

Палагута С.С.,
аспірант кафедри менеджменту,
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЩОДО ЗВ'ЯЗКУ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ І ГРОМАДСЬКОСТІ

Палагута С.С. Особливості застосування комунікативних технологій щодо зв'язку органів державної влади і громадськості. У статті проаналізовано особливості та застосування соціально-комунікативних технологій (СКТ), GR-технологій, PR-технологій у сучасному політичному житті країни та у практиці соціального управління. Зроблений акцент на те, що технології зв'язку з громадськістю (PR) органів влади потребують вирішення низки проблем: недовіри населення до влади, прихованості інформації, погано налагоджених зв'язків із громадськістю. У межах аналізу сучасної реалізації органами влади GR-технологій розглянуті напрями її здійснення. Зокрема, робота продовжує вестися в напрямі вибудовування зв'язків із громадськістю. Також вирішення проблем бачиться у підвищенні прозорості GR-технологій, а також у вибудовуванні послідовних етапів їх здійснення та уніфікації їх використання.

Ключові слова: соціально-комунікативні технології (СКТ), GR-технології, PR-технології, органи влади, громадськість.

Палагута С.С. Особенности применения коммуникативных технологий по связи органов государственной власти и общественности. В статье проанализированы особенности и применение социально-коммуникативных технологий (СКТ), GR-технологий, PR-технологий в современной политической жизни страны и в практике социального управления. Сделан акцент на то, что технологии связи с общественностью (PR) органов власти требуют решения ряда проблем: недоверия населения к власти, скрытности информации, плохо налаженных связей с общественностью. В рамках анализа современной реализации органами власти GR-технологий рассмотрены направления ее осуществления. В частности, работа продолжает вестись в направлении выстраивания связей с общественностью. Также решение проблем видится в повышении прозрачности GR-технологий, а также в выстраивании последовательных этапов их осуществления и унификации их использования.

Ключевые слова: социально-коммуникативные технологии (СКТ), GR-технологии, PR-технологии, органы власти, общественность.

Palaguta S.S. Features of the application of communicative technologies in relation to the authorities of the public and the public. The article analyzes the peculiarities and application of social and communicative technologies (SCT), GR-technologies, PR-technologies in the modern political life of the country and in the practice of social management. The emphasis is placed on the fact that public relations technology (PR) requires solving a number of problems: people's distrust of the authorities, concealment of information, poorly established relations with the public. In the framework of the analysis of the current implementation by the authorities of GR-technologies, considered directions of its implementation, in particular, the work continues to lead in the direction of building relations with the public. Also, the solution of problems is seen in improving the transparency of GR-technologies, as well as the construction of successive stages of their implementation and unification of their use.

Key words: social and communicative technologies (SCT), GR-technologies, PR-technologies, authorities, public.

Постановка проблеми. Державне управління в Україні перебуває у стані тривалої трансформації, що опосередковано вказує на внутрішню незбалансованість процесів, що відбуваються в суспільстві. У цій ситуації проблема застосування різного роду соціально-комунікативних технологій (СКТ), GR-технологій, PR-технологій, адекватності застосування цих технологій у державному управлінні, демократичному суспільстві та політичній системі, що трансформується, набувають особливого значущості. Відповідна проблематика має міждисциплінарний характер.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми формування та використання соціально-комунікативних технологій (СКТ), GR-технологій, PR-технологій були розроблені у працях таких зарубіжних учених і дослідників, як І. Панарін, Д. Бур-

стін, Е. Галумов, Р. Джервіс, Д. Замятін, Ю. Кашлев, І. Кісельов, М. Коттем, В. Кімерешкін, К. Боулдінг, В. Кононенко, Р. Коттем, М. Кунчік, Н. Лайдінен, Х. Ларсен, І. Рожков, В. Сеїдов, А. Смірнова, Дж. Твітчелл, О. Холсті, А. Яковенко та інші. Серед вітчизняних учених і дослідників, які займалися дослідженням формування та використання соціально-комунікативних технологій (СКТ), GR-технологій, PR-технологій в Україні, слід відзначити таких, як О. Литвиненко, В. Бебик, О. Зернецька, О. Бойко, Т. Пашукова, Л. Губерський, С. Гуцал, О. Запорожець, В. Королько, Є. Макаренко, І. Слісаренко, В. Терещук, Є. Тихомирова, О. Швець, О. Шевченко, О. Ялова та інші. У своїх працях автори досліджують специфіку соціально-комунікативних технологій (СКТ). Водночас мало дослідженими залишаються питання викорис-

тання соціально-комунікаційних технологій (СКТ) саме у міждисциплінарному аспекті.

Формулювання цілей статті. Метою статті є виявлення особливостей та доцільності застосування соціально-комунікативних технологій (СКТ), GR-технологій, PR-технологій.

Для досягнення зазначеної мети необхідно вирішити дослідницькі завдання: дати характеристику сутності соціально-комунікативних технологій (СКТ), GR-технологій, PR-технологій та їх впливу на основні змістовні характеристики.

Виклад основного матеріалу. Об'єктом соціально-комунікативної технології в широкому сенсі є соціальний простір і суспільство.

Предметом соціально-комунікативної технології є організований на базі комунікацій системний процес управління об'єктами комунікації.

З цього випливає, що соціальна комунікація, по суті, не є ні об'єктом, ні предметом соціально-комунікативних технологій (СКТ), а інструментом, засобом і способом для досягнення мети впливу на об'єкт комунікації [2].

Таким чином, крім цільової групи громадськості і самого суспільства, суб'єктом СКТ можуть бути соціальні інститути і соціальні організації.

Незважаючи на широкий спектр суб'єктів та інструментів соціально-комунікативних технологій, їх об'єднує ціла низка загальних ознак:

- цілеспрямованість;
- структуризація, розмежування, поділ об'єкта на елементи,
- операції, етапи, стадії, фази;
- координація і поетапність дій;
- однозначність виконання процедур і операцій.

Все це говорить про те, що соціально-комунікативні технології – це дуже складний і багатогранний процес, досягнення цілей якого вимагає серйозних зусиль і чітко скоординованих дій. Тому розроблення соціально-комунікативної технології поділяється на кілька етапів:

- етап теоретичний (визначення цілей, завдань технології, опис об'єкта і суб'єкта, виявлення різних внутрішніх зв'язків і закономірностей функціонування);
- етап методичний (розроблення і докладний опис технологічної схеми управління об'єктом, обґрунтування цієї схеми, деталізація можливих і рекомендованих до використання процедур, операцій та інструментів);
- етап процедурний (організація і докладний опис рекомендацій щодо практичної діяльності і підготовки технологічного проекту) [3].

Отже, для формування соціально комунікативної технології необхідно реалізувати низку попередніх теоретичних робіт, за допомогою яких виділити цілі, завдання, засоби і методи досягнення поставлених цілей. Лише після цього його можна застосовувати на практиці.

Соціально-комунікативна технологія – це діяльність суб'єкта комунікації, спрямована на вирішення соціальних завдань і досягнення комунікативних цілей, що складається з особливої програми дій, інструментів, засобів і процедур, спрямованих на вирішення поставлених соціальних завдань. Відрізняють кілька особливостей соціально-комунікативних технологій:

цілеспрямованість; системність; наявність контролю координації дій; поетапність дій [1].

У сучасній Україні, безумовно, є своя складна багаторівнева система управління. На перший план виходить управління всіма галузями діяльності держави і її громадян (соціальна; економічна; політична; екологічна; культурна та інші сфери).

У цьому разі взаємодія між державою та її громадянами виходить на новий рівень, відповідно до нових демократичних тенденцій, розвитку права, гласності та ін. Досягнення цього рівня просто неможливе без комунікацій, тому зараз активно розвиваються системи комунікацій із громадянами, прямого і зворотного зв'язку з ними – GR-менеджмент.

GR-менеджмент являє собою діяльність із вибудовування відносин між різними суспільними групами (бізнес-структурами, професійними спілками, організаціями та ін.) і державною владою, що включає в себе збір та обробку інформації про діяльність уряду, підготовку та розповсюдження інформації про позиції груп, вплив на процеси прийняття політичних і адміністративних рішень [4].

Таким чином, можна зазначити, що GR-менеджмент дає змогу підтримувати зв'язок держави з діяльністю підприємств і організацій, що сприяє встановленню контакту, сприятливого комунікативного середовища та оптимізації відносин з органами державної влади.

Є кілька найбільш ефективних GR-технологій: формування громадської підтримки; лобізм; участь у різних форумах, семінарах, організованих органами державної влади; аналітична діяльність; публікації на різні політичні і державні теми; участь в експертних радах.

GR-технології дають змогу підприємствам і організаціям вирішити такі завдання: встановити позитивне ставлення представників органів влади до конкретного напрямку діяльності і планів розвитку; домогтися стійкої позитивної репутації організації серед представників органів влади; виграти тендери різних державних організацій [6].

У літературі термін «GR-технології» все частіше об'єднують із терміном «лобