно від своїх потреб, мотивації, досвіду, підготовки та інших особистих характеристик.
3. Семантичні бар'єри – для різних людей ті самі слова можуть мати різне значення. Одержувачі можуть використовувати інше значення переданих їм слів, ніж те, що мав на увазі відправник.
4. Емоції – повідомлення часто інтерпретується по-різному, залежно від настрою одержувача в момент комунікації.
5. Інформаційне перевантаження – ситуація, коли кількість інформації, яку має осмислити людина, перевищує її можливості опрацювання інформації.
6. Поганий зворотний зв'язок – відсутність або слабка реакція одержувача на передане йому повідомлення [10].

Розвиток комунікативних зв'язків у мережевому суспільстві формує особливий простір (інтернет) для здійснення соціальних практик. Інформаційно-комунікативний простір постає як соціальна інфраструктура, що набуває особливостей тих комунікативних практик, які її конструюють, зокрема, вільний

та рівноправний характер комунікації. З одного боку, всесвітня мережа є засобом, а з іншого – середовищем реалізації комунікації.

Таким чином, комунікація у віртуальному просторі є відтворенням, продовженням соціальної реальності, де зв'язки ґрунтуються на комунікації та використанні новітніх інформаційно-комунікативних засобів та технологій (інтернету, комп'ютера, планшета, мобільного телефону, різних гаджетів тощо). Комунікативні практики, своєю чергою, становлять основу функціонування мережеских спільнот. Участь у них беруть як користувачі (актори), так і технічні об'єкти (комп'ютерні агенти, контент та ін.). Кінцевою метою комунікації в інтернет-спільнотах є забезпечення соціальної згуртованості комунікантів при збереженні їх власної індивідуальності, що дає можливість досягнення власних цілей, розв'язання повсякденних та професійних завдань, навчання, збору інформації, реалізації ігрового інтересу або спілкування з іншими членами спільноти [13].

Спираючись на вищезазначене, проаналізуємо основні підходи науковців до трактування сутності поняття “комунікативна взаємодія”. Так, М. Каймакова зазначає, що комунікативна взаємодія – це процес взаємодії між різними суб'єктами, при якому відбувається обмін інформацією. Він включає в себе динамічну зміну етапів формування передачі, прийому, розширення і дослідження інформації при взаємодії суб'єктів комунікації [14].

Науковець Є. Романенко вважає, що комунікативна взаємодія є важливим елементом побудови діалогу, включаючи поширення в суспільстві певної інформації. Вона спрямована на убезпечення та дотримання прав та свобод громадян [15].

При цьому В. Сергеева під комунікативною взаємодією розуміє спілкування, спрямоване на встановлення сприятливого психологічного клімату, оптимізацію діяльності й стосунків. З іншого боку, автор зазначає, що комунікативна взаємодія – це взаємоузгоджені та взаємообумовлені суб'єктні мовленнєво-практичні дії з метою обміну інформацією й створення найсприятливіших умов для формування особистості [16].

Тоді як І. Жадан зазначає, що комунікативну взаємодію можна визначити як способи цілераціонального відтворення комунікативних відносин, встановлення взаєморозуміння і формування ефективних поведінкових моделей, застосовуючи які суб'єкт конструює нові смисли, визначає і обґрунтовує свою приналежність до соціокультурної спільноти, відтак самоідентифікується [17].

Проаналізувавши деякі підходи науковців до трактування даного поняття, можемо запропонувати власне визначення. Так, на наш погляд, під комунікативною взаємодією варто розуміти діяльність учасників комунікативної практики, спрямовану на здійснення інформаційного обміну та прийняття спільних рішень з метою удосконалення діяльності органів влади у сфері публічного управління.

Отже, термін комунікативна взаємодія характеризується, насамперед, спілкуванням між людьми, як на соціальному, так і на професійному рівні. Даний аспект дуже важливий у зв'язку з тим, що після завершення навчання державний службовець буде перебувати в постійній взаємодії з людьми, з посадовцями різних рангів, з підлеглими, з населенням регіону, де здійснюється управління. Спілкування з даними категоріями вимагає не тільки дотримання правил, етики, ввічливості, дипломатичності, а й здатності вирішити конфліктні ситуації, яку необхідно формувати й розвивати при організації управлінського процесу.

Загалом виділяють такий перелік передумов, які роблять рівноправну комунікативну взаємодію гарантовано можливою та ефективною [18]:

- забезпечення “конгруентності” партнерів по спілкуванню (природність, щирість спілкування);
- визнання і дотримання принципу безоціночного приймання особи партнера;
- формування настанови й норми прийняття партнера як рівного;
- дотримання принципу рівної психологічної безпеки;
- створення умов для обов'язкового дотримання проблемного, дискусійного характеру спілкування;

- забезпечення партнерської “підготовленості” до діалогу (інформаційної та психологічної);
- дотримання правил і стандартів “персоніфікованих” форм, стилю і характеру спілкування;
- створення засад розуміння й готовності допомогти;
- утвердження принципу досягати “схожості” в інтерпретації дійсності.

У зв'язку з цим, при організації комунікаційної взаємодії необхідно враховувати:

- точність і ясність мети взаємодії, а також рівень підготовки особистості до конкретного виду комунікації;
- при передачі інформації виділити основне й акцентувати увагу на ньому;
- вибір часу, місця, форми комунікації, комунікація повинна пристосовуватися до мінливих умов середовища;
- широке залучення в цей процес всіх учасників групи;
- інтонація і впевнений виклад при організації комунікації дозволять донести потрібну інформацію і зацікавлять аудиторію;
- інформація повинна нести в собі актуальні теми й бути своєчасною та цінною для слухачів;
- комунікація повинна бути спрямована не тільки на вирішення актуальних проблем, але і носити перспективний характер.

Комунікативна взаємодія – це не просто обмін інформацією, адже спілкування – процес багатосторонній, що включає в себе перцептивні та інтерактивні компоненти. При спілкуванні, наведеному на вирішення управлінських завдань, такий поверхневий контакт не призводить до потрібного результату. Комунікативна взаємодія складається з певних структурних компонентів (етапів). В акті комунікативної взаємодії можна виділити 4 етапи:

- налаштування на співрозмовника;
- встановлення контактів (розподіл ролей);
- вибір мови та її використання;

- розрив контакту.

1. Налаштування на співрозмовника. Цей етап комунікативної взаємодії можна було б назвати перемиканням із спілкування з самим собою на спілкування з партнером. Суть його в тому, що тут відбувається своєрідна психологічна установка:

- на самого партнера;
- на спілкування з ним.

Налаштування на партнера – це швидке і безпосереднє (найчастіше візуальне) виявлення того, в якому стані і настрої перебуває партнер зі спілкування. Експериментально встановлено, що при першому контакті вирішальними для формування вражень стають перші чотири хвилини спілкування. Саме чотири хвилини наші органи чуття працюють максимально інтенсивно, дозволяючи сформуванню враження про іншу людину.

Налаштування на спілкування – це демонстрація партнеру готовності до контакту, уваги й інтересу до нього. Продемонструвати готовність до спілкування можна за допомогою різних прийомів: вимкнути радіо або телевізор, усміхнутися, запропонувати сісти, вийти з-за робочого столу і протягнути руку і т. д. При певній підготовці налаштування на спілкування займає кілька секунд.

2. Встановлення контактів (розподіл ролей). Для ефективного спілкування, тобто взаємодії на рівні обміну інформацією, необхідний контакт. Він повинен бути як вербальним, так і невербальним. Контакт можна вважати встановленим тоді, коли обидва партнери впевнені в обопільній участі в спілкуванні. При цьому визначальними є дві важливі обставини:

- встановлення контакту доцільно починати на невербальному рівні (напрямок погляду, поворот голови, вираз обличчя, жести), а якщо цього недостатньо, можна перейти до слів;

- одночасно з фіксацією контакту відбувається вибір типу ситуації (ігрова, ділова, інтимна і т. д.). Сигнали вибору типу ситуації ті ж, що і при розподілі ролей, тобто і вербальні, і невербальні. Якщо двоє вибирають один і

той же тип ситуації, цим автоматично визначаються ролі кожного. Завдяки ролям подальше спілкування протікає в чітких рамках, і кожен знає, чого слід очікувати від партнера.

3. Вибір мови. Цей етап варто назвати мовним етапом контакту. За часом обмін словесною інформацією займає зазвичай велику частину акту спілкування. Протягом мовного етапу вибирається мова спілкування, прийнятна для обох учасників, складаються конкретні формулювання, висуваються аргументи і т.д. Вербальний етап спілкування важливий для обміну думками, оскільки зміна позицій і пошук компромісів відбувається саме на цьому етапі.

4. Розрив контакту. Його значення ні в якому разі не можна недооцінювати. Завдяки відомому в психології ефекту “випадання середини” (початок і кінець бесіди зберігаються в пам’яті довше) співрозмовники можуть використовувати вихід з контакту з користю для себе. Починатися розрив контакту повинен на невербальному рівні (поворот тулуба, зниження темпу, гучності та інтонації мови, фіксування погляду на сторонньому предметі, наприклад, виразний погляд на годинник) і супроводжуватися словами про те, що тема розмови вичерпана.

Отже, причиною негативної комунікативної взаємодії (комунікативним бар’єром) може стати невміння або небажання правильно будувати, організувати комунікативну взаємодію. Найпоширеніша помилка – зосередження всієї уваги на третьому, мовному, етапі. Ця помилка може бути незначною для підлеглих або споживачів, однак для керівника є недопустимою, оскільки його функція – бути лідером в спілкуванні.

Таким чином, комунікативна взаємодія – це складне когнітивно-комунікативне явище, яке потребує детального вивчення з позицій моделювання різних типів дискурсу, а також напрацювання методики озброєння уміннями й навичками комунікативної взаємодії.

1.2. Основи комунікативної взаємодії у сфері публічного управління

В умовах адміністративних перетворень в Україні відбуваються значні зміни в державному управлінні і відносинах держави та громадянського суспільства, у яких органи влади виступають як адміністративні структури, що надають послуги, а громадськість – як клієнт, що їх отримує. Запровадження нової парадигми функціонування органів державної виконавчої влади й органів місцевого самоврядування потребує переорієнтації форм і методів їхньої діяльності на задоволення потреб споживачів публічних послуг, переосмислення концепції управління суспільною інформацією та забезпечення надійного зворотного зв'язку з громадськістю.

Одним із найважливіших принципів правової держави є поділ влади. Таким чином, щоб визначити межі повноважень влади спочатку необхідно розкрити поняття як “публічне управління”. Термін “публічне управління” вперше використав англійський державний службовець Десмонд Кілінг, на думку якого публічне управління – це пошук у найкращий спосіб використання ресурсів задля досягнення пріоритетних цілей державної політики [19].

Вибір європейського вектору розвитку для України означає рух у напрямку європейської цивілізаційної моделі, що передбачає складний демократичний перехід до політично організованого, відповідального суспільства нової якості, у якому поступово підвищується рівень ділової активності та політичної участі громадян, забезпечення їхніх прав і свобод, формується нова структура соціального простору. Ці якісні зміни у структурі та змісті громадянського суспільства неминуче детермінують зміни у формі та змісті держави, особливо в системі державного управління, що передбачає, насамперед, докорінну зміну формату спілкування держави та громадян. Підґрунтям такого нового “формату” має стати формування ефективної та результативної системи публічного управління, адекватної українським реаліям і світовим тенденціям.

Програма розвитку ООН надає визначення публічного управління, що запропоновано американським ученим Дж. Шавріцом у Міжнародній

енциклопедії державної політики та адміністрування: “Публічне управління – це галузь практики та теорії, яка є ключовою для публічного адміністрування та зосереджена на внутрішній діяльності державних установ, зокрема на вирішенні таких управлінських питань, як контроль, керівництво, планування, організаційне забезпечення, забезпечення інформаційними технологіями, управління персоналом, та оцінка ефективності” [20]. Відповідно до теорії публічного управління, діяльність уряду та неприбуткових організацій у деяких важливих питаннях є подібною до діяльності установ приватного сектора. Таким чином, одні й ті самі управлінські інструменти, що максимізують ефективність та результативність роботи, можуть використовуватись як у приватному, так і у публічному секторі.

Професор С. Чернов визначає публічне управління як організуючий і регулюючий вплив держави на суспільну життєдіяльність людей з метою її впорядкування, збереження чи перетворення, базуючись на владній силі, яка обмежує дієвий суспільний контроль [21]. Тобто публічне управління – це, насамперед, управління людьми. Звертаючись до людей, органи публічної влади впливають на них індивідуально й через їх різні колективи, створені природним шляхом або за бажанням людей (наприклад, партії). Своєю чергою, громадяни, їх колективи, суспільство реагують на публічне управління і встановлюють зворотні зв’язки з органами, державою загалом.

Дж. М. Пріфінер та Р. Пристюс вважають, що публічне управління – це управління організацією та напрямком людських і матеріальних ресурсів для досягнення бажаних цілей [22]. Публічне управління має владний керуючий вплив на об’єкти управління (суспільні відносини та їх учасників, процеси, феномени), що реалізуються суб’єктами такого управління, тобто державою й уповноваженими органами й особами [23]. Публічне управління за Дж. Шавріцом – це галузь практики і теорії, яка є ключовою для публічного адміністрування та зосереджена на внутрішній діяльності державних установ, зокрема на вирішенні таких управлінських питань, як контроль, керівництво,

планування, організаційне постачання, забезпечення інформаційними технологіями, управління персоналом та оцінка ефективності [24].

Управління країною як соціально-економічною системою зумовлює залучення до процесу ухвалення управлінських рішень представників усього громадянського суспільства. Таке управління спирається на архетипи демократії й на рівні держави набуває рис публічності. Безперечно, публічне управління не може не розвиватися, якщо не спирається на архетипи демократії, які, власне, і стимулюють процеси суспільної трансформації, транспарентність представницької влади, її відповідність демократичному управлінню.

Усе це не може не забезпечувати ефективність регіонального управління, його, так би мовити, природного характеру. Тож, питання, що порушують автори дослідження, є актуальними сьогодні – у часи нинішніх цивілізаційних зрушень [25].

Загалом система публічного управління соціально-економічними процесами є багаторівневою, а саме:

- міжнародний (недержавний) рівень;
- державний рівень, регіональний рівень та муніципальний рівень (на цих рівнях національна система публічного управління забезпечує розробку й реалізацію прогнозів, стратегій сталого соціально-економічного розвитку, програм і проектів економічного та соціального розвитку за участю представників громадянського суспільства);
- корпоративний рівень (виділення цього рівня обумовлено необхідністю підвищення соціальної відповідальності корпорацій за результати своєї діяльності перед суспільством. Це положення відповідає принципам, що просуваються неурядовою міжнародною організацією GRI (Global Reporting Initiative), яка рекомендує при складанні корпоративної соціальної звітності відображати показники результативності взаємодії з суспільством [26]).

Визначальними та специфічними серед суб'єктів публічного управління є населення країни (носієм влади залишається народ) та групи інтересів, оскільки в умовах солідаристичної цивілізації та змішаної формації саме вони

визначають, стверджують, контролюють та оцінюють прямим або представницьким способами:

- цілі суб'єктів громадянського суспільства, зокрема органів публічного управління, стратегічні програмні рішення з їх досягнення;
- шляхи задоволення потреб колективу та вирішення суспільно значущих поточних проблем;
- результативність і ефективність публічного управління [27].

На сучасному етапі розвитку України до найактуальніших завдань належать питання залучення громадськості до процесу прийняття рішень і, як результат цього, досягнення ефективності та прозорості діяльності органів публічної влади. В Україні процес прийняття рішень ще не є дійсно прозорим, а діяльність влади не завжди зрозуміла для населення. Закритість влади від громадськості, особливо при прийнятті управлінських рішень, є суттєвим гальмівним фактором на шляху демократичних перетворень. Сучасне законодавство України надає певні можливості для взаємодії органів публічної влади з громадськістю, але технології та методи цієї взаємодії ще потребують свого впровадження та вдосконалення.

В Україні запропоновано курс глибоких реформ та системної модернізації країни, що охоплює всі сфери суспільного життя. У фокусі цього курсу – людина як унікальна особистість і як громадянин. Щоденна діяльність громадянського суспільства та його організацій є необхідною умовою функціонування правової держави та демократичного врядування. Слід підкреслити, що будь-яка модернізація суспільства приречена на провал, якщо народ має неефективну владу й слабку державу.

Взаємодія органів публічного управління з громадськістю є необхідною умовою їх ефективною та прозорою діяльності. Сучасна світова практика свідчить, що тільки при постійній взаємодії органів публічної влади з громадськістю вони можуть якісно виконувати свої функції.

На думку української дослідниці О. Крутій, державне управління як система суспільних відносин існує в різних формах взаємодії влади та

громадськості. Традиційним є встановлення зворотного зв'язку між суспільством і владою через загальне виборче право, що реалізується завдяки парламентському механізму. Однак на сучасному етапі суспільного розвитку вказана форма взаємодії, яка активно застосовувалася починаючи ще з ХІХ ст., уже не задовольняє вимог суспільства як у світі в цілому, так і в Україні, зокрема [28].

Як зазначається в Енциклопедичному словнику з державного управління, “відкритість влади – прозорість (transparency), тобто перебування під публічним контролем; доступність (accessibility) кожному у будь-який час, всюди; чутливість до нових ідей та вимог, готовність оперативно реагувати (responsiveness)”. Відкритість влади визначається трьома основними чинниками.

По-перше, це якість чинного нормативно-правового забезпечення, згідно з яким функціонує державний апарат.

По-друге, це існування дієвих і конкретних механізмів і процедур реалізації прав доступу громадян до інформації про діяльність державної влади.

Аналізуючи поступальний процес розвитку поглядів на комунікативний процес в системі державного управління, можна констатувати, що розгляд державної комунікації як односпрямованого процесу впливу комунікатора на аудиторію за допомогою різних засобів змінився акцентуванням уваги на зворотний зв'язок, аналіз якого надає політичній системі стійкість існування і ефективність розвитку. Комунікація стала розумітися як найважливіша функція будь-якої системи. І в підсумку, дослідники дійшли висновку, що будь-яка соціальна система (і політична в тому числі) є продуктом людської взаємодії, заснованої на досягненні взаєморозуміння і згоди, що стає можливим, насамперед, у результаті комунікативної взаємодії.

На сьогодні в Україні існує проблема, яка полягає в тому, що громадська думка недостатньо врахована та недостатньо вивчається органами публічної влади. При цьому під вивченням громадської думки ми розуміємо таке: “це опосередкована форма консультацій органів державної влади з громадськістю щодо формування та реалізації державної політики. Вивчення громадської думки

здійснюється шляхом: проведення соціологічних досліджень та спостережень (опитування, анкетування, контент-аналіз інформаційних матеріалів, фокус-групи); запровадження спеціальних рубрик у друкованих та електронних ЗМІ; проведення експрес-аналізу коментарів, відгуків, інтерв'ю, інших матеріалів у пресі, на радіо, телебаченні для визначення позиції різних соціальних груп; опрацювання та узагальнення висловлених у зверненнях громадян зауважень і пропозицій; проведення аналізу цільової інформації, що надходить до спеціальних скриньок. Результати вивчення громадської думки враховуються органами державної влади під час прийняття рішень та їх подальшої реалізації”[1].

Віддаючи належне проведеним вітчизняними та зарубіжними науковцями дослідженням, слід зазначити, що в умовах швидкоплинних процесів глобалізації та розвитку інформаційного суспільства, великої недовіри різних соціальних спільнот до органів публічної влади виникає потреба в розробці нових механізмів взаємодії між державою та громадськістю, які б враховували як сучасні світові тенденції, так і українські реалії [29].

Сучасний світ існує в умовах активного зростання ролі інформації і знань як основного стратегічного ресурсу та продукту виробництва. Нова ера розвитку людства – ера інформаційного суспільства – у своїй основі має формування якісно нового способу функціонування соціальної системи. З розвитком нових інформаційно-комунікативних технологій відбуваються динамічні зміни в усіх сферах життя людства, у т. ч. й у державному управлінні.

Серед сучасних системних підходів в організації державного управління особлива роль відводиться інформаційно-комунікаційним аспектам. Вважається, що для побудови моделі державного управління важливою є концепція систем з інформаційним зворотним зв'язком. Цей підхід демонструє динаміку перетворення інформації на рішення, які, своєю чергою, стають діями. Необхідно приділяти більше уваги їх взаємозв'язкам, а не окремим частинам як таким. У такому розумінні комунікація, вірогідно, розглядається як засіб, за допомогою якого в єдине ціле поєднується організаційна діяльність,

модифікується поведінка, здійснюються зміни, інформація набуває ефективності, реалізуються цілі” [30].

В інформаційному суспільстві відбувається динамічна зміна процесів комунікації через введення нових технологічних засобів. Своєю чергою, комунікація приводить до формування нової ціннісної системи, згідно з якою по-новому вирішуються соціальні завдання. На думку американського футуролога та соціолога Е. Тоффлера, завдяки розвитку комунікації відбувається “подрібнення” процесів соціальної дестандартизації, у результаті чого конфлікти цінностей, які ймовірно можуть виникати у суспільстві, вирішуватимуться шляхом налагодження ефективної комунікації [31].

На противагу цьому ефективність діалогових технологій у сучасних комунікаціях полягає в їх точності, тобто попаданні в точку перетину вимог ситуації і всіх її учасників. Така точність недосяжна, якщо використовувати колишні алгоритми. Вона вимагає, насамперед, “схоплювання” суті процесу.

На сьогодні в країні формується громадянське суспільство з усіма його похідними – найбільш сутнісна сторона цього процесу. З огляду на це, діалогові комунікації з державою без жодного перебільшення можуть розглядатися як найбільш затребуваний управлінський інструмент. Однак при цьому слід враховувати, що є тут певні обмеження і навіть небезпеки, які не можна в рівній мірі ні ігнорувати, ні абсолютизувати, прагнучи прогнозувати й моделювати розвиток комунікативних відносин.

Не в останню чергу боятися треба надлишку технологічності в системі управління суспільством і державою. Будь-яка організованість, як відомо, легко переходить в заорганізованість, а будь-яка інформованість в якийсь момент може стати нав’язливою і перетворити переробку інформації в самоціль. Соціологи в цьому випадку часто згадують застереження Ю. Хабермаса, за висновком якого зростання інструментального розуму досягло вже тієї критичної позначки, коли громадськості загрожує перетворення його в суспільство-утопію. У ньому не буде місця для громадських обговорень, проблеми суспільства, подібно до технічних, стануть вирішувати виключно фахівці-експерти [32].

У трансформаційних суспільствах комунікативна взаємодія між органами державної влади та громадськістю обмежується виключно зверненнями та скаргами. Саме тому при органах державної влади та місцевого самоврядування існують спеціальні служби щодо роботи зі скаргами та зверненнями, які забезпечують налагодження зворотного зв'язку з громадськістю. Слід також зазначити і той факт, що в сучасних умовах “перетворення громадянського суспільства ініціюються виключно згори й відбуваються більше в інтересах держави, ніж громадянина” [33].

Це позбавляє громадянське суспільство потенціалу власного розвитку, оскільки за таких умов воно перебуває під протекторатом держави, а відтак не має можливості захиститися від бюрократичного свавілля та олігархічного тиску, що й надалі ігноруватиме принцип справедливого розподілу суспільних благ, отримання належного добробуту та прав на самореалізацію. Це свідчить про те, що громадяни потребують більш досконалих комунікативних механізмів взаємодії з органами державної влади, які б забезпечили досягнення позитивного комунікативного ефекту [34]. Такий ефект, на нашу думку, є можливим лише за умови розвитку комунікативних відносин між органами державної влади та громадськістю, що забезпечило б двосторонній взаємовплив: органів державної влади на громадськість та громадськості на органи державної влади.

Класифікують такі рівні комунікативних відносин:

- довгострокові, які передбачають стратегічні цілі та відповідний стратегічний комунікативний ефект;
- середньострокові, спрямовані на отримання нагромаджувального (складається під час здійснення комунікативного впливу) ефекту;
- короткострокові, які забезпечують одноразовий комунікативний ефект (хоча він і може мати дифузний резонанс) [35].

Класифікуючи рівні комунікативної взаємодії, В. І. Буренко виділяє такі три основні: суспільний (характеризує відносини між суб'єктами суспільної та політичної діяльності), публічний (асоціативний) (характеризує відносини між громадськими організаціями, союзами, виробничими структурами та іншими

колективами, яким притаманні комунікативні зв'язки) та особистий (характерний для малих груп та реалізації приватних інтересів). На думку дослідника, на всіх цих рівнях “влада інституалізується, оформляється в спеціалізовані структури (апарат влади) та посади в установленій ієрархії посад” [36].

Підбиваючи підсумки можна констатувати, що комунікативна діяльність розглядається і як складова повсякденної діяльності, і як зовнішньо спрямована робота, що вимагає своїх правил і також має певним чином оцінюватися. При цьому, необхідно враховувати, що комунікативна діяльність спрямована на взаємодію, побудовану певним чином. Отже, не тільки самі відносини породжують необхідність комунікативної діяльності, але і спрямована комунікативна діяльність може породжувати формування і розвиток тих чи інших відносин.

Сучасний розвиток демократії в Україні вимагає вдосконалення механізмів взаємодії громадян і держави, її методів та форм. У контексті активізації формування громадянського суспільства в Україні найактуальнішими питаннями сьогодення є налагодження ефективної взаємодії між владою та суспільством, створення дієвих механізмів цього процесу.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ КОМУНІКАТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ У СФЕРІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

2.1. Комунікативна взаємодія як засіб побудови комунікативного простору

Комунікативна взаємодія повністю моделює систему (структуру) і механізм функціонування всіх елементів у сфері суспільного життя як складної самоврядної і самовідтворюючої системи, яка передбачає постійну координацію їх дій у межах єдиного цілого. Тобто будь-яка соціальна система складається із людей, об'єднаних різними взаємозв'язками в ієрархічно упорядковані та відносно автономні відтворюючі контури (підсистеми) у виробничій, сімейно-побутовій, політичній, управлінській, культурній, освітній та інших сферах, які визначають систему цінностей та мотиви їхньої діяльності й поведінки. Усі контури поєднані між собою й опосередковують еволюцію соціальної системи взагалі й кожної її частини зокрема.

Сьогодні конструювання моделі картини світу базується на інформації. ЗМІ є основним джерелом знань про навколишній світ, і якщо медіа ігнорують інформацію, то її значимість і вплив зменшуються. ЗМІ задають якість дискурсу – поняття, критерії оцінювання, що дає змогу вести мову про глибину висвітлення подій, контекст, який зумовлює детермінацію конкретного явища та його місце в загальній картині світу. Спосіб викладу інформації в ЗМІ передбачає наявність базового рівня культури (компетентність), що дає можливість аудиторії “правильно” інтерпретувати зміст закладеного послання [37].

Специфікою соціокультурного підходу до інформаційного простору є виявлення взаємозв'язку засобів масової інформації з трансляцією культурних моделей, що задають соціальну ідентичність індивідів. Взаємодія й навіть протиборотство наявних в інформаційному просторі моделей самоідентифікації

веде до різкого збільшення обсягів інформації, яка переробляється. Це позначається на психологічному стані індивідів і може викликати навіть відторгнення стосовно джерел інформації. Процеси глобалізації та інформатизації, що тісно пов'язані й протікають паралельно, натрапляють на вороже ставлення представників державної еліти. Адже людина, занурена у світ інформаційних потоків, вивільняється з пут громадянства, національної приналежності й інших факторів самоідентифікації. На цьому етапі функціонування суспільства досягається відносна незалежність бажань індивіда (зрозуміло, прихильного до нових модифікованих цінностей) від попередньої культурної традиції [38].

Інфокомунікаційні технології – це потужний інструмент надзвичайно масштабних суспільних перетворень, що вносять радикальні й принципові зміни в найрізноманітніші сфери сучасного суспільства, у діяльність демократичних інститутів або демократично обраних лідерів. Однак ці технології поки не реалізували повністю можливості свого соціального впливу і не виявили всі свої ймовірні форми й особливості. Тому, зважаючи на високі темпи розвитку інфокомунікаційних технологій і масштабність суспільних змін, що відбуваються в результаті цього, слід приділити пильну увагу неоднозначному характеру політичних наслідків розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Також залишається багато в чому незрозумілим характер змін у сфері соціальних зв'язків індивіда.

Інтернет – це якісно новий спосіб створення (прочитання) тексту, на основі якого стає можливим конструювання компактнішої моделі дійсності. За допомогою інтернету читач потенційно стає співавтором інтерактивного тексту, беручи участь у створенні тексту, що читається, тобто розширюються межі тексту, що сприймається. Це допускає можливу участь самого суб'єкта як діючої особи тексту в різних рольових позиціях, чії дії можуть спричинити зміну змісту цього гіпертексту. Побудова суб'єктивної поствіртуальної реальності має на увазі використання нелінійної одиниці часу, що призводить до нового способу дискретизації тексту (подрібнення його на частини й створення цілого),

відповідно, і до наступного шабля когнітивної складності суб'єктивної реальності [39].

Сьогодні існують сотні сайтів з можливостями організації соціальних мереж. Узагальнюючи, можна спрогнозувати, що з часом соцмережі будуть вузькоспеціалізованими, тематичними. Умовно їх можна поділити на: соціальні мережі на загальну тематику (спрямовані на підтримку та налагодження вже існуючих контактів, а також пошук нових знайомих. Ці сайти вже зібрали величезну базу контактів і профілів, з яких можна багато дізнатися про людину та її уподобання); ділові соціальні мережі (спрямовані на професійний розвиток та побудову кар'єри); спеціалізовані соціальні мережі (збирають аудиторію за конкретними інтересами: музика, мистецтво, хобі) тощо.

Коли весь світ переживає інформаційний бум, країни шукають шляхи впровадження єдиних стандартів до інфраструктур своїх інформпросторів, будують державну політику, ґрунтуючись на новітніх комунікаційних технологіях, у т. ч. й щодо забезпечення ефективних комунікацій влади, громадян та бізнесу. У сучасних умовах це не є можливим без створення відповідних технічних та технологічних баз.

Дослідники відзначають, що поняття “інформаційний простір” поєднує два терміни: “простір“ та “інформація”. Простір можна охарактеризувати такими властивостями, як структурність, довжина, співіснування та взаємодія елементів у всіх матеріальних системах. Інформаційний простір – це поле, в якому інформація створюється різними категоріями продуцентів (як внутрішніми, так і іноземними), передається через канали комунікацій реципієнтам та інтерпретується ними (цілеспрямовано під впливом власників таких каналів або підсвідомо), що не обмежене державними кордонами України. Таке поле формується в середині країни на всіх рівнях: від локального до національного рівня, проте вплив на його наповнення мають зовнішні по відношенню до України актори – прикордонні держави, провідні держави світу, недержавні актори світової політики. [40].

Інформаційний простір, постійно розширюючись і відіграючи дедалі важливішу роль у житті людей, формує новий життєвий простір у вигляді цілісного поля, усередині якого індивіди взаємодіють між собою. Специфіка його полягає в розірваності двох рівнів буття: реального й віртуального, що зумовлює нові норми й ситуації існування. Набуваючи глобального характеру, інформаційні технології сприяють розширенню комунікацій і формуванню єдиного комунікативного простору, у рамках якого формуються свої особливі закони та норми поведінки й світосприйняття.

Поняття “комунікаційний простір” як філософська категорія можна розкрити через категорії властивостей, структури, системи, кількості, ефективності, оцінки, управління, якості та ін. Мережева революція радикально змінює структуру комунікаційного простору. Будь-який індивід може виступати як комунікатор та реципієнт масової, групової й особистої комунікації у найрізноманітніших ситуативних контекстах (принаймні, потенційно). Повідомлення може мати різноманітну форму й супроводжуватися графікою, анімацією, звуком тощо, комунікатор може його створювати, доповнювати, змінювати, пересилати, ігнорувати, кооперуватися в цих процесах із різною кількістю партнерів. Такі зміни вкорінені у повсякденне життя людей.

Динаміка комунікаційного простору визначається С. В. Тихоновою як форма соціального руху, що розкривається в зміні станів комунікаційного простору і його феноменів, порушенні їхньої тотожності з самими собою [41]. Комунікаційні революції відповідні появі усного мовлення, тотожному виникненню власне людини й людського суспільства, писемності, друку й електронної комунікації. Останні два етапи традиційно пов’язують із формуванням масової комунікації.

Визначення революційних змін у комунікаційному просторі можливе тільки при звертанні до появи нових каналів комунікації, що призводить до зміни кількісного складу учасників комунікаційного процесу й обсягів трансльованої інформації.

Винахід і поширення нових засобів комунікації породжує специфічні зони в комунікаційному просторі, що включають у себе характерні комунікаційні системи та структури. Ці зони концентрують трансляцію та зберігання конкретних видів соціальної інформації, що мають різне значення для процесів суспільного відтворення, насамперед, для соціального управління.

На підставі вищесказаного, під терміном “комунікаційний простір” пропонуємо розуміти форму існування інформаційних систем, яка забезпечує й стимулює оперативні інформаційні взаємодії виробників інформації та її споживачів, трансляцію знань, накопичених в інформаційних ресурсах, і їхнє збереження в сформованій інформаційній інфраструктурі, сукупність комунікаторів, реципієнтів, значеннєвих повідомлень, комунікаційних каналів і засобів комунікації.

Що стосується інформаційного простору публічного управління, то серед його характеристик виділяються:

- швидкість, щільність і відкритість інформаційних обмінів у політичному просторі;
- зворотний зв’язок, недостатність якого деструктивно позначається на розвитку демократії;
- сегментація та стратифікація інформаційного простору;
- інформаційна нерівність та ієрархія.

Інформаційний простір політики сьогодні дедалі більше набуває якості трансграничності. Держави, приватні структури стають складовими частинами єдиної глобальної інформаційної мережі. Також відбувається віртуалізація інформаційного простору, з’являються можливості штучного моделювання політичних подій і формування віртуальних образів світу. Тому поява нових характеристик і можливостей інформаційного простору політики ставить перед експертами та політиками завдання законодавчого обмеження можливих деструктивних політичних наслідків [42].

Процес трансформації суспільно-політичної системи, викликаний впливом інформаційно-комунікаційних технологій, необхідно поділити на декілька складових:

- зміна системи державного управління, форми організації органів виконавчої влади;
- трансформація інститутів представницької демократії, владних механізмів суспільного контролю, форм політичної участі громадян;
- зміна соціально-політичних характеристик суспільства, яке набуває вигляду інформаційного [43].

Ці процеси в нашій країні, що мають відмінні від Заходу кінцеві цілі, мають і різні перспективи. У найближчому майбутньому, на наш погляд, реальне тільки формування електронного уряду. Електронна демократія й інформаційне суспільство можуть виникнути тільки у віддаленій перспективі.

Як відзначає О. Захарова, у сучасному інформаційному просторі необхідно інтенсивно розвивати нову інформаційну культуру, яка перебудовує не тільки сферу економіки, управління, спосіб життя і характер комунікації, а й впливає на людську ментальність, самосвідомість і поведінку людини. На думку О. Захарової, використання поняття “інформаційна культура” у прикладному значенні розкриває лише частину тієї інформаційної культури, яка формує соціокультурний простір. Ця теза дозволяє авторці зробити висновок про те, що використання інформаційної культури як фундаментального поняття містить у собі історичні механізми самоадаптації до мінливого інформаційно-комунікативного середовища, які дозволяють активізувати соціальну практику, залишати в минулому віджилі традиції, затверджуючи замість них нові поведінкові норми й духовні цінності інформаційного світу [44].

Одним із першочергових завдань у сфері розвитку інформаційного суспільства є розбудова інформаційної системи “Електронний уряд”, що підтримує принципи й процедури електронного урядування. Вона повинна включати інформаційні системи та ресурси всіх органів влади, взаємодія яких відбувається за допомогою електронного документообігу (з використанням

цифрового підпису). Доступ до інформації й послуг органів влади забезпечується через Єдиний портал органів влади (єдине вікно). В інформаційному просторі найважливіші ресурси зберігаються в національному депозитарії електронних інформаційних ресурсів, до складу яких повинні входити бази даних, реєстри та кадастри державних органів, електронні бібліотечні фонди, електронні копії та зображення музейних фондів, друкованих засобів інформації, цифрові архіви телевізійних та радіопрограм, інтернет-сайти тощо.

У структурі електронного урядування можна виокремити три компоненти:

- технічну сторону (інтернет, стільниковий зв'язок, супутниковий зв'язок, географічні інформаційні системи);
- внутрішню урядову інфраструктуру, аналог корпоративної мережі;
- зовнішню інформаційну інфраструктуру, яка взаємодіє з громадянами та юридичними особами.

Концепція впровадження електронного урядування передбачала створення якісно нових форм організації діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування, їх взаємодію з громадянами та суб'єктами господарювання такими шляхами:

- надання доступу до державних інформаційних ресурсів;
- можливості отримувати електронні адміністративні послуги;
- можливості звертатись до органів державної влади та органів місцевого самоврядування з використанням інтернету.

Своєю чергою, складниками електронного урядування (а не електронної інформаційної системи “Електронний уряд”) визначено такі елементи:

- систему електронної взаємодії органів виконавчої влади;
- єдиний інформаційний веб-ресурс звернень громадян до органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування;
- систему електронної взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів;
- єдиний державний веб-портал відкритих даних.

Згідно з концепцією е-урядування, уся система органів публічної влади функціонує як єдина сервісна організація, призначена для надання послуг населенню. При цьому публічна діяльність має бути відкритою, інформаційно прозорою та доступною для громадян. Особлива увага приділяється принципу зворотного зв'язку, швидкості і якості надання послуг за допомогою широкого використання інтернету. Усе це покликане підвищити як якість надання адміністративних послуг населенню, так і ефективність функціонування самих органів публічної влади. Виходячи з цього, "е-урядування" можна визначити, як спеціалізовану комплексну систему взаємодії державних та муніципальних структур з бізнес-структурами та організаціями громадянського суспільства за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій [3].

На сьогодні серед теоретиків та практиків використання інформаційно-комунікаційних технологій в управлінні суспільством є розуміння того, що для реорганізації системи державного управління в парадигмі "е-урядування" необхідно виконати ряд умов. Найбільш актуальними з них визначаються такі: прийняття відповідних нормативно-правових актів; не менш ніж 30 % рівня доступу до інтернету в суспільстві; створення необхідних інформаційно-технологічних передумов і електронних форм (документів, електронних підписів та ін.); фінансового забезпечення; підготовки нових кадрів, повністю обізнаних з системою е-урядування; подолання вузькотехнологічного підходу до е-урядування; попередження можливостей його використання в антисуспільних цілях; раціонально-критичне освоєння накопиченого зарубіжного досвіду [45].

Наступним кроком стало затвердження Урядом Державної стратегії регіонального розвитку до 2027 року. Стратегію розроблено Міністерством розвитку громад та територій України за участі Міністерства цифрової трансформації України.

Стратегія сприятиме економічному зростанню України та розвитку інформаційного суспільства. А також забезпеченню доступу до високошвидкісного Інтернету всіх населених пунктів, розвитку сфери надання публічних послуг та цифровій трансформації регіонів.

Загалом стратегія містить понад 60 завдань цифрової трансформації.

Пріоритетними цілями є:

- підвищення рівня цифрової грамотності населення;
- забезпечення безперешкодного доступу до високошвидкісного Інтернету всіх населених пунктів (насамперед сільських та малих міст) та соціальних закладів;
- запровадження можливості отримання електронних послуг через смартфон;
- впровадження електронного документообігу;
- забезпечення електронної взаємодії між національними реєстрами, реєстрами органів місцевого самоврядування;
- переведення пріоритетних публічних послуг в електронну форму;
- впровадження регіональними органами влади відкритих даних;
- розвиток інструментів електронної демократії.

А також впровадження системи електронного прийому документів та забезпечення можливості звернення за послугами сфери соціального захисту через онлайн сервіси, та впровадження системи електронних черг. Крім того, передбачається створення електронної освітньої системи, впровадження на всіх рівнях освіти сучасних навчальних програм для ефективного формування сучасних цифрових навичок та запровадження нових професій тощо.

Стратегію буде реалізовано у два етапи: перший 2021–2023 роки та другий 2024–2027 роки [46].

Роль комунікації в суспільстві багато в чому визначається і його комунікаційним простором, у який входить як комплекс етичних, мовних, культурних питань та аспектів, так і засоби комунікації. У сучасному суспільстві комунікація переважно здійснюється за допомогою різних технологічних засобів, включаючи телебачення, радіо, друковані видання, інтернет. Сучасні інформаційні технології забезпечили розширення комунікаційного простору за межі будь-якої спільноти або раніше відокремленої соціальної групи. Якщо раніше громадські групи шукали шляхи ефективної комунікації між собою, то

зараз все частіше з'являються окремі соціальні групи, які прагнуть скоротити обсяги інформації, одержуваної по каналах комунікації.

Сучасний комунікаційний простір у технічному аспекті включає в себе три компоненти:

1. Інтернет, який охоплює всю планету.
2. Апаратні та програмні комплекси, що забезпечують роботу масової комунікації, включаючи теле- і радіомовлення.
3. Засоби взаємодії інформаційних систем, що забезпечують комунікацію в сучасному суспільстві.

У результаті, роль комунікації в суспільстві визначається вже не тільки способом передачі, але і простором, у якому вона поширюється. З точки зору суспільно значущих інтересів, питань, запитів, необхідне формування уніфікованого комунікаційного простору, в якому можна отримати потрібну інформацію. Інтернет багато в чому відповідає даній вимозі:

1. Наявність універсальних протоколів дозволяє передавати будь-яку інформацію таким чином, щоб її міг отримати будь-який реципієнт.
2. Можливість використовувати інтернет в особистому спілкуванні, у професійних цілях, в освіті, для отримання актуальної інформації.
3. Можливість організації складної комунікації: окремих індивідів, індивіда з групою, груп з групами.
4. Продуктивний інформаційний обмін – тематичний обмін інформацією за допомогою особистої комунікації, знеособленого поширення інформації, електронних публікацій, баз даних, спільної роботи.

Комунікації мають значний потенціал для суспільства, що обумовлено як розвитком громадських комунікаційних систем, так і вдосконаленням технологій передачі та поширення інформації. У майбутньому для суспільства роль комунікації буде лише зростати, оскільки:

1. Ускладнення змісту інформації підвищує вимоги до її сприйняття, усвідомлення і засвоєння.

2. Масштабність інформаційних систем у складні функціональні структури з безмежними можливостями зберігання і обробки накопиченої інформації.

3. Підвищення вимог до якості інформації, що передається, призведе до посилення відповідальності за поширювану інформацію, достовірність відомостей і даних.

4. Зниження можливості запроваджувати соціальні групи або суспільство в оману.

5. Транскордонність комунікації для суспільства означає можливість контактувати й обмінюватися інформацією між представниками різних народів.

Вищевикладене дозволяє зробити висновок, що в сучасному суспільстві структуру комунікаційного простору утворюють технології й засоби комунікації, які дозволяють встановити контакт між різними сторонами діалогу поза залежністю від просторово-тимчасових координат їхнього функціонування. Комунікаційний простір містить у собі структуровану сукупність комунікаторів, реципієнтів, значенневих повідомлень, комунікаційних каналів і засобів комунікації. Взаємодії комунікаційних систем різного рівня, а також їхніх елементів і комунікативних структур, генерованих у ході міфотворчих процесів, утворюють комунікаційний простір.

2.2. Сутність комунікативного діалогу у сфері публічного управління

Державна комунікація є однією з найважливіших складових системи державного управління. В умовах демократії органи державної влади мають дотримуватись у своїй діяльності принципів інформаційної відкритості та прозорості, підтримувати рівноправний діалог з громадянами, забезпечувати узгодження інтересів держави та суспільства при вирішенні тих чи інших питань.

Успішне формування та втілення державної політики безпосередньо залежить від уміння органів державної влади ефективно спілкуватися з

громадськістю, обговорювати альтернативні варіанти політики та використовувати громадські пропозиції, щоб поліпшити якість політики.

Пріоритетні напрями роботи органів виконавчої влади повинні визначатися у співпраці з громадськістю. Щоб отримати користь від діалогу з громадськістю, влада повинна бути спроможною такий діалог забезпечувати. Взаємодія органів державної влади з громадськістю має забезпечувати двосторонній обмін інформацією між урядом і представниками громадянського суспільства для створення програм та проєктів уряду, що дійсно відповідають потребам суспільства. Таке спілкування повинно відбуватися на регулярній основі, мати під собою виважене, систематичне методичне підґрунтя [47].

Проблема порозуміння не втрачає своєї актуальності й у забезпеченні діалогічності публічного дискурсу. Через те, що демократичні громадські взаємодії є традиційно залежними, це обмежує можливості для ефективної участі громадськості у питаннях політики. До того ж, сьогодні концептуальні засади забезпечення діалогічності є розмитими та прихованими через відсутність суворого дотримання процедурних методологій. Саме недостатня реалізація механізмів діалогу в управлінні державою, політизація політикоуправлінських відносин, що є результатом комунікативної монологічності, відсутність збалансованих діалогічних форм у взаємодії створюють внутрішню суперечливу ситуацію і породжують високий рівень соціальної невдоволеності діяльністю органів влади всіх рівнів і чинним політичним курсом. В. Мартиненко вбачає у поширеності монологічності публічного дискурсу причину збільшення громадської лінії розлому, що перешкоджає чіткому та спільному розумінню питань державної політики та налагодженню інноваційної взаємодії [48].

Визначення категорії соціального діалогу в Україні зафіксовано на державному рівні. Визначені правові засади організації та порядку ведення соціального діалогу з метою вироблення та реалізації державної соціальної і економічної політики, регулювання трудових, соціальних, економічних відносин і, відповідно, забезпечення підвищення рівня і якості життя громадян, соціальної стабільності в суспільстві. Зокрема, Закон визначає поняття так: “Соціальний

діалог – процес визначення та зближення позицій, досягнення спільних домовленостей та прийняття узгоджених рішень сторонами соціального діалогу, які представляють інтереси працівників, роботодавців та органів виконавчої влади і органів місцевого самоврядування, з питань формування та реалізації державної соціальної та економічної політики, регулювання трудових, соціальних, економічних відносин”. Серед сутнісних ознак діалогу виділяють:

- свідому й взаємну спрямованість комунікативної дії одного соціального суб’єкта на реакцію іншого (інших);
- взаємно зрозумілу дискурсивну артикульованість взаємодії соціальних суб’єктів у знаково-символічних формах;
- наявність відтворюваного зворотного зв’язку у взаємодії соціальних суб’єктів;
- взаємне визнання “позитивної інакшості“ й самоцінності позиції іншого суб’єкта взаємодії, що вимагає толерантного ставлення;
- наявність (у т. ч. неусвідомлювана) спільного ціннісно-сміслового і діяльнісного контексту взаємодії, який опосередковує специфічність позицій різних суб’єктів;
- наявність конструктивних змін у свідомості й діяльності принаймні одного із взаємодіючих суб’єктів під впливом іншого (інших);
- узгодженість суперечливих інтересів, мотивів, установок і цінностей взаємодіючих суб’єктів.

Соціальний діалог є певною формою соціальної комунікації. Особливість комунікації полягає в її складній структурі та складності здійснення через передачу повноважень соціальних груп окремим особам, що відіграють роль комунікаційних посередників у рамках соціального діалогу [49].

Формулювання закону про соціальний діалог базується на Конституції України і складається із таких законів України: “Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності”, “Про організації роботодавців”, “Про колективні договори і угоди”, “Про порядок вирішення колективних трудових спорів

(конфліктів)”, а також трудового законодавства, інших нормативно-правових актів.

Закон також визначає основні принципи соціального діалогу: “Соціальний діалог здійснюється на принципах: законності та верховенства права; репрезентативності і правоспроможності сторін та їх представників; незалежності та рівноправності сторін; конструктивності та взаємодії; добровільності та прийняття реальних зобов’язань; взаємної поваги та пошуку компромісних рішень; обов’язковості розгляду пропозицій сторін; пріоритету узгоджувальних процедур; відкритості та гласності; обов’язковості дотримання досягнутих домовленостей; відповідальності за виконання прийнятих зобов’язань”.

Роль соціального діалогу як елементу врегулювання та розвитку суспільних відносин важлива в суспільстві. Ступінь розробленості категорії соціального діалогу на високому рівні. Процес соціального діалогу в демократичному суспільстві виступає цінністю, яку формує суспільство й визначає держава.

У сучасних умовах на етапі реформування України актуалізувалося і загострилося питання про діалектичні за своєю природою протиріччя у відносинах органів державної влади та громадськості в загальній системі управління країною. Його рішення, як показує практика, слід шукати за рахунок поєднання інтересів і зусиль сторін у рамках єдиної державної вертикалі управління і на основі усвідомленого громадянського компромісу, нового “суспільного договору”:

1. Стрімко розвивається комунікативний простір, радикально змінилися суспільні зв’язки, інформаційний обмін, ступінь відкритості, якість і кількість діалогових форм спілкування людей, соціальних груп і структур. Відповідно, зростає вплив громадянського суспільства, його частки інтересів і участі в державних справах. Своєю чергою, посилення громадянського контролю (цивільної влади) змінює положення урядових, регіональних структур влади, змушуючи все ширше застосовувати форми соціального й управлінського

партнерства для зняття соціальної напруженості й спільного вирішення конфліктів.

2. Комунікації різного роду, набуваючи мережевого характеру, істотно видозмінюють зворотний зв'язок інститутів влади з населенням, місцевими громадами; система територіального управління все більше стає двостороннім процесом. З'являється можливість для більш повного політичного моніторингу та проведення ефективних електоральних кампаній на тому рівні, який забезпечував би формування по-справжньому легітимної влади.

У новій парадигмі державного управління трансформуються традиційні уявлення про комунікацію між органами влади та їх інформаційну взаємодію з громадянами. Тому варто говорити саме про трансформацію суспільних відносин від інформаційного підходу до інформаційно-комуникативного, адже таким чином створюється певне діалогове середовище “державні службовці – громадяни”, зростає необхідність постійної комунікації та підтримки зворотного зв'язку, а не лише пасивного однобічного інформування про дії влади. Тому архетип зворотного зв'язку є ключовим у формуванні комуникативної сфери.

Для державно-управлінського дискурсу, як площини реалізації політико-управлінських відносин, діалогічність набуває парадигмального значення. По-перше, діалогічність безпосередньо пов'язують з демократизацією сучасного суспільства; діалог стає ключовим поняттям для усвідомлення процесів у різних сферах соціального життя, включаючи політику, державне управління, суспільство [48]; по-друге, у науці державного управління категорія діалогічності стає популярною, як засаднича ознака різних моделей ефективності модернізаційних і реформаційних процесів; по-третє, сутнісна природа діалогічності є потенціалом, що забезпечує ефективне подолання комуникативних дефектів. Набуття діалогічністю парадигмального статусу не випадково порівнюють з “діалогічним поворотом” у сучасному знанні.

Процедури діалогічної взаємодії розподілені у просторі та часі, тобто висловлювання та дії партнерів передбачають здійснення у різних місцях і в різний час та різними методологічними засобами [49].

Участь громадян в управлінні державними справами відбувається у таких формах:

- загальні збори громадян;
- громадська ініціатива;
- громадські ради при органах виконавчої влади; громадська експертиза; громадський моніторинг органів виконавчої влади та їх рішень;
- індивідуальні та колективні звернення громадян;
- діяльність громадських організацій та політичних партій, що можуть впливати на органи влади;
- громадські обговорення, наради, дискусії, “круглі столи”, виступи, конференції тощо.

Характерними особливостями соціально-комунікативного діалогу у порівнянні з індивідуально-особистісним діалогом є обумовленості, які є не тільки особистісними характеристиками, статевіковими, професійними чи етнічними, а реальними умовами життя людей. Серед яких кризовий соціум, неефективність соціальних інститутів і соціальних відносин, які на сьогодні є характерною ознакою українського суспільства й закономірно породжують кризову свідомість [50].

Світова мережа порівняно з іншими каналами комунікації є якісно новим каналом комунікації. З точки зору соціальних комунікацій усі канали комунікації діляться на дві великі групи: природні (невербальні та вербальні) на штучні (документальні та електронні). Інтернет належить до типу штучних електронних каналів комунікації. Поява та швидке поширення штучних каналів комунікацій, постійне збільшення їх кількості та ускладнення технічних способів передачі інформації, падіння ролі природних каналів комунікації є зафіксованими історичними тенденціями.

Серед багатьох українських дослідників є визнаною думка про те, що соціальні мережі є тією платформою, яка виконує роль консолідації різних груп на основі спільних інтересів, при цьому в результаті комунікативної взаємодії виникає масштабний синергетичний ефект. Соціальні мережі сприяють

структуризації комунікативного простору, створенню віртуальних співтовариств, які часто на практиці перетворюються на громадські об'єднання.

Отож, в Україні потребують активізації такі аспекти діалогу та влади:

1. Налагодження комунікації шляхом удосконалення функціонування органів державної влади. Закріплення та досконала реалізація принципів відкритості, доступності, транспарентності, демократизму та гласності є вагомими критеріями діяльності органів виконавчої влади.

2. Діалог відбувається шляхом забезпечення можливості громадянам брати участь в управлінні державними справами. В умовах демократичної системи України закономірним є подальший розвиток діалогу влади та громадськості. Науковці слушно зауважують, що комунікації влади не лише підсилюють ефективність її роботи, вони є істотною її складовою. Тобто це не допоміжний, а основний інструментарій.

3. Діалог відбувається шляхом використання новітніх інформаційних технологій. Інформаційне суспільство вимагає впровадження в управлінську діяльність модернових тенденцій розвитку комунікативних технологій. Шляхом впровадження інформаційного врядування досягаються значні позитивні чинники: покращення діалогу між громадянами та органами державної влади; пришвидшення надання адміністративних послуг; скорочення витратності в управлінській діяльності; зменшення кількості державних службовців та високий рівень кваліфікованості послуг; доступність та швидкість взаємодії людини та владних органів. Одним із пріоритетів побудови інформаційного суспільства є інформатизація органів державної влади та органів місцевого самоврядування, яка повинна сприяти прозорості та відкритості влади, підвищенню ефективності праці чиновників, якісному наданню населенню країни різноманітних інформаційних послуг органами влади, демократизації виборчого процесу, інтеграції зі світовим інформаційним простором тощо.

4. Комунікативна діяльність органів державної виконавчої влади. Уряд звертає незначну увагу на комунікативну складову, хоча для європейських держав це є загальною нормою. В Україні проблеми фінансового характеру

ставлять на другий рівень комунікативні чинники урядової діяльності, що не є цілком правильно. Важливість комунікації забезпечує розуміння, сприйняття і довіру до органів виконавчої влади, легітимізує їх діяльність, долає прояви політичного та правового нігілізму. Необхідно залучати професійних фахівців у сфері комунікації з приватного сектору економіки для створення ефективної комунікативної політики влади.

5. Подолання корумпованості чиновницького апарату спричиняє девіаційні прояви у владі. Проблема корупції є актуальною для будь-якої країни світу, однак особливо актуальною вона є для пострадянських країн, зокрема України. Реформи, про які так часто йдеться у наукових та популярних виданнях, становлять лишень подолання корупційної складової. Отже, вирішується комплекс таких заходів: удосконалення органів державної влади, підвищення правової культури населення, економічний розквіт держави, активна взаємодія держави та людини, відкритість органів влади.

Аналіз діяльності структурних підрозділів органів державної влади та органів місцевого самоврядування України, що виконують інформаційно-аналітичні функції і забезпечують зв'язки з засобами масової інформації та громадськістю, свідчить, що сучасний стан взаємодії владних органів з громадськістю, на жаль, не можна назвати задовільним. Зокрема, були виявлені такі проблеми в їх діяльності:

- відсутність системності у виробленні комунікативного діалогу;
- виключення інформаційних служб з процесу підготовки, обговорення та прийняття управлінських рішень;
- нечіткість внутрішньої структури інформаційних служб і, як наслідок, розпорошеність їх функцій;
- правова невизначеність функціонального статусу інформаційних служб та їх керівників;
- відсутність взаємодії між інформаційними службами й іншими структурними підрозділами органу державної влади.

Розв'язання проблем, пов'язаних із комунікацією виконавчої влади і суспільства, забезпечується гармонійним поєднанням реалізації політичного, правового та організаційного механізмів управління цим процесом. Діалогові форми взаємодії органів виконавчої влади із суспільством проводяться і у формі публічного громадського обговорення (конференції, форуми, громадські слухання, круглі столи, збори, зустрічі з громадськістю; теле- або радіодебати, інтернет-конференції, електронні консультації, тобто у безпосередній формі), і через вивчення та аналіз громадської думки. Якщо в нормативній площині, яка стосується вдосконалення існуючих стандартів і процедур, на основі яких органи виконавчої влади будують комунікативну взаємодію, гарантована чинним законодавством, то політичний механізм, який мав би формувати готовність держави та громадян нести взаємну відповідальність за підготовку та втілення державно-управлінських рішень все ж вимагає пошуку шляхів його вдосконалення.

Проблемні питання є і в комунікативній площині. Так, з одного боку, органи виконавчої влади демонструють незацікавленість у діалозі та консультуванні з громадянами, підходять до цього формально; часто в органах виконавчої влади бракує фахівців для організації процесу комунікації. З іншого боку, інституції громадянського суспільства та окремі громадяни мають низьку поінформованість про діяльність органів виконавчої влади та про свій власний вплив на рішення, що ними розробляються. Аналіз практики звітування органів виконавчої влади про проведені консультації з громадськістю свідчить, що значну частину з цих заходів становлять прес-конференції та заходи, які не передбачають отримання зворотного зв'язку з громадськістю. Найменш поширеними методами здійснення консультацій із громадськістю і на центральному, і на регіональному рівнях є вивчення громадської думки – лише 2 та 4 % випадків відповідно [51].

Отже, найскладнішою та найсуперечливішою є ситуація з розумінням органами виконавчої влади та громадянами своєї взаємозалежності, а відтак – необхідності спільної роботи над формуванням та реалізацією державної

політики, що й зумовлює актуальність дослідження. Тому компетентною відповіддю на потребу вдосконалити процес комунікації виконавчої влади із суспільством є методологічні можливості надбань комунікативної філософії та теорії комунікації, спрямованої на зміну парадигми мислення – від монологічної до діалогової та побудову публічного деліберативного процесу.

За допомогою комунікативного діалогу можна вирішити такі завдання:

- передати достовірну інформацію;
- створити позитивне особистісне ставлення до конкретної проблеми;
- стимулювати суспільні дискусії;
- сформулювати в населення попит на конкретну інформацію.

При коректній організації кампанії вирішуються всі вищезгадані завдання. Проте залежно від умов, потреб цільової групи та ряду інших чинників кожна кампанія концентрує свої зусилля на якомусь одному з вищезгаданих аспектів. Для досягнення бажаних змін у поведінці цільової групи може бути потрібна не одна, а кілька взаємодоповнюючих кампаній.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ КОМУНІКАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

3.1. Вплив громадської думки на оптимізацію комунікативної взаємодії у сфері публічного управління

Глибокі системно-структурні зміни, що відбуваються в українському суспільстві, пов'язані насамперед з реформаційним розвитком політичних і соціально-економічних процесів. Їх поширення на сферу політико-владних відносин вимагає адекватної та своєчасної оцінки ситуації у всіх без винятку сферах діяльності. Така об'єктивна оцінка неминуче корелюється з суспільною свідомістю, новими парадигмами й мотивами поведінки різних соціальних груп населення. Відповідно до нових завдань в суспільстві і у владних структурах держави все більш гостро відчувається необхідність в осмисленні логіки, тенденцій і динаміки соціально-економічних, політичних і суспільних трансформацій.

Влада безпосередньо взаємодіє з громадською думкою. У даному випадку спостерігається самотійна комунікація, а думка про взаємодію з громадськістю вже не є парадоксальною, коли її співвідносять з багатогранністю змісту вихідного поняття “громадська думка” з його досить функціональним підтекстом. Не випадково влада, оперуючи цим поняттям, вміло експлуатує приховану та неоднозначну сутність “позиції більшості”. Насправді ж видавати громадську думку за імператив, одержуваний виключно шляхом складання індивідуальних думок, – це свідомо навіювана політиками ілюзія.

Об'єктивно, що незалежно від влади існує думка більшості громадян, і настільки ж незалежно від реального вираження колективної думки існує усвідомлений обов'язок влади рахуватися з цією думкою, оскільки влада не зможе управляти громадськістю. Адже якщо розуміти владу “як механізм раціонального управління соціальними процесами заради задоволення потреб та

інтересів більшості громадян в суспільстві”, то очевидно, що інститути влади покликані повною мірою адекватно і своєчасно реагувати на інновації, враховуючи у своїй управлінській стратегії нові тенденції в системі очікувань і ціннісних установок, відображених в суспільній свідомості і поведінці громадян. В умовах, коли визнається реальний вплив громадської думки на політику інститутів влади, виникає природне, закономірне питання і про можливе його використання для досягнення поставлених владою політичних і ідеологічних цілей.

Отже, з точки зору сучасних дослідників, громадська думка – це:

- стан масової свідомості, що включає відношення до подій і процесів;
- судження суспільства або його окремих груп про що-небудь, що виражає позицію схвалення або засудження, яке регулює поведінку індивідів, що виробляє певні норми суспільних відносин.

Проаналізувавши сутність даного явища, можна відзначити кілька їх основних моментів, а саме:

- громадська думка визначається передусім подіями, які на неї впливають;
- реакцією громадської думки на події виступає вимога дії;
- щоб впливати на людей, слід мати вплив на їхні інтереси (передусім корисливі);
- рівень довіри до керівництва визначає обсяг наданих йому повноважень;
- освіта та інформація сприяють здоровому глузду та поміркованій поведінці людей.

Громадську думку можна охарактеризувати: як духовне відношення (оціночне судження) і як духовно-практичне відношення (прояв соціальної волі, перехід від слів до дії). Крім того громадська думка має такі характерні ознаки:

1. Спрямованість вказує на оціночну якість, визначає її ставлення у вигляді суджень типу “позитивно – негативно – байдуже”, “за – проти – не визначився”, “за – проти – при умові”. У найпростішій формі спрямованість

думки фіксується відповіддю “так” чи “ні” на запитання анкети. Саме з’ясування спрямованості є основним і найпоширенішим виміром громадської думки, що цікавить не лише піарменів.

2. Інтенсивність є показником того, якої сили набирає думка людей незалежно від її спрямованості. Вимір інтенсивності (а отже, спрямованості) громадської думки передусім визначається відповідями респондентів на запитання анкети типу “цілком згодний – згодний – мені байдуже – не згодний – повністю не згодний”.

3. Стабільність характеризується тривалістю часу, протягом якого значна частина респондентів незмінно виявляє одну й ту ж саму спрямованість та інтенсивність почуттів. Фіксація стабільності думки потребує зіставлення результатів не менш від двох розтягнутих у часі досліджень.

4. Інформаційна насиченість вказує на те, який обсяг знань мають люди про конкретний об’єкт громадської думки. Існує певна закономірність: що більше поінформовані люди щодо якоїсь проблеми, то більш чітку думку вони висловлюють про неї. А той, хто має більше знань і чіткішу думку, діє більш передбачливо.

5. Соціальна підтримка є свідченням ступеня впевненості людей у тому, що їх думки поділяються іншими в межах даного соціального середовища. Міра соціальної підтримки показує міру консенсусу, що існує між цими людьми.

Механізм комунікативної взаємодії доцільно розглядати як послідовну реалізацію комплексу правових та організаційних дій, що базуються на основоположних принципах, цільовій орієнтації та використанні відповідних методів управління, спрямованих на задоволення інформаційно-комунікативних потреб населення і організації діяльності органів влади. На рис. 3.1 розглянемо механізми реалізації комунікативної взаємодії у сфері публічного управління.

У структурі механізму комунікативної взаємодії можна виділити чотири основних елементи: механізм нормативно-правового забезпечення, механізм організаційного забезпечення, механізм ресурсного забезпечення, механізм інформаційного забезпечення.

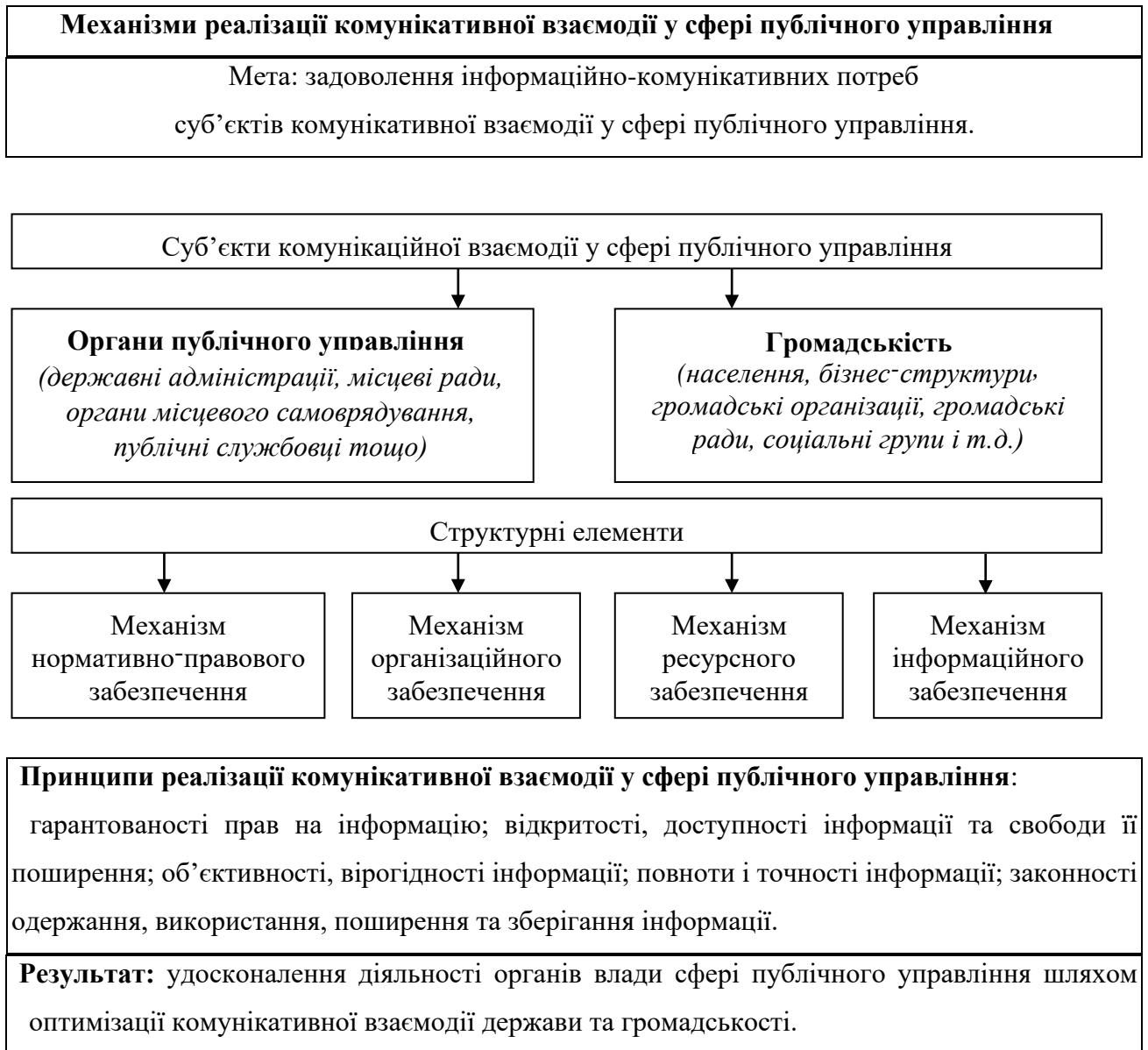


Рис. 3.1. Механізми реалізації комунікативної взаємодії у сфері публічного управління

Таким чином, мета реалізації механізмів комунікативної взаємодії у сфері публічного управління полягає у задоволенні інформаційно-комунікативних потреб суб'єктів комунікативної взаємодії у сфері публічного управління.

1. Механізм нормативно-правового забезпечення. Правове забезпечення комунікативної взаємодії передбачає: всебічне використання засобів і форм юридичного впливу на об'єкт управління з метою підвищення ефективності комунікації (зокрема, опрацювання нормативних актів, що регулюють функціональні й правові відносини у процесі задоволення інформаційно-

комунікативних потреб населення і самих органів влади, сукупність правових норм, втілених у внутрішні документи); державне регулювання і державну підтримку комунікативної взаємодії.

Основними недоліками чинних нормативно-правових актів, що мають забезпечувати ефективну взаємодію органів державної влади з громадськістю, є фрагментарність і несистемний підхід в реалізації відповідних заходів. Значним недоліком комунікаційної сфери України є високий рівень утаємниченості й прихованості інформації щодо діяльності її як державних, так і недержавних суб'єктів.

2. Механізм організаційного забезпечення включає упорядкування, формування організаційної структури підрозділів органів влади з інформаційно-комунікативної діяльності, безпосереднє внутрішньо-організаційне управління шляхом реалізації функцій прогнозування, планування, організації, мотивації, контролю, координації.

Необхідною складовою взаємодії суспільства та влади є їх двосторонній, збалансований зв'язок, який включає участь громадськості в управлінні державою, що супроводжується систематичним її залученням до вирішення соціально значущих проблем. На практиці така участь реалізується шляхом включення неурядових організацій та громадян у процеси прийняття рішень органами державної влади та місцевого самоврядування, що згідно з методологією ОЕСР передбачає два основні напрями, а саме консультування і активну участь. Серед методів проведення консультацій на постійній основі можна виділити такі важливі інструменти:

1. Громадські приймальні. Цей метод пропонує громадянам постійну можливість за попереднім записом у певний час очно розмовляти з відповідальними посадовими особами, висловлюючи їм зауваження і пропозиції з питань державного управління.

2. Інтернет-чати. Проведення діалогу через інтернет у режимі реального часу між працівниками органів влади, які виступають ведучими обговорення, і громадянами в стислі строки, зазвичай протягом 1 – 2 годин.

Обмін думками проходить таким чином, що надруковане одним учасником повідомлення одразу з'являється на екранах інших учасників. Іноді організатори обмежують число учасників до 12–15 для більш інтенсивного групового спілкування.

3. Громадські комітети. Метод, що передбачає формування постійних груп громадян за їх згодою на основі представницької вибірки з усього населення або цільової аудиторії, наприклад, молоді. Ці групи регулярно консультують уряд шляхом висловлювання своїх поглядів на різні проблеми за допомогою поштових або телефонних опитувань, інтерв'ю тощо [49].

Розрізняють два різновиди зворотного зв'язку від громадськості, а саме:

- добровільний зворотний зв'язок – збір думок, які громадяни добровільно надають органам влади щодо певних проблем;
- зворотний зв'язок за запитом – звернення органів влади до громадян із запрошенням висловлювати свої думки щодо певних проблем.

Розглянемо деякі сучасні методи одержання добровільного зворотного зв'язку, які доцільно використовувати у контексті реалізації механізмів комунікативної взаємодії у сфері публічного управління:

У комплексі емпіричних методів, що застосовуються в процесі моніторингових досліджень громадської думки, провідним, як правило, є метод опитування, що представляє собою уніфікований і оптимальний спосіб збору соціальної інформації про об'єкт в ході безпосереднього (інтерв'ю) чи опосередкованого (анкетування) соціально-психологічного спілкування соціолога (інтерв'юера) і опитуваного (респондента) шляхом реєстрації відповідей на питання, задані кореспондентом. Основне призначення опитування – в тому, щоб отримати максимально повну і достовірну інформацію про стан суспільної свідомості (групового, індивідуального), а також засновану на відображенні в свідомості опитуваних інформацію про соціальні факти, події, явища, прямо або побічно пов'язані з їх діяльністю. Особливо зростає значення цього методу в дослідженні соціальних явищ і процесів, які малодоступні для

безпосереднього спостереження, а також у тих випадках, коли досліджувана сфера мало забезпечена документальною інформацією.

До спеціальних принципів реалізації комунікативної взаємодії у сфері публічного управління мають бути віднесені принципи: гарантованості прав на інформацію; відкритості, доступності інформації та свободи її поширення; об'єктивності, вірогідності інформації; повноти й точності інформації; законності одержання, використання, поширення та зберігання інформації.

Як результат, очікується удосконалення діяльності органів влади у сфері публічного управління шляхом оптимізації комунікативної взаємодії держави та громадськості.

На рис. 3.2 розглянемо процес формування громадської думки шляхом реалізації механізмів комунікативної взаємодії у сфері публічного управління. Громадська думка має свої структурно-операційні особливості. Її можна розглядати: 1) як процес вираження ставлення (мова, комунікація та управління ними); 2) як сформований продукт комунікаційного процесу – слова, оформлені в мовні конструкції (судження), а також кількісні та якісні дані, що підтверджують ступінь підтримки цих суджень з боку громадськості.

Процес формування громадської думки включає такі складові частини, які необхідно враховувати при комунікативній взаємодії:

1. Аналіз переконань, настроїв, оцінок, цінностей, інтересів, знань, образів людей – носіїв громадської думки (сукупність вихідного матеріалу для його формування).

2. Здійснення оцінки діяльності лідерів громадської думки серед різних верств населення (суб'єкти формування громадської думки).

3. Залучення професійних інститутів (організацій), відповідальних за формування громадської думки шляхом застосування інформаційно-комунікаційних технологій та мас-медіа (інструменти формування).

4. Застосування технологій виявлення громадської думки (анкетування, опитування, інтерв'ювання, концентрація уваги об'єкти дослідження).

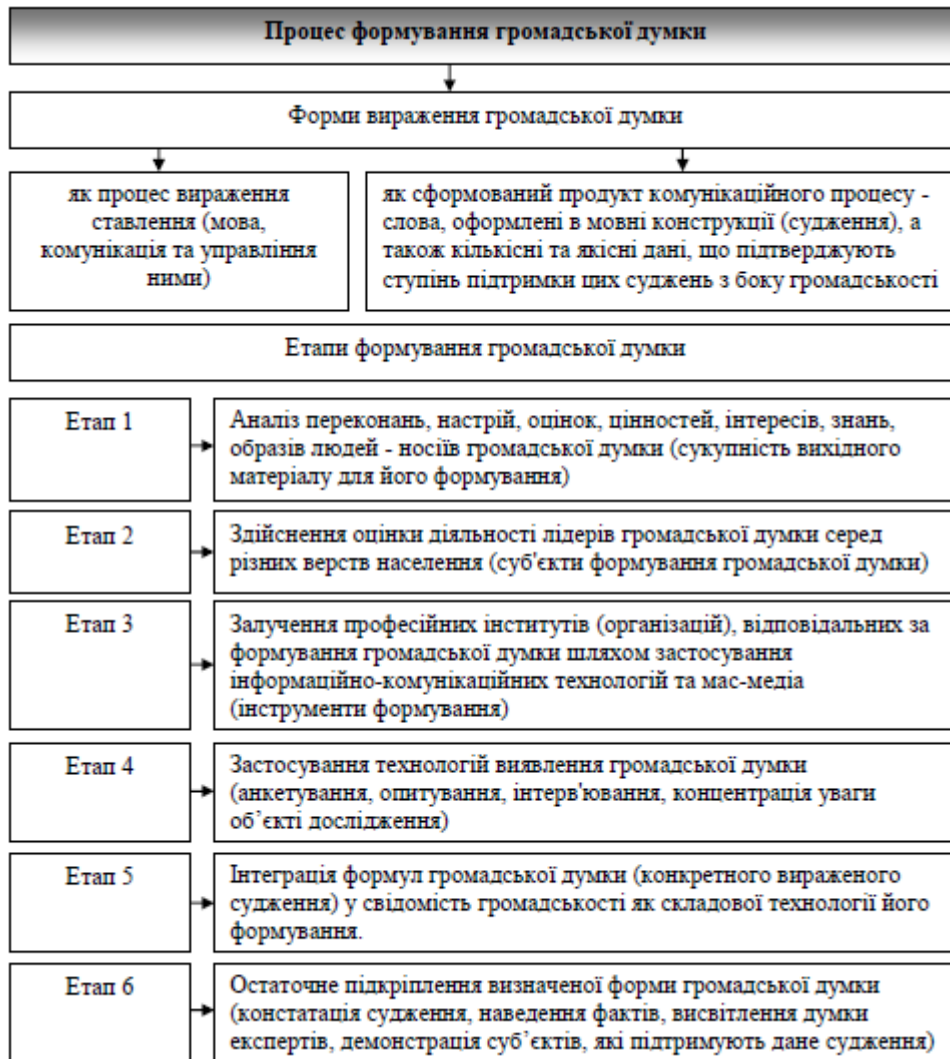


Рис. 3.2. Процес формування громадської думки шляхом реалізації механізмів комунікативної взаємодії у сфері публічного управління

5. Інтеграція формул громадської думки (конкретного вираженого судження) у свідомість громадськості як складової його формування.

6. Остаточне підкріплення визначеної форми громадської думки (констатація судження, наведення фактів, висвітлення думки експертів, демонстрація суб'єктів, які підтримують дане судження).

Штучно інтегрована громадська думка фіксує увагу тільки на одному вирваному з контексту питанні, тому носить загострений і нетривалий характер. Штучно створена громадська думка, як результат маніпулювання, служить тимчасовим цілям перемоги на виборах або реалізації інших громадських подій.

Відповідно до принципів комунікативної діяльності мають бути відібрані і форми, методи і технології комунікації. Варто виділити такі інструменти комунікативної взаємодії:

- випуск і поширення інформаційних бюлетенів, прес-релізів, оглядів, фото-відеоматеріалів, інформаційних збірників, експрес-інформації;
- проведення прес-конференцій, брифінгів, політичних діалогів, телевізійних дебатів, “круглих столів”, прес-клубів, інтерв’ю з керівниками органів державної влади;
- підготовка й проведення теле- і радіопередач; забезпечення публікацій (виступів) у ЗМІ керівників або інших відповідальних працівників органів державної влади;
- створення архівів інформації про діяльність органів державного управління;
- розміщення веб-сторінок про орган влади та його діяльність в інтернеті;
- інші форми поширення офіційної інформації, що не суперечать чинному законодавству [52].

Специфіка комунікативної взаємодії у сфері публічного управління полягає у:

- комунікації органів влади у більшості випадків носять обов’язковий характер і процеси їх здійснення визначаються впливом внутрішніх, зовнішніх факторів та нормативними актами чи розпорядженнями вищих організацій;
- комунікативні процеси на місцях споживання публічних послуг виступають складовими елементами процедури використання цих послуг (управлінських / адміністративних, громадських, соціальних та ін.);
- через налагодження комунікативних процесів органи влади здійснюють оперативний контроль за дієвістю свого впливу на вирішення суспільних проблем;

– органи влади мають задовольняти не лише власні інформаційно-комунікативні потреби, зумовлені завданнями та необхідністю прийняття ефективних управлінських рішень, а й потреби фізичних, юридичних осіб та центральних органів державної виконавчої влади.

Таким чином, ми розглядаємо комунікативну взаємодію як систему послідовних методологічних, методичних і організаційно-технічних процедур у межах окремих складових механізмів, пов'язаних між собою єдиною метою: отримати достовірні дані про досліджуване явище чи процес для їх подальшого використання задля підвищення ефективності комунікативного діалогу влади та інститутів громадянського суспільства. При цьому вважаємо, що не можна ігнорувати щонайменше два моменти – різних за своєю суттю і водночас однаково раціональних:

1. По-перше, послідовне й системне вивчення громадської думки може стати запорукою успішності насамперед самої влади.
2. По-друге, важливим є пошук комунікативного діалогу за допомогою громадської думки у співвідношенні з тенденціями розвитку предметної галузі сучасної соціології.

3.2. Оптимізаційний вплив мас-медіа на комунікативну взаємодію у сфері публічного управління

Комунікативна взаємодія допомагає чітко усвідомити ступінь впливу мас-медіа не тільки на виборця, а й на населення та суспільство в цілому. Соціологічні дослідження найчастіше увагу акцентують на ефективності політичної реклами напередодні виборів або інших важливих подій. Однак її продуктивність показова й доказова у будь-якій політичній сфері. Основним пріоритетом державної політики в галузі засобів масової інформації повинно стати підтримання демократичних правил гри на медійному ринку, чітке визначення критеріїв взаємин влади та мас-медіа.

Державну інформаційну політику розробляють і здійснюють органи державної влади загальної компетенції, а також відповідні органи спеціальної компетенції. Держава повинна турбуватися про інформаційну безпеку суспільства та громадянина, вона повинна володіти значною частиною інформаційних технологій, брати участь у формуванні ринку товарів та послуг. Правова неврегульованість дає можливість втілення приватних посередницьких організацій у сферу інформаційних послуг, при цьому держава втрачає величезні кошти як через слабкість податкового законодавства, так і через відсутність контролю за виконанням чинного законодавства.

Досить гостро в історії суспільства виступає проблема свободи вибору. Люди з давніх-давен борються за те, щоб мати можливість вільно виражати свої думки та займатися тим, чим вони самі бажають. Розвиток і розповсюдження інформаційних технологій та засобів масової інформації ставить під сумнів особисту свободу людини. З однієї сторони, Конституцією визначено, що людина – найвища соціальна цінність, і забезпечення її прав і свобод є головним обов'язком держави. З іншого ж боку, навіть у демократичній країні свободи особистості обмежуються: не шляхом прийняття нових законів, а через практично невидимий маніпулятивний вплив на її свідомість.

Суспільні процеси для аудиторії медіа стають усе більше “непрозорими” й індивіду все важче об'єктивно оцінити зміни в суспільстві. Прийшовши до влади, політичні лідери та партії намагаються донести до суспільства ті ідеї, які важливі для них, та забезпечити прийняття цих ідей суспільством. Засоби комунікації посилюють владу та авторитет політичних лідерів і створюють новий тип лідера – публіциста, який здатний впливати на публіку, перетворювати її на партію. Соціологічні опитування та рейтинги стають непрямим підтвердженням легітимності влади. Власники інформаційних каналів “обробляють” аудиторію в розрахунку на отримання голосів.

Невід'ємною складовою політичного впливу сучасних масових комунікацій на формування суспільно-політичних стандартів у державі стало функціонування українського сегменту інтернету, поширення веб-мереж та

розвиток вітчизняних інформаційних ресурсів. У цьому контексті важливого значення набуває подальше територіально рівномірне збільшення користувачів інтернету, а також розвиток відповідних компетенцій суспільства в цій сфері.

Інформаційна привабливість України передбачає створення сучасних і адекватних умов для праці як національних, так і іноземних мас-медіа, щоб незалежно від будь-якої політичної кон'юнктури, яка здатна мінятися в силу багатьох політичних обставин, імператив державного поступу України, який гарантується Основним законом держави, залишився європейським, а значить – українським. При цьому наголошується, що ключовим елементом формування державної інформаційної політики залишається гарантування незалежності засобів масової інформації і комунікації, прав і свобод журналістів, а також зміцнення громадянського суспільства.

Безперечно, он-лайн середовище та ЗМІ мають ряд переваг в порівнянні з традиційними. По-перше, інтернет не обмежується робочими годинами. Він працює 24 години на добу. По-друге, в мережі можна змінювати зміст інформації необмежену кількість разів, тобто вносити коригування на будь-якому етапі. По-третє, інтернет працює як велика база даних, яка дає можливість зберігати й використовувати великі обсяги інформації при високій швидкості обробки. По-четверте, інтернет полегшує процес комунікації та взаємодії, долаючи будь-які відстані. Нарешті, інтернет надає можливість спілкування в режимі реального часу. Поява інтернету сприяла формуванню нового інформаційно-комунікаційного середовища – нових медіа. Дане явище стало результатом комп'ютеризації суспільства XXI століття, коли з'явилися інтерактивні електронні видання і нові форми комунікації виробників контенту з споживачами.

Розвиток Web 2.0 сприяв розвитку нових форм комунікації, що, своєю чергою, призвело до формування PR 2.0. Зміни в медіа-сфері відображаються на всіх аспектах сучасного життя і формують принципово нове інформаційне суспільство, яке потребує інноваційних інформаційних продуктів. Сучасному PR-фахівцеві необхідно розуміти специфіку спілкування з новою аудиторією,

заново опрацьовувати методики написання текстів, комбінувати різноманітні інформаційні формати для надання максимального ефекту на цільову аудиторію. У результаті перетворень засоби масової інформації поступово стають засобами масової комунікації, даючи можливість аудиторії бути не тільки споживачем інформації, а й виробником, її транслятором. Отже, зростає роль зв'язків з громадськістю, актуалізується управлінський аспект. Як зазначає А.В. Полонський, “у сучасному суспільстві особливою інноваційною динамікою відрізняються такі інституційні сфери, як журналістика, реклама і зв'язки з громадськістю, які, будучи орієнтованими на цілеспрямований рух інформації у великих соціальних групах, особливо зацікавлені в диверсифікації інформаційно-комунікаційних технологій та їх активне впровадження в свої практики, оскільки це забезпечує ефективність досягнення їхніх цілей” [53].

Поява блогосфери, соціальних мереж призвела до того, що новим активним учасником формування інфосередовища стає споживач, який має можливість висувати власні вимоги до інформації та впливати на контент. Змінюються принципи обробки й подачі інформації. Інформаційний продукт більше не обмежений певною територією – він належить глобальній мережі, а значить, безлічі груп громадськості, з кожною з яких необхідно знаходити спільну мову, певні методи впливу. Будь-який користувач тепер має можливість публікувати свої матеріали, створювати унікальний контент і збирати власну аудиторію. Трансформація медіа-сфери і розвиток конвергентних ЗМІ впливає на особливості роботи як журналістів, так і фахівців у сфері PR.

Найбільш активно державний вплив на громадськість здійснюється через мас-медіа. Засоби масової комунікації багато в чому визначають мовну, соціально-психологічну та культурну ситуацію в суспільстві. Інформуючи громадськість про стан світу й заповнюючи її дозвілля, мас-медіа впливають на її мислення, поведінку, на стиль світосприйняття і тип культури. Нерідко культура трактується як система колективного знання, за допомогою якого люди моделюють навколишній світ. У руслі цієї концепції індивідуальні дії людей, нерозривно пов'язані з комунікативними процесами, відносяться до комплексної

системи колективного знання, що передається через мову. Сьогодні “постачальниками” колективного знання, або посередниками в його розповсюдженні, є засоби масової комунікації, мас-медіа, які ніколи не залишаються індиферентними по відношенню до того, що опосередковують. З’явившись спочатку як чисто технічні способи фіксації, трансляції і тиражування інформації, мас-медіа дуже швидко перетворилися в наймогутніший засіб впливу на масову свідомість. Людське сприйняття постійно зазнає впливу сучасних засобів масової інформації. Це той фактор, який виявляє свій вплив у всіх сферах життя. Саме в сфері мас-медіа формуються знання, що складають основу соціально орієнтованого ставлення людини до дійсності.

Як державні засоби масової інформації, так і ті, що належать опозиційним партіям, з метою впливу на суспільство вибірково ставляться до фактів, спрощують чи вибирають ті приклади, які підтверджують заданий тезис. До таких технік належать також затримка подачі інформації, перенесення уваги з однієї ситуації на іншу, яка більше відповідає інтересам маніпулятора. ЗМІ самі визначають, що потрібно і що не потрібно виносити на суд громадськості. Власники мас-медіа визначають пріоритетність і привабливість тем для обговорення. Засобами, які дозволяють привернути увагу, часто обираються: неординарність фактів, підбірка негативної чи сенсаційної інформації. У такий спосіб ЗМІ дозволяють корегувати, регламентувати й проектувати масову свідомість і психіку людей.

Найважливіша функція мас-медіа, їх призначення – давати об’єктивну інформацію, на основі якої можна скласти реальну картину сьогодення; забезпечувати свободу думки й слова, право публічно виражати свої думки, відстоювати власну громадянську позицію; здійснювати контроль за роботою різних гілок влади, порушувати актуальні питання, стежити за розв’язанням важливих проблем. Інформуючи населення, ЗМІ формують у людей навички аналізу діяльності влади, здатність захищати власні погляди, підвищують відповідальність влади за її дії. ЗМІ відіграють також важливу роль у формуванні правосвідомості, правової культури і поведінки громадян, а саме зрілого,

освіченого (компетентного) й активного громадянина слід визнати чи не найважливішою передумовою і ознакою громадянського суспільства. ЗМІ, за переконанням Б. Кормича, повинні виконувати роль: громадського спостерігача, представника споживача та джерела суспільної інформації [54].

Розглядаючи вплив ЗМІ, виділимо дві його складові: інформаційно-комунікаційні технології (PR-діяльність, інформаційний лобізм) і професійні (методи редагування й видання матеріалів, професійні норми медіа-компаній і суб'єктивні характеристики співробітників ЗМІ).

Інформаційне забезпечення та рекламування діяльності установ і закладів соціальної сфери необхідне для того, щоб громадськість загалом і потенційні споживачі соціальних послуг зокрема, а також державні інституції, представники бізнесових структур, благодійних фондів і недержавних організацій знали зміст і наслідки реалізації державних і місцевих соціальних програм та проектів. Забезпечення доступу населення до інформаційних ресурсів і систем надання інформаційних послуг органами державної влади сприятиме демократичним перетворенням у суспільстві, активізуватиме участь громадян в управлінні державою. Доступність громадян до інформації та якісних соціальних послуг, своєю чергою, розширить можливості захисту прав і свобод людини та її добробуту. Зокрема, сприятиме працевлаштуванню, підвищить адресність соціального захисту вразливих верств населення, зокрема людей, що потребують соціальної допомоги та реабілітації.

На сьогодні існує велика кількість робіт щодо дослідження маніпулятивного впливу мас-медіа на особу, суспільство та державу. Проте попри значну кількість досліджень у цьому напрямку сьогодні не розглянуто і не систематизовано існуючі методи маніпулювання свідомістю, що, безумовно, є актуальним науковим завданням. На сьогодні сформульовано багато дефініцій поняття “маніпуляція”, серед яких варто виділити:

— психологічний вплив на людину, який не завжди нею усвідомлюється і змушує її діяти відповідно до цілей маніпулятора;

- штучний процес створення суб'єктом ілюзій щодо дійсності (або щодо себе), які сприймаються іншими суб'єктами (або й самим творцем ілюзій) [43];
- особливий вплив на підсвідомість людини (переважно на її емоції, почуття і переживання) з метою програмування мотиву партнера до співпраці;
- приховане управління людиною всупереч її волі, яке приносить ініціаторові односторонні переваги;
- вид психологічного впливу, майстерне виконання якого викликає приховане пробудження у іншої людини намірів, які не співпадають з її актуальними бажаннями.

Засоби масової інформації мають справу з інформацією, і саме контроль за інформацією дає змогу маніпулювати масовою свідомістю, створювати у ній модель вигідної суб'єкту впливу дійсності та вирішувати, які проблеми на сьогодні є найбільш актуальними. Штучно продукується таке явище, як медіа-свідомість (тобто свідомість, заснована на хибних цінностях, маніпулятивних інтерпретаціях, подвійній моралі), коли реальність, пропонована засобами масової інформації, відрізняється від дійсної. Громадська думка через медіа-свідомість значно спотворюється.

Мас-медіа, будучи інструментальною складовою владних структур, конструюють реальність у їхніх інтересах, подаючи інформацію так, що вона набуває статусу реальної події. Підбір фактів, блокування небажаної інформації і оціночних суджень, відповідні коментарі створюють певну картину й до аудиторії доноситься тільки та “реальність”, інформація про яку пройшла через ЗМІ. Розширення свободи інформаційного вибору виявляється ілюзією. Хоч і є значний вибір каналів і форм подачі інформації, проте рівень інформованості суспільства загалом знижується, а оцінка подій здійснюється на основі стереотипів. Формування стереотипів і створення певного враження або ставлення до того чи іншого факту, події І. Панарін справедливо відносить до технології маніпулювання свідомістю [55].

Становлення глобального комунікаційного простору також впливає на роль та функції мас-медіа. Виділяють такі традиційні функції мас-медіа:

- інформаційна;
- критична;
- контролююча;
- функція політичної освіти населення;
- функція артикуляції та інтеграції суспільних потреб та інтересів;
- функція мобілізації.

Поява нових видів мас-медіа впливає на зміну психології суспільства в цілому, оскільки нові комунікаційні технології розвивають або подавляють певні риси соціального характеру. Нові види комунікаційних технологій, насамперед поява інтернету, а також демасифікація виробництва, яка стала наслідком появи нових технологій, призвели до посилення атомізації суспільства.

До нових мас-медіа можна віднести такі категорії:

- блоги;
- інтранет;
- підкасти;
- сервіси публікації та обміну відео-матеріалами (YouTube);
- сервіси публікації та обміну фото-матеріалами (Instagram);
- соціальні мережі (Facebook тощо);
- гіпертекстові середовища для збору й структуризації письмових відомостей (Wikipedia);
- ігрові сайти;
- відеоконференції;
- месенджери (Viber, Telegram тощо);
- системи публікації та обміну інформацією про події (“соціальні календарі”) (Eventful);
- системи зберігання та обміну посиланнями і “закладками” (Digg, StumbleUpon,);
- агрегатори.

Дослідниця М. Лашкіна аналізує позитивні моменти співпраці масмедіа та органів державної влади з точки зору терміна “взаємодія”. Комунікативна взаємодія – це узгоджена діяльність зі спільними цілями, коли кожен учасник виконує лише те, що може виконати цілком професійно, тобто така діяльність спрямована на раціональність і якість здійснюваних заходів. Під поняттям взаємодії владних органів зі ЗМІ авторка розуміє постійні взаємозв’язки, що об’єктивно існують між ними, обумовлені загальними цілями, які досягаються в процесі взаємовпливу та взаємного використання можливостей зазначених систем для досягнення як загальних, так і власних цілей. У дослідженнях особливостей впливу мас-медіа на суспільство та політику можна виділити такі концепції, як концепція тотального впливу мас-медіа, концепція обмежених ефектів діяльності масмедіа, концепція глобалістської орієнтації, семіотична концепція мас-медіа та постмодерністські концепції медіа.

Сучасні мас-медіа створюють можливість інформаційного, технологічного управління свідомістю – непомітного насадження певних поглядів через занурення людини в певне інформаційне середовище. Нові мережеві технології дають можливість накопичувати на серверах транснаціональних компаній і здійснювати якісний алгоритмічний аналіз інформації, яку сповіщають наші телефони, комп’ютери, автомобілі, банківські картки і т. п. Як зазначає С. Ягодзінський, цією інформацією, яка дає можливість вималювати нашу особистість, ми закладаємо підґрунтя поневолення. “Мільйони отримали засіб реалізації власного потенціалу і свободи, а одиниці – спосіб контролю та влади. Нині цей інструмент переважно використовується з метою отримання прибутків (продаж реклами, статистичних даних, аналіз уподобань, маркетингові рішення тощо). Можна припустити, що в майбутньому він стане новою формою підкорення мас, інструментом тиску, який неможливо буде подолати через його усезальність та всепроникнення”.

У вирішенні багатьох сучасних конфліктів та проблем важливу роль відіграє налагодження такого важливого інструменту мас-медіа як інтерактивність, тобто взаємодія та механізм зворотного зв’язку. Якщо мас-медіа

не отримують суспільного запиту на потрібну інформацію, вони не здатні задовольнити потреби своєї аудиторії. Механізм зворотного зв'язку відсутній у традиційних засобах масової комунікації. Вони, незважаючи на зростання популярності нових медіа, залишаються найвпливовішими та мають великий рівень довіри. Інтерактивність як механізм, що представляє суспільні інтереси та сприяє вирішенню суспільних проблем, дасть можливість чітко окреслити вимоги суспільства до медіа, налагодити реалізацію головних функцій комунікації у суспільстві, реалізувати себе як “посередник” цього акту, а ЗМК стають активним ініціатором комунікації.

Завдяки можливості спілкування за допомогою інтернету виникають віртуальні спільноти, які переважно базуються на комунікації он-лайн, нові, вибіркові моделі соціальних стосунків, які перестають бути прив'язаними до певної території. З іншого боку, поширення інтернету веде до соціальної ізоляції, до руйнування соціального спілкування та родинного життя, від відмови від взаємодії віч-на-віч у реальних обставинах. Мало того, велика увага приділяється соціальному обміну, який ґрунтується на фальшивих ідентичностях та рольовій грі. М. Кастельс зазначає: “Нова модель комунікабельності в наших суспільствах характеризується індивідуалізмом, що базується на мережі”. Спілкування в інтернеті, захоплення комп'ютерними іграми зменшують час спілкування з членами родини, звужують коло учасників спілкування в реальному житті, витісняють реальні комунікації між людьми, формують особливу психологію, коли здається що і в житті все можна змінити натиском клавіші перезавантаження. Активне спілкування з реальним людьми здається нецікавим у порівнянні з пасивним спостереженням за новинами чи пригодами героїв телесеріалів.

Масовою інформацією можна вважати інформацію, яка розповсюджується серед необмеженого кола осіб. З огляду на це, стає зрозумілим, що абсолютно вся інформація, що розміщується в інтернеті, автоматично стає масовою. Таким чином, будь-яка особа, яка створила вебсторінку, веб-сайт, блог, форум або будь-

який інший ресурс в інтернеті, суто теоретично є власником засобу масової інформації [56].

За суб'єктом відповідальність можна розділити на індивідуальну (кожен окремих журналіст) та колективну (журналістська спільнота загалом), за характером пропонуємо виділяти чотири аспекти соціальної відповідальності мас-медіа: морально-етичну, правову, корпоративну, економічну.

Основними складовими механізму реалізації державної політики у сфері мас-медіа є законодавчо-правовий, організаційний, економічний, соціальний та інші елементи, які взаємодіють між собою з метою досягнення цілей державної політики в галузі ЗМІ. Актуальним завданням є законодавче закріплення основ державної політики у сфері мас-медіа, що дасть можливість однозначно визначити пріоритет і завдання у цій сфері. Однак це завдання є вкрай складним, оскільки вимагає віднаходження і закріплення балансу між інформаційними правами й свободами громадян та заходами контролю за інформаційною сферою.

Якщо у пропозиції заборони користування мобільними пристроями зв'язку ці норми частково вже знайшли своє втілення, то з інтернетом ситуація значно складніша, оскільки можливості для її контролю з боку держави в Україні поки незначні. Водночас з розвитком науково-технічного прогресу та інтернету виникає потреба у постійному вдосконаленні чинного законодавства у цій сфері.

Нові можливості та інструменти комунікації, зокрема соціальні мережі, трактуються деякими авторами як феномен нових соціальних відносин, що визначає різновид необмеженого в часі й просторі, багатостороннього інформаційного взаємообміну, у якому відбувається зближення або злиття функцій, каналів, засобів, форм та типів відносин між учасниками комунікації. Такий тип комунікації вже отримав назву "конвергентна інтерактивна комунікація".

На розвиток феномену конвергентної інтерактивної комунікації впливають: доступність технологій, простота розповсюдження інформації; можливість трансляції подій у реальному часі; мобільність учасників

комунікації, можливість передавання та отримання повідомлень у реальному часі звідусіль та повсюдно; миттєве та лавиноподібне (вірусне) розповсюдження будь-якої інформації; легкість пошуку та доступу до інформації (багатоканальність та багатоформатність); інтерактивність – задіяність різних каналів комунікації та їх функціонування в реальному часі; пряма участь у комунікаціях з владою, відсутність посередників; спрощення доступу до послуг, що надають державні установи; зникнення приватності [57].

Зміни в діяльності засобів масової інформації зумовили глобалізацію інформаційних процесів, змінюючи та інтенсифікуючи міжнародні політичні відносини. Ці загальносвітові процеси глобалізації викликали якісно нову комунікаційну ситуацію й впливають на формування свідомості, активності людини, враховуючи політичну ситуацію, що склалася в сучасному українському суспільстві. Під впливом інтенсивного розвитку інформаційного простору традиційні механізми забезпечення прозорості та відкритості влади змінюються, відкидаючи класичний еталон пізнання як застарілий і неадекватний сучасним умовам інформаційного розвитку.

Представники публічної влади використовують засоби масової інформації як інструмент пропаганди та мобілізації громадської підтримки у власних інтересах. Суб'єктами публічної влади є громадяни, засоби масової комунікації та публічні, тобто обрані народом, політичні діячі. Окрім суто публічних політиків, суб'єктами публічної політики є й державні чиновники, а також політики “призначені”, ті, які активно беруть участь в інформаційному обміні. Однак з переходом суспільства на стадію інформативного, такі функції партій як поєднання певного соціального руху з тим чи іншим світоглядом та цільовими установками перебрали на себе засоби масової інформації. Вони здатні відображати інтереси та настрої соціальних та політичних рухів, певної групи людей, можуть “конструктивно” критикувати владу та владні структури, враховувати переважаючі настрої, впливати на їх формування та перебіг. Індивід, який є членом суспільства не може уникнути взаємодії з інформаційним простором соціуму: він сприймає, перероблює різноманітні інформаційні потоки

та функціонує, співвідносячи свої погляди з тією картиною світу, яка формується у нього під впливом медіа. Переважну частину політично значимої інформації людина отримує саме завдяки розповсюдженню повідомлень, а не з власного досвіду. Часто засоби масової інформації пропонують “вибудовану” картину політичної реальності за допомогою інтерпретації інформації.

Засоби масової інформації є важливим каналом засвоєння індивідом соціального досвіду (знань, навичок, форм поведінки) у різних сферах життя. Засвоюючи соціальну інформацію, що передається засобами масової інформації, людина індивідуально й вибірково переробляє її згідно з досягнутим нею рівнем наукових знань і культури, спрямованістю інтересів і потреб. Враховуючи функціональні можливості медіа при формуванні правосвідомості та світоглядних цінностей особи, вони повинні керуватися у процесі поширення соціальної інформації передусім інтересами суспільства та держави, серед яких одним із пріоритетних є завдання боротьби зі злочинністю.

Таким чином, мас-медіа стали невід’ємною частиною життя сучасної людини, і хоча ЗМІ несуть необхідну людині інформацію, розвивають у людях почуття власної гідності, прагнення до свободи, водночас вони здатні підкоряти, дезінформувати, залякувати. Маніпулювання людьми за допомогою ЗМІ є дуже простим і дієвим способом формування суспільної думки. Так чи інакше, ЗМІ перетворилися на могутній соціальний інститут, вплив якого важко переоцінити.

Прозорість у діяльності органів влади є невід’ємною умовою демократизації суспільних процесів, і прискіплива увага мас-медіа до їхньої роботи відіграє свою позитивну роль, однак, за свідченнями дослідників, деякі характерні риси подання ЗМІ відповідних даних свідчать про необ’єктивність останніх. Так, визначається, що подання даних щодо діяльності органів влади характеризується такими особливостями:

– полемічність, конфліктність. Під час висвітлення будь якої теми мас-медіа пропонують іноді декілька кардинально протилежних точок зору. З одного боку, вказана особливість призводить до недовіри, цинізму відносно проблеми,

що висвітлюється. З іншої – розвиває здатність критичного мислення у населення та свідчить про активне формування громадського суспільства;

– тенденційність, сенсаційність. ЗМІ прагнуть приділяти найбільшу увагу тим проблемам, які можуть зацікавити найбільшу кількість населення і вирішення яких пов'язано із найбільшими складнощами. Традиційно, найбільшу увагу ЗМІ привертають вбивства, катастрофи й стихійні лиха, причому що трагічнішими є обставини події, то більше вони висвітлюються;

– ненадійність і непрофесіоналізм.

Вплив на процес формування цінностей здійснюється засобами масової інформації не тільки через сам зміст, але й через відбір повідомлень, їхнє коментування, розташування в певній послідовності, на певних сторінках. У якісній демократичній журналістиці прийнято чітко відокремлювати факти від думок, надавати змогу читачеві, слухачеві, глядачеві, користувачеві робити висновок самому. Те, як складеться виконання даної функції, залежить від культури журналістів, від прийняття ними на себе відповідальності за редакційну політику, від оволодіння різними жанрами й способами вираження відношення до предмета опису. Залежить це й від культури аудиторії – бажання й уміння використовувати можливості ЗМІ для формування власної позиції. З досліджень аудиторії ЗМІ давно відомо, що одна її частина прагне, використовуючи різні, у т. ч. альтернативні, джерела інформації, скласти власну точку зору. Інша ж буде керуватися тільки однією пропонованою позицією [66].

Підбиваючи підсумок зазначимо, що мас-медіа є важливим інструментом державного управління, але прямо залежить від існуючого політичного режиму в державі. Вирішальними для влади є відкритість та забезпечення доступу громадян до інформації про діяльність влади, залучення населення до обговорення суспільно важливої інформації. І, звичайно, реалізація цього не можлива без залучення мас-медіа.

Мас-медіа належить провідна роль у забезпеченні суспільства політичною інформацією. Саме ЗМІ створюють можливість для комунікації між органами державної влади та суспільством, а також справляють суттєвий вплив на

здійснення громадянами політичного вибору. Політична інформація подається мас-медіа різними способами – від об'єктивно-нейтральної до суб'єктивно-оціночної, у пострадянських країнах рівень достовірності політичної інформації знижувався у міру наближення виборів. Таким чином, взаємодія влади і ЗМІ є важливою ланкою функціонування політичної системи суспільства. Мас-медіа мають великі можливості активного впливу не тільки на сприйняття громадянами органів державної влади, а й на їх відношення до політики загалом.

Невирішеність проблем фінансової незалежності медіа породжує негативні наслідки, які ігнорувати неможливо: по-перше, суспільно-політичні засоби масової інформації і комунікації будуть монополюючо залежати від своїх видавців і практично не залежати від потреб читачів, слухачів та телеглядачів, а інформація буде залежати від політичних уподобань власників, а не від потреб громадян. Особливо це стає актуальним у період виборчих кампаній, коли суспільство потребує об'єктивного політичного інформування задля здійснення вільного волевиявлення щодо політичного майбутнього держави; по-друге, високі ціни на видання зумовлюють обмежений доступ громадян до друкованих засобів масової інформації; по-третє, фактична неможливість залучення суттєвих іноземних інвестицій для державних та невеликих недержавних медіа зумовлює змістовні проблеми наповнення інформаційного простору.

Таким чином, публічне управління в сучасному суспільстві неможливе без наявності в ньому розгалуженої системи комунікації. В умовах переходу до інформаційного суспільства зростає роль і значення ЗМІ у публічних процесах, які відбуваються в сучасній Україні. При цьому суб'єкти публічної влади перетворюються на суб'єктів комунікативного процесу. Демократичні перетворення можливі лише за умови широкої відкритості суспільства, гласності та свободи слова, які б не надавали переваг жодній політичній силі у володінні засобами масової інформації. Постає проблема необхідності виходу на новий рівень теоретичного осмислення суспільно-владної взаємодії як феномену, який актуалізує інтереси, потреби, світоглядні орієнтири та цінності учасників інформаційного обміну.

3.3. Комунікативне партнерство як механізм удосконалення комунікативної діяльності об'єднаних територіальних громад

У нашій країні тривають трансформаційні процеси, спрямовані на становлення демократичного урядування в державі, забезпечення фундаменту нової моделі державного управління, яка відповідатиме високим європейським стандартам. Ефективність та якість управлінської діяльності сьогодні полягає у забезпеченні відкритості та прозорості системи публічної влади, у належному нормативно-правовому закріпленні комунікаційної взаємодії усіх задіяних суб'єктів.

Крім того, в Україні триває розвиток простору комунікаційної взаємодії адміністративних і політичних організацій із соціумом, формується динамічне суспільство, де комунікація як важливий чинник соціального життя посідає чільне місце. Зростає роль комунікації в процесах державотворення та діалогу владних інститутів із громадянським суспільством і третім сектором. Особливого значення ефективна комунікація набуває в об'єднаних територіальних громадах, де вона забезпечує досягнення поставлених управлінських завдань шляхом комунікаційного, соціального, управлінського впливу на аудиторію, а також отримання від цієї аудиторії відповіді у вигляді вербальної, ідеологічної або виконавчої реакції.

Комунікаційна взаємодія влади та суспільства сприяє формуванню постійного конструктивного діалогу з метою забезпечення легітимності існуючого порядку й надання йому стабільності. Комунікативна політика нашої держави з моменту набуття нею незалежності досить довгий час розвивалася за застарілими радянськими принципами. Спілкування влади й громадянина відбувалося у площині інформування про прийняття рішення. Зворотний зв'язок від суспільства владу не дуже цікавив. Поступовий розвиток демократичних цінностей і суспільні перетворення з переходом органів публічного управління до принципів відкритості, прозорості та підзвітності стали каталізатором

перетворень у системі відносин між владою та суспільством. Встановлений українською владою курс на сповідування європейських прагнень передбачає перетворення сфери відносин держави й суспільства, пов'язане зі встановленням зворотного зв'язку з громадськістю, публічного діалогу, партнерських відносин органів державної влади та громадянського суспільства.

Інформаційно-комунікативні технології виступають важливим атрибутом діяльності органів влади в сучасних умовах, виконуючи цілу низку важливих функцій. На сучасному етапі розвитку українського суспільства особливого значення набуває їх використання під час побудови взаємодії з інститутами громадянського суспільства. За умов їх застосування на основі підходів “нової публічної служби“ та теорії політичних мереж, які найбільше відповідають вимогам сьогодення, дані технології сприятимуть зміцненню авторитету органів влади, зростанню громадської активності, підвищенню обґрунтованості управлінських рішень, ефективності соціально-економічної політики і, як наслідок, підвищенню якості та рівня життя громадян. При цьому підвищення ефективності та результативності діяльності влади досягається за рахунок більш активного підключення структур громадянського суспільства до реалізації цілей, стратегій, завдань державного управління.

У питаннях партнерства знаходиться чимало паралелей або аналогів для оцінки та конструювання відносин органів публічного управління з іншими суб'єктами загальнодержавної владної вертикалі. З одного боку, очевидно є особливість, яка передбачає участь всіх членів громадськості в роботі керівних органів, включення потенційних виконавців в процеси вироблення загальнозначимих рішень. З іншого боку, партнерство не заперечує необхідності свого органу місцевої влади та професійної управлінської діяльності для нього. Більше того, незмінно актуальним є узгодження самоврядування з впливом ззовні, адже усвідомлена діяльність суб'єктів управління, за канонами соціології, йде в ході постійної інтеріоризації і в ідеалі повинна відповідати закономірностям розвитку всього суспільства [58].

Партнерство допомагає мережевим структурам з різними за належністю суб'єктами комунікативного процесу працювати в позначеному руслі, вирівнює стосовно кожного з них можливості користування загальними і тому значними захисними ресурсами неформальної системи “союзників”. Така схема, взаємно корисна й придатна в рамках ринкової конкуренції, повинна мати свої адаптаційні кошти для сфери адміністративно-політичних відносин. Варто зазначити, що вони під тиском обставин народжуються, диференціюються, набувають власної специфіки в тому чи іншому секторі нових комунікативних контактів. Зокрема, свої додаткові відтінки придбала така відома вже раніше форма, як соціальне партнерство.

Останнім часом, зауважує Ю. Лубченков, термін “соціальне партнерство” став використовуватися в більшості тих випадків, коли потрібно позначити конструктивну взаємодію трьох секторів сучасного суспільства: держави-влади, бізнес-спільноти та неурядового сектору громадянського суспільства. Представники кожної з цих сторін мають, відповідно до закону рівних можливостей, ресурси для прийняття рішень і корпоративної участі в конструюванні суспільства. Триваюче розшарування суспільства, інерційність процесів реформування соціально-комунікативної сфери – основні причини відсутності взаєморозуміння і взаємовигідної співпраці наявних секторів.

Налагодженню конструктивної взаємодії тріади позначених громадських структур перешкоджає переважання фактору особистого інтересу над фактором інтересу суспільного, що веде до руйнування комунікативних зв'язків, розчарування та зневіри в перспективі змінити на краще і саму ситуацію, і існуючі комунікативні відносини. Недостатня інформованість структур одного сектора про можливості й проблеми інших призводить до зниження ресурсу національного розвитку. Ефективному партнерству заважає закритість механізмів прийняття рішень та розподілу ресурсів в державному секторі, “комерційний егоїзм” бізнесу, інфантилізм і непрофесіоналізм громадських інститутів громадянського суспільства.

Існує кілька ракурсів, що визначають суть соціального партнерства та його особливості.

По-перше, найбільш взаємодіючі суб'єкти системи соціального партнерства виступають політичними або суспільно політичними інститутами, елементами політичної системи суспільства і їх діяльність в тій чи іншій мірі пов'язана з політичною сферою. Це стосується держави, органів влади, що беруть участь в переговорах і укладають угоди з іншими суб'єктами партнерства. Природно, що вся діяльність виявляється суто політизованою. При цьому своєрідну буферну роль виконують профспілки: у певних випадках вони виходять за рамки зони компетентності державних органів і безпосередньо взаємодіють з органами місцевого самоврядування.

По-друге, саме взаємодія одних суб'єктів соціального партнерства з іншими часто є вирішальним фактором ефективного виконання ними своїх основних договірних функцій. Наприклад, держава в змозі вирішити проблеми соціально-трудових відносин тільки на принципах трипартизму, тобто спільно з об'єднаннями працівників і роботодавців. Без тристороннього союзу неможливо знайти варіанти, які б реально захищали корінні інтереси працівників і забезпечували загальний баланс економічних, соціальних і політичних цілей.

По-третє, взаємодія суб'єктів соціального партнерства в ряді моментів має безпосереднє політичний зміст і спрямованість. Багато офіційних документів українських і міжнародних організацій прямо підкреслюють, що одне з головних завдань взаємодіючих партнерів – забезпечення єдиних підходів до формування та реалізації соціальної політики держави, здатної гарантувати соціальні права працівників, соціальний захист населенню і соціальну стабільність в суспільстві.

За подібною схемою можна ідентифікувати політичний зміст вже не соціального, а комунікативного партнерства. Воно базується на цілому своїх організаційних принципів, які враховують важливі для майбутніх комунікацій у цій сфері позиції:

– єдність ланок владної (управлінської) вертикалі, незалежно від їх інституційної приналежності;

- субординацію і координацію компетенцій суб'єктів комунікативного партнерства;
- консолідацію сил влади та цивільних сил суспільства (місцевих громад);
- спільність і паритет інтересів державних, регіональних і місцевих органів, що належать до загальнодержавної системи управління;
- баланс керованості в умовах координованої комунікативної взаємодії;
- сумісність різнорівневих політичних і комунікативних практик;
- єдність інформаційного простору в рамках комунікативного партнерства;
- вільний вибір форм партнерства та його організації.

Комунікативне партнерство – це не просто поєднання, поділ, координація компетенцій державного управління та місцевого самоврядування, а й раціональне використання буферної, посередницької ролі останнього між державою і населенням, громадянами (як виглядає і роль профспілок у соціальному партнерстві).

У сучасних умовах активної розбудови системи професійної освіти партнерство як форма соціальної взаємодії різноманітних державних інститутів і суспільних груп соціального співтовариства фокусується на позиціях конструктивного діалогу партнерів. Це дає змогу вільно виражати свої інтереси, знаходити цивілізовані способи їхньої гармонізації і реалізації. Саме націленість на реалізацію взаємних інтересів докорінно відрізняє таку систему відносин від усіх тих, що мали місце за часів соціалістичної економіки.

Стратегічною ціллю формування механізмів впровадження комунікативних проектів у побудові взаємовідносин з громадськістю є досягнення рівноправного партнерства з громадськістю, бізнесом для максимального задоволення інтересів усіх учасників.

Для реалізації такої мети постає необхідність у вдосконаленні законодавчої бази, детальному аналізі недоліків існуючої системи взаємовідносин з громадськістю, а також тих механізмів, які використовуються

на сучасному етапі. Важливого значення у даному процесі набувають підходи до управління, які використали представники школи наукового управління. Використання наявних наукових досліджень у даній сфері у практичній діяльності, тобто закріплення практичних методів теоретичними принципами. Врахування досвіду зарубіжних держав та перекладення на вітчизняний можливе з урахуванням індивідуальних особливостей, традицій, історичних факторів, географічного розташування тощо. Подальшим кроком стане необхідність у переформатуванні апарату управління та всієї структури, а також у розробці організаційних методів та засобів, які будуть реалізовуватися через чіткість функціональних обов'язків та взаємовідносин. Підрозділи, які розробляють та реалізують механізми впровадження комунікативних проектів у владі з громадськістю, мають бути адаптивними, тобто незалежно від обставин пристосовуватися до ситуації, до змін умов, філософії держави, державного управління, змін структури тощо. З огляду на зазначене, постає необхідність у розробці комунікативного проекту, який повинен бути не лише результативним при різних обставинах, а й не залежати від структурних змін, змін у законодавстві або стратегічних напрямків розвитку держави.

У комунікативній політиці важливість поняття “взаємодія” слід розглядати у двох моментах: по-перше, під час взаємодії актори засвоюють певний соціальний досвід та звикають до колективних форм громадянської участі, тобто створюються умови для формування й підтримки групових (асоціативних) структур; по-друге, така взаємодія є корисною і у відпрацюванні партнерських зв'язків на рівні місцевого самоврядування. Таким чином, комунікативна взаємодія в усіх своїх проявах може однаково позитивно впливати на розвиток громадянського суспільства та на управлінські процеси місцевого рівня. Отже, саме в рамках комунікативної взаємодії має будуватися управлінський консенсус, забезпечуватися партнерство структур місцевого самоврядування та громадськості. Водночас основним механізмом налагодження партнерства у сфері місцевого управління на основі комунікативної взаємодії є діалог.

Партнерство як процес і результат діалогової комунікативної парадигми вимагає від суб'єктів соціального діалогу, розвитку певних навичок, у т. ч. й психологічного характеру. Щоб партнерство функціонувало ефективніше, кожен із партнерів повинен мати спеціальні знання та бути компетентним у проблемі, що обговорюється. Підкреслюючи як необхідну умову демократизації державного управління використання діалогової взаємодії як на інституційному (організаційно-правовий аспект), так і на міжособистісному (соціально-психологічний аспект) рівнях, є необхідність дослідити її прояви у суб'єктів як учасників державного управління (представники органів влади та громадськості). При цьому необхідно виявити принаймні два питання – рівень їх психологічної готовності до діалогової взаємодії, а також визначити психологічне забезпечення даного виду взаємодії, тобто які особистісні якості лежать в основі здатності до діалогу [59].

Комунікація набула ознак найважливішої функції будь-якої системи, зокрема й соціальної, яка є безпосередньо продуктом людської взаємодії, заснованим для досягнення взаєморозуміння і згоди, передусім, унаслідок комунікативних взаємодій. Комунікація – це “нервова система державного управління” [60], основний транслятор інформації між громадянами та державними інститутами. Грамотна комунікація – одна з необхідних умов успішного управління державою, ефективність якої порівнянна з володінням передовими засобами виробництва. Найчастіше причиною низької ефективності комунікації є ігнорування факту, що комунікація – це обмін, у якому кожному учасникові належить активна роль.

Комунікації в процесі функціонування органів державної влади відіграють важливу роль у прийнятті управлінських рішень, які, своєю чергою, впливають на рівень життя громадян. Ефективність даних рішень залежить від багатьох факторів, зокрема від розуміння причин та рівня схвалення населенням обраних методів, що використовуватимуться для розв'язання певних проблем або виконання поставлених завдань. Адже важко впроваджувати будь-які проекти та програми розвитку, якщо немає чіткого розуміння того, до яких кінцевих

результатів приведе прийняте рішення, а також чи дотримано баланс інтересів усіх зацікавлених сторін. Саме тому сьогодні думка громадян є важливим інструментом впливу на діяльність органів влади та на визначення вектору розвитку країни, яка позиціонує себе як правова та демократична.

З огляду на дослідження проблеми формування соціокультурної компетентності державних службовців, значущими є його ідеї про так зване дискурсне спілкування, яке він характеризує як вільне й консенсусне [61]. Цей тип спілкування Ю. Габермас розглядає як ідеальну комунікативну модель. Дискурсне спілкування, за Габермасом, здійснюється при дотриманні таких умов [61]:

- участь в дискурсі відкрита для будь-якого здатного до комунікації суб'єкта при його повній рівноправності з усіма іншими учасниками;
- у процесі комунікації заборонено здійснювати будь-який примус з метою досягнення згоди;
- учасники мають право діяти лише на підставах досягнення кооперативної і аргументованої згоди;
- учасники визнають взаємні домагання;
- під час комунікації сторони піддають свої позиції взаємній інтерпретації, критиці, уточнюють, приймають або відкидають їх.

Зміст її у формуванні нової комунікативної моделі, притаманної громадянському суспільству, яке всі проблеми вирішує методом відкритої публічної дискусії, спрямованої на досягнення згоди. Для практики громадянського самовизначення, на його думку, концептуальним має стати не ринок, а діалог.

На думку більшості сучасних дослідників, ефективність системи державного управління залежить від оптимізації комунікативної взаємодії органів державної влади, громадськості та самоврядних структур (інститутів місцевого самоврядування). Це стає можливим завдяки побудові не лише ефективної комунікативної політики, а й єдиного комунікативного простору, що реалізується на основі принципу партнерства, реалізація якого передбачає цілковиту довіру зі сторони громадськості до органів державної влади. Звітуючи перед суспільством,

органи влади повинні нести відповідальність за свої дії та прийняті рішення. Така форма взаємодії є однією із дієвих форм колективного управління, що, своєю чергою, забезпечує зміцнення демократії, адже нові форми комунікації держави та суспільства створюють передумови розвитку інститутів та організацій громадянського суспільства, сприяють демократизації.

У “Кодексі рекомендованої практики громадської участі у процесі прийняття рішень” Ради Європи чітко визначено, що органи державної влади мають бути абсолютно прозорими на всіх етапах вироблення політичних рішень спільно з громадськими організаціями. Саме зазначений підхід сьогодні може гарантувати налагодження конструктивних взаємовідносин між органами державної влади та громадськістю в таких основних формах комунікативної взаємодії, як:

- інформування (відкритий доступ до надання об’єктивної та своєчасної інформації);
- консультації в режимі реального часу для ідентифікації громадської думки та розроблення відповідних пропозицій;
- діалог шляхом проведення слухань, громадських форумів та інших публічних форм із зацікавленими учасниками державно-громадської взаємодії;
- партнерство, яке реалізується через спеціально створені групи експертів, які надають консультації з відповідних питань, що становлять суспільний інтерес.

За своєю сутністю комунікативне партнерство є різновидом раціональної соціальної взаємодії, яка заснована на довірі та взаємоповазі учасників комунікації і спрямована на забезпечення рівноправного діалогу і / або спільної взаємокорисної діяльності. Комунікативна взаємодія передбачає взаємну (суб’єкт-суб’єктну) орієнтацію партнерів, які прагнуть почути один одного, надаючи гармонійний і водночас раціональний характер цьому процесу. Говорячи про комунікативне партнерство між органами публічного управління та громадськістю за допомогою інтернету, можна виділити декілька напрямів його організації.

1. Взаємодія за допомогою соціальних мереж і блогів. Оскільки влада в демократичному розумінні виступає від імені всього суспільства, то доступність інформації, моніторинг ситуації і можливість спільної участі в управлінському процесі є ключовими факторами формування її легітимності. Саме тому багато сучасних політиків, починаючи з середини першого десятиліття XXI ст., стали активно використовувати різноманітні засоби зворотного зв'язку з населенням. Публічно-управлінська функція блогу реалізується різноманітно:

- як постійне відображення позиції автора, де розміщуються тези (статті) з оцінкою поточної ситуації в тій чи іншій сфері суспільного життя та перспектив її розвитку;
- як відповідна реакція публічно неактивного індивіда на особливо значущі для нього вислови в інших блогах;
- як ресурс, що дозволяє висловити соціальну солідарність.

Водночас доступність та ефективність спілкування у блогах створює ситуацію, коли кожен індивід стає потенційним публіцистом. У цих записах немає конкретного адресата, а блоги й форуми виступають майданчиком для залучення аполітичних осіб і груп тиску, що діють в своїх інтересах. Тим самим, з одного боку, блогосфера дозволяє висвітлити та актуалізувати широкий спектр питань, але, з іншого боку, систематичне відстеження та обробка інформації в мережі вимагає певного рівня знань, володіння предметом, об'єктивності, готовності до самостійного аналізу. Таким чином, моніторинг та аналіз інформації в інтернеті стає не просто актуальним завданням для органів публічного управління, а переходить до категорії першочергових.

2. Впровадження електронного уряду (e-Governance). Під “електронним урядом” у науковій літературі, як правило, розуміється система управління, яка використовує на практиці досягнення сучасних інформаційно-комунікативних технологій для здійснення всього спектру публічно-управлінських функцій, націлених на забезпечення доступу громадян до достовірної офіційної інформації, на створення умов для взаємодії органів влади між собою, з населенням, бізнесом та інститутами громадянського суспільства, а також на підвищення ефективності

та прозорості державного управління [30]. Таким чином, головним завданням електронного уряду є трансформація традиційного публічного управління на основі застосування інформаційних технологій і комунікаційних мереж з метою покращання надання послуг населенню і бізнесу, а також розширення участі громадян у процесах публічного управління.

Крім цього е-уряд дозволяє підсилити контроль громадян за діяльністю органів влади. Таким чином, електронний уряд – це не тільки відкритість органів публічного управління з метою надання послуг своїм громадянам, але й участь максимальної кількості громадян у публічно-управлінському процесі.

3. Розвиток електронного громадянського суспільства та підтримка громадських ініціатив в інтернеті стає не тільки новим, але й основним комунікативним майданчиком громадянських ініціатив. З урахуванням істотних трансформацій, які вносить інтернет у суспільні процеси, деякі фахівці вважають за доцільне ввести в науковий обіг термін “електронне громадянське суспільство” (ЕГС). ЕГС виступає як сукупність і система недержавних та некомерційних громадських інститутів, об’єднань і окремих інтернет-користувачів, що діють у віртуальному просторі на принципах самоорганізації і самоврядування. ЕГС не заперечує історично сформованих принципів громадянського суспільства, його цілей і функцій. З точки зору публічно-управлінського партнерства функціями ЕГС залишаються традиційні функції громадянського суспільства: захист прав і свобод громадян від надмірного втручання держави, висунення пропозицій та вимог владі, контроль органів публічного управління тощо.

Довіра є однією з рис відносин партнерства, виступає принциповою ознакою нового демократичного формату влади в суспільстві, є принциповою умовою становлення і розвитку самоорганізаційних та самоврядних процесів. Довіра сприяє утворенню соціального капіталу.

Залучення на постійній основі громадських організацій до діяльності влади та здійснення ними суспільного контролю за нею формує активну, зацікавлену позицію громадян, створює в них відчуття причетності до процесів управлінської діяльності на національному, регіональному та місцевому рівнях. Це формує

культуру відкритості та прозорості в діяльності органів влади та державних службовців, сприяє гармонізації відносин поміж тими, хто здійснює управлінську діяльність, та тими, хто отримує й оплачує управлінські послуги держави.

Плідний діалог між соціумом і владою – це фундамент демократичних управлінських відносин і досягнення справедливості в економічному і соціальному житті суспільного устрою. Цей діалог повинен стати одним із головних критеріїв оцінки якості управлінської культури, довіри громадян до влади, реальним індикатором формування в Україні активного громадянського суспільства та демократичної держави.

Успіх комунікативного партнерства безпосередньо залежить від наявності зворотного зв'язку між партнерами. Із урахуванням такого зворотного зв'язку процес “розгортання” спілкування набуває певної форми – двосторонньої. Це означає, що кожний комунікативний акт – це одночасно процес говоріння, який спрямовується від адресанта до адресата, і процес слухання. Спрямовуючись від адресата до адресанта, він передбачає такі стадії: Сприйняття – Осмислення – Оцінка – Відповідь. Уміння слухати інших, будучи одним із найважливіших компонентів у структурі управлінського та й взагалі міжособистісного спілкування, одночасно є свідченням існування / відсутності зворотного зв'язку [62].

Комунікації з громадськістю стають найбільш адекватною в сучасних умовах формою саморефлексії суспільства й ефективним механізмом управління його соціокультурними потребами. Саме тому необхідно реформувати механізми комунікативного партнерства між органами влади та громадою, але для цього необхідно, щоб:

- взаємодія органів влади й суспільства здійснювалася на основі принципу соціального партнерства, коли органи влади дотримуються принципів відкритості та прозорості (допускають громадські організації до участі у вирішенні своїх проблем, надають їм для того відповідні ресурси);

- досягався консенсус завдяки постійній участі громадських організацій у місцевій політиці на засадах кооперації;

– влада не втручалася у внутрішню автономність і незалежність організацій [53].

Комунікативний аспект владно-управлінських відносин, крім впливу одного суб'єкта комунікативного акту на інший, має передбачати і зворотний зв'язок, який буде ефективним тільки тоді, коли об'єкт не панує над суб'єктом, а має з підвладними взаєморозуміння, яке сприяє конструктивному діалогу, що приводить до консенсусу. Така природна потреба об'єктивно обумовила необхідність переходу від монологічної форми масової комунікації між державною владою і громадянами до діалогічної взаємодії держави та громадянського суспільства. Якщо політичний монолог персоніфікує вертикальну й односторонню спрямовану модель адміністративно-пропагандистської трансляції інформації з верхніх рівнів політичної влади вниз, до суспільства, до мас, то діалогова модель – це двосторонній комунікативний процес між рівноправними партнерами, кожен із яких використовує доступні їм канали, що адекватно відповідає суті демократичних вимог щодо функціонування всіх сфер політико-соціального життя суспільства.

Жоден запланований акт комунікації суб'єкта з цільовими групами для зміни їх знань, думок і поведінки, навіть у їх власних інтересах, не буде ефективним, якщо його не супроводжуватиме комунікативне партнерство. Відтак органи влади змушені використовувати технології рефлексивного, “чуйного” управління, які сприяють зростанню симпатії до них громадян. Тобто декларуючи діалог, суб'єкт владних повноважень не повинен його імітувати. Британський дослідник Дж. МакКлорі, автор праці “The New Persuaders”, у якій міститься перший у світі індекс для вимірювання “м'якої сили” у зовнішньополітичних стратегіях, пише, що органи влади мусять визнати: пропаганда мертва. “Уряди не можуть дозволити собі розкіш годинами “годувати” аудиторію повідомленнями, які не відповідають політиці держави, що впадає у вічі. У сьогоденному мережевому світі миттєвої інформації громадськість стає значно розумнішою, більш залученою, і, ймовірно, може більше розчаруватися, почувши традиційну

пропаганду”. Отже, довіра й консенсус є серцевиною комунікативного партнерства.

Враховуючи стан безпосередньої демократії, комунікаційне партнерство покликане замінити ситуативну й формально-демонстративну взаємодію, яку ми зазвичай спостерігаємо. З метою інтенсифікації розвитку комунікативного партнерства органам влади в Україні необхідно звернути увагу на такі аспекти у своїй діяльності:

- забезпечення відкритості та прозорості діяльності;
- розробку й просування інноваційних механізмів у процесі взаємодії з громадянами та їх громадськими організаціями;
- застосування у своїй діяльності сучасних методів дослідження політичних і соціально-економічних процесів, ведення обліку й моніторингу інтересів різних груп і верств населення;
- підвищення відповідальності органів влади перед суспільством на основі реалізації різноманітних форм міжсекторного соціального партнерства, таких як “влада – бізнес – громадські організації”, “влада – громадські організації” задля рішення суспільно значущих проблем;
- забезпечення високого рівня взаємної довіри, соціальної злагоди, інтеграції та консолідації.

З метою досягнення зазначених цілей органам влади в цілому, а особливо органам місцевого самоврядування, варто звернути увагу на реалізацію таких заходів:

- створення широкого кола консультативних, дорадчих рад, робочих груп, які б не тільки брали участь у обговоренні певного рішення, а й мали можливість впливати на їх ухвалення і брати участь у їх подальшій реалізації;
- проведення наукових досліджень з виявлення ефективних форм і механізмів соціального партнерства;
- розвиток механізмів громадського моніторингу, включаючи громадський контроль і громадський моніторинг ходу реалізації та результатів державної політики в певній сфері;

- підготовка та проведення спільних соціально значущих акцій і заходів;
- організація і проведення дискусій, громадських слухань, переговорних майданчиків, налагодження роботи “гарячих ліній”, та інших форм діалогу;
- залучення громадських організацій в розробку та виконання державних та регіональних цільових програм і програм соціально-економічного розвитку;
- забезпечення розширення участі громадськості у благодійній діяльності;
- підтримка в установленому порядку діяльності громадських організацій, розміщення соціального замовлення і видача державних грантів на виконання певних робіт;
- сприяння розвитку фондів територіального розвитку, організація постійно діючої інтерактивної біржі громадських соціально значущих проектів і програм, щорічних ярмарків соціальних проектів;
- розробка та підтримка цільових сайтів, сторінок у соціальних мережах – майданчиків для обговорення різних соціально значущих проектів; – проведення моніторингових досліджень ефективності спільної діяльності;
- розробка і реалізація освітніх та просвітницьких програм у галузі економіки, права, фінансів, експертної діяльності, розвитку взаємодії і соціального партнерства для керівників громадських організацій.

Варто відзначити, що для забезпечення повноцінної ефективності взаємодії органів влади та громадських організацій необхідно врегулювати низку питань, зокрема щодо завершення формування відповідної правової бази взаємодії органів влади та громадських організацій; розподілу “зон відповідальності” між органами влади та громадськими організаціями; деталізувати питання фінансової підтримки, що надається державою громадським організаціям.

Підсумовуючи вищезазначене, можемо зробити висновок, що інформаційно-комунікаційні технології можуть стати новим інструментом розкриття потенціалу громадських структур, забезпечення більш активної участі громадян у діяльності органів публічного управління, а також підвищення відповідальності та підзвітності влади, побудові сучасної демократичної системи комунікативного партнерства.

ВИСНОВКИ

У магістерській роботі вирішено актуальне наукове завдання, яке полягає в теоретико-практичному обґрунтуванні особливостей застосування механізмів реалізації комунікативної взаємодії у сфері публічного управління України та розробці практичних рекомендацій для органів публічної влади щодо вдосконалення їх діяльності у даній сфері. Результати, отримані в процесі дослідження, підтверджують досягнення поставленої мети й вирішення завдань, дають підстави сформулювати такі висновки й практичні рекомендації.

1. У ході дослідження комунікативної взаємодії як предмету наукового аналізу з'ясовано, що термін “комунікативна взаємодія” характеризується, насамперед, спілкуванням між людьми як на соціальному, так і на професійному рівні. Даний аспект дуже важливий у зв'язку з тим, що після завершення навчання публічний службовець перебуває в постійній взаємодії з людьми, посадовцями різних рангів, підлеглими, громадськістю.

Комунікативна взаємодія вимагає не тільки дотримання правил, етики, ввічливості, дипломатичності, а й здатності вирішити конфліктні ситуації, яку необхідно формувати й розвивати при організації управлінського процесу.

2. На основі аналізу комунікативної взаємодії як функціонального засобу побудови комунікативного простору у сфері публічного управління з'ясовано, що комунікативний простір міжособистісних відносин є складним утворенням, пронизаним різноманітними зв'язками. Його характеризують такі системні властивості: цілісність (міра комунікативної рівноваги), структурність (обсяг, інтенсивність і складність взаємозв'язку компонентів), автономія чи функціональна однорідність структурних компонентів (місце кожного компонента в системі комунікативного процесу, кількість варіантів, які можуть використати суб'єкти комунікації у виборі засобів і способів передавання інформації, досягненні мети спілкування). У комунікативному просторі завжди суб'єктивно сприймаються і мають різний ступінь суб'єктивної актуальності обсяг, форма і вид інформації, тобто кожен учасник комунікативного процесу на

основі своїх комунікативних знань і вмінь, розуміння ситуації спілкування інтерпретує повідомлення комунікатора, вступає у діалог.

3. Вивчення ролі та значення комунікативного діалогу у сфері публічного управління та його структурних елементів дає підстави стверджувати, що механізм формування діалогу органів публічної влади та громадянського суспільства виступає вагомим чинником демократизації держави, забезпечує ефективність управлінських рішень, сприйняття їх з боку громадян та формування системи права на основі ціннісного визначення прав та свобод людини, громадянина, захисту їх законних інтересів.

Визначено, що в нашій державі на сучасному етапі розвитку правової системи потребують активізації такі аспекти діалогу громадськості та влади: налагодження взаємодії шляхом удосконалення функціонування органів публічної влади; активізація діалогу шляхом забезпечення можливості брати участь громадянам в прийнятті рішень; використання новітніх інформаційних технологій для удосконалення врядування; посилення комунікативної діяльності органів публічної влади; подолання корумпованості чиновницького апарату.

4. У ході дослідження механізмів комунікативного впливу громадської думки на оптимізацію комунікативної взаємодії у сфері публічного управління виявлено, що формування комунікативних відносин у системі публічного управління є складним багатограним процесом, що передбачає забезпечення: інформаційного обслуговування діяльності системи публічної влади; налагодження комунікації з “внутрішніми клієнтами” – публічними службовцями / посадовими особами публічного управління; комунікативної взаємодії із “зовнішніми клієнтами” – громадянами (населенням й інституціональними структурами громадянського суспільства). Комунікативна взаємодія є передумовою розбудови демократичного, заснованого на основі діалогу суспільства. Лише впорядкована, добре налагоджена комунікативна взаємодія дозволяє виконувати весь спектр завдань комунікативної політики держави. Держава повинна максимально сприяти створенню у найкоротший термін відповідних економічних, технічних, організаційних, правових та інших

умов для забезпечення двостороннього симетричного обміну інформацією між владою і населенням та реалізації конституційного права громадян на гласність. У цьому контексті доцільно використовувати інноваційні комунікативні форми та технології налагодження відносин із громадськістю, розвивати суспільні зв'язки з урахуванням загальної комунікативної політики держави з метою підвищення рівня довіри людей до владних структур, налагодження продуктивної взаємодії з населенням.

5. Охарактеризувавши оптимізаційний вплив мас-медіа на комунікативну взаємодію у сфері публічного управління варто зазначити, що, по-перше, доведено, що пріоритет у формуванні громадської думки та електоральних уподобань зберігає за собою переважно електронні джерела інформації, та, дуже обмежено – друкована преса. По-друге, відзначається наявність двосторонньої залежності: будь-яка людина залежна від обсягу та характеру циркулюючої в комунікативному просторі інформації, але при цьому існує й інша залежність – рівень здатності влади управляти цим інформаційним потоком, щоб вчасно уникнути критичної ентропії соціального порядку за рахунок умілого використання потенціалу мас-медіа. Саме за допомогою оновлених і вдосконалених засобів мас-медіа, через їх критичне сприйняття й осмислення відбувається сучасне формування громадських структур і громадської думки.

6. На основі аналізу шляхів упровадження комунікативного партнерства як механізму оптимізації комунікативної взаємодії у сфері публічного управління виявлено, що діяльність, заснована на партнерстві, є важливим фактором, який стимулює розвиток соціальної та економічної сфер, а також культурних цінностей і привабливості території в очах інвесторів і резидентів. У результаті налагодженої комунікативної політики ОТГ формується інтегрована спільнота, розвивається громадянське суспільство, запроваджується позитивний імідж органів публічної влади, заснований на довірі й відповідальності перед громадою.

До основних перспектив щодо розвитку комунікаційних процесів в ОТГ належать:

- розроблення ефективної комунікаційної стратегії на місцевому рівні;
- підвищення ефективності місцевих інформаційних кампаній, їх систематичність та цілеспрямованість;
- стимулювання залучення інвестицій та бізнесу до комунікаційних процесів;
- підвищення активності громадян до участі у прийнятті управлінських рішень на місцевому рівні за допомогою інформаційних заходів.
- підвищення активності фінансування впровадження новітніх технологій у діяльність органів місцевого самоврядування;
- забезпечення систематичного ретельного контролю за дотриманням законодавства у сфері використання ІКТ в діяльності органів місцевого самоврядування;
- активне використання можливості підвищення професійного рівня публічних службовців в сфері інформаційно-комунікативних технологій.

Створення та впровадження комунікативної практики не можливе без систематичності дій та наявності стратегічного плану, яким визначатиметься застосування необхідного набору комунікативних тактик, засобів і технологій.

Реалізація вищезазначених пропозицій можлива лише за наявності рівноправної двосторонньої комунікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Романенко Є. Комунікація як необхідна складова розвитку сучасного суспільства / Є. Романенко // Демократичне врядування. – 2012. – Вип. 9. – URL : <http://www.lvivacademy.com/visnik9/fail/Romanenko.pdf>.
2. Берегова Г.Д. Соціологія: Частина I. Історія соціології: Навчальний посібник / Г. Д. Берегова, А.І. Король. – Херсон: Айлант, 2011. – 330 с.
3. Богомоллова М. Н. Роль коммуникации в современном гражданском обществе / М. Н. Богомоллова // Гуманитарные научные исследования. – 2012. – № 9. – URL : <http://human.snauka.ru/2012/09/1654>.
4. Козаков В. М., Рашковська О. В. Державно-громадянська комунікація: шлях від кризи до взаємодії: монографія / В. М. Козаков, О. В. Рашковська, В. А. Ребкало, Є. О. Романенко, І. В. Чаплай. – Київ : ДП “Вид. дім “Персонал”, 2017. – 288 с.
5. Комунікативні технології інформаційного суспільства : монографія / А. І. Гусев, Н. О. Довгань, О. В. Івачевська, Н. С. Малєєва, І. В. Петренко; за наук. ред. А. І. Гусєва ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2020. – 142 с.
6. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – Київ, 2001. – 489 с.
7. Квіт С. Масові комунікації: Підручник / С. Квіт. – Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2018. – 352 с..
8. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підручник / В. В. Різун. – Київ: Видавничий центр “Просвіта”, 2008. – 260 с..
9. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник / О. М. Холод. – Київ : «Центр учбової літератури», 2013. – 212 с.
10. Менеджмент : консп. лекц. – Тернопіль : ТНЕУ, 2011. – 281 с.
11. Монастирський Г. Л. Теорія організації: підручник / Г. Л. Монастирський. – Тернопіль: ЗУНУ, 2020. – 329 с.

12. Малєєва Н. Комуникативні інтернет-практики в сучасному суспільстві / Н. Малєєва // Навчання і виховання обдарованої дитини. – 2015. – Вип. 1. – С. 128 – 135.
13. Холод О. Медіа й теорії соціальних комунікацій : монографія. – Київ : Ін-т реклами, 2017. – 409 с.
14. Васильченко М.І., Гришко В.В. Комуникативний менеджмент: навчальний посібник / М.І. Васильченко, В.В. Гришко. – Полтава: ПолтНТУ, 2018. – 208 с.
15. Романенко Є. Комуникативна взаємодія органів державної влади та громадськості : сутність та особливості налагодження / Є. Романенко // Державне управління та місцеве самоврядування. – 2014. – Вип. 2. – С. 190 – 201.
16. Сергєєва В. Педагогічна комуникативна взаємодія в системі “учитель – учні“ та її виховна цінність в умовах спільної творчої діяльності / В. Сергєєва // Педагогічний часопис Волині. – 2015. – № 1. – С. 57 – 63.
17. Жадан І. В. Комуникативні практики як чинник громадянської і національної самоідентифікації : теоретико-методологічні засади дослідження / І. В. Ждан // Проблеми політичної психології. – 2016. – Т. 3. – №. 17. – С. 3 – 11.
18. Казіміренко В. П. Засади когнітивної психології спілкування : монографія / В. П. Казіміренко, В. М. Духневич, О. Ю. Осадько та ін. – Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. – 390 с.
19. Keeling D. Management in Government, London : Allen&Unwin, 1972.
20. Глосарій Програми розвитку ООН. – URL : <http://www.unpan.org/Directories/UNPublicAdministrationGlossary>.
21. Чернов С. І., Гайдученко С. О. Текст лекцій з дисципліни “Публічне адміністрування”/ С. І. Чернов, С. О. Гайдученко. – Харків : ХНУМГ, 2014. – С. 7.
22. Pfifner J. M., Presthus R. Public Administration. – N. Y. : The Ronald Press Co., 1960. – P. 3.
23. Basic premises – meaning, scope and significance of Public Administration. 40 p. – URL: http://www.hss.ruh.ac.lk/homepages/lecture_notes/Sabaragamuwa%20Lecturers/module-1-introduction-to-public-administration-rev1.pdf.

24. Глосарій Програми розвитку ООН. – URL: <http://www.unpan.org/Directories/UNPublicAdministrationGlossary>
25. Публічне управління : теорія і практика : зб. наук. пр. Спеціальний випуск. – Харків : ДокНаукДержУпр”, 2015. – 226 с.
26. Показники результативності взаємодії з суспільством. GRI 2023–2025. – URL: <https://www.globalreporting.org>.
27. Обушна Н. Публічне управління як нова модель організації державного управління в Україні : теоретичний аспект /Н. Обушна // Збірник наукових праць. – 2015. – Вип. 44. – С. 53 – 63.
28. Крутій О. М. Діалогова взаємодія органів державної влади та громадськості : монографія / О. М. Крутій. – Харків : Вид-во ХарРІ НАДУ “Магістр”, 2008. – 302 с.
29. Бажинова О. А. Взаємодія органів публічної влади з громадськістю як чинник демократизації державного управління / О. А. Бажинова // Державне будівництво. – 2011. – № 2.
30. Драгомирецька Н. М. Теоретичний аналіз комунікативної діяльності державного службовця : монографія / Н. М. Драгомирецька. – Одеса : Астропринт, 2005. – 280 с.
31. Романенко Є. О. Моделі комунікативної політики держави та інструментальне забезпечення взаємодії органів державної влади та громадськості / Є. О. Романенко // Демократичне врядування. – 2014. – Вип. 14. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2014_14_11.
32. Habermas J. Legitimation crisis. – Boston, 1975. – P. 327.
33. Розвиток громадянського суспільства в Україні: минуле, сучасність, перспективи : [колективна монографія / за заг. ред. О. М. Руденко, С. В. Штурхецького]. – Острог : ІГСУ, Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. – 328 с.
34. Твердохлебов Є. О. Теоретичні засади дослідження комунікативної взаємодії в публічному управлінні /Є. О. Твердохлебов // Теорія та практика державного управління. – 2014. – Вип. 2. – С. 82 – 91.

35. Вдовіна О. О. Комунікативні процеси у забезпеченні діяльності державних установ в умовах електронного урядування. *Moderní aspekty vědy: X. Dílmezinárodní kolektivní monografie / Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o. Česká republika: Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o. – 2021. – P. 101 – 111.*

36. Рачинська О. А. Сучасні підходи в організації комунікативної взаємодії у сфері публічного управління. *Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2019. – № 1. – URL: http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/2_2019/3.pdf.*

37. Плющ О. Трансформація ролі ЗМІ в умовах глобалізації. – URL : <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=6&n=75&c=1769>.

38. Рачинська О. А. Механізми реалізації комунікативної взаємодії у сфері публічного управління: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр. спец. 25.00.02. Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України. Київ, 2019. – URL: http://ipk.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/a-ref_Rachyns-ka2.pdf.

39. Погоріла Л. П. Недержавні засоби масової інформації як інститут громадянського суспільства (теоретико-правовий аспект) : автореферат. дис. на здобуття наукового ступеня к. ю. н.: спеціальність 12.00.01 – теорія та історія держави і права ; історія політичних і правових учень / Л. П. Погоріла //Нац. педагогічний ун-т ім. М.П. Драгоманова. – Київ, 2015. – С. 8.

40. Осмоловська А. О. Інформаційний простір України: національний та зовнішньополітичний виміри / А. О. Осмоловська // Збірники наукових праць професорсько-викладацького складу ДонНУ імені Василя Стуса. – 2021. – С. 278 – 280.

41. Ведмідь П. В. Поняття інформаційно-комунікаційного простору в системі органів державного управління. *Право та державне управління. – 2019. – № 1 (34). – Т. 2. – С. 26 – 32.*

42. Калініченко Б. М. Інформаційна війна: чинники ескалації і засоби протидії. – Київ: НПУ ім. Драгоманова, 2020. – 294 с.

43. Дубас О. П. Інформаційно-комунікаційний простір: поняття, сутність, структура / О. П. Дубас // Сучасна українська політика. – Політики і політологи про неї. – Київ, 2010. – Вип. 19. – С. 223 – 232.

44. Дубас, О. Сучасні наукові підходи до дослідження інформаційно-комунікаційного простору / О. П. Дубас // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Питання політології». –2015. – Вип. 17. № 912. – С. 62 – 68.

45. Електронне врядування в Україні : аналіз та рекомендації. Результати дослідження / О. А. Баранов, І. Б. Жилияєв, М. С. Демкова, І. Г. Малюкова; за ред. І. Г. Малюкової. – Київ : Поліграф-Плюс, 2007. – 254 с.

46. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021 – 2027 роки : Постанова Кабінету Міністрів України від 5 серпня 2020 р. № 695. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

47. Науково-методичне забезпечення зв'язків з громадськістю в органах державної виконавчої влади : метод. рек. / авт. С. А. Чукут; Т. В. Джига, А. В. Баровська та ін. – Київ : НАДУ, 2008. – 72 с.

48. Соціальне партнерство і державна політика : від теорії до практики деполітизації державного управління : монографія / В. М. Мартиненко, О. М. Крутий, С. Л. Кирий та ін. – Харків : Вид-во ХарРІ НАДУ “Магістр”, 2009. – 252 с.

49. Довгаль І. В. Принципи створення ефективної комунікативної моделі соціального діалогу / І. В. Довгаль // Вісник Міжнародного Слов'янського університету. Серія “Соціологічні науки”. – Харків, 2012. – Т. XV. – № 1, 2.

50. Цвих В. Ф., Неліпа Д. В. Соціальний діалог: основні підходи до визначення / В. Ф. Цвих, Д. В. Неліпа // Вісник Київського нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. – 2006. – № 81 – 83.

51. Недяк І. Л. Политический маркетинг: особенности развития научно-исследовательского направления / И. Л. Недяк // Полис. Полит. исслед. – 2010. – № 3. – С. 144 – 155.

52. Малиноський В. Я. Державне управління : навч. посіб./ В. Я. Малиноський. – Луцьк : Волин. держ. ун-т ім. Лесі Українки, 2000. – 558 с.
53. Полонський А. В. Медіа та їх текстова реальність / А. В. Полонський. – Наукові відомості. – Серія : Гуманітарні науки. – 2015. – № 18 (215). – Вып. 27.
54. Кормич Б. А. Інформаційне право : підручник / Б. А. Кормич. – Харків : Бурун і К, 2011. – С. 282.
55. Інформаційні війни : монографія / Д. В. Кіслов. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 300 с.
56. Кульчій О. О. Правове регулювання державної політики у сфері мас-медіа України / О. О. Кульчій // Форум права. – 2015. – № 3. – С. 131 – 134. – URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/FP_index.htm_2015_3_25.pdf.
57. Лашкіна М. Г. Конвергентна інтерактивна комунікація. Політологічний енциклопедичний словник / М. Г. Лашкіна. – Львів : Новий Світ, 2013. – Логос, 2006. – С. 298 – 299.
58. Соціологія: підручник / М. Горлач, В. Кремень, В. Волович, І. Жиленкова, М. Романенко, Сюй Цюань Яо. Київ : Центр навчальної літератури. – 2019. – 808 с.
59. Крутій О. М. Комунікативна парадигма партнерської взаємодії суб'єктів державного управління / О. М. Крутій // Інвестиції : практика та досвід. 2012. – № 6. – С. 113 – 116.
60. Почепцов Г. Г. Нові комунікативні можливості у сфері державного управління/ Г. Г. Поцепцов. – URL: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/8049.pdf>.
61. Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості : дослідження категорії громадянське суспільство / Ю. Габермас. – Львів : Літопис, 2000. – 317 с.
62. Комунікації в публічному управлінні : аспекти організаційної культури та ділового спілкування : навч. посіб. / уклад.: Гошовська В.А. та ін. – Київ : К.І.С., 2016. – 130 с.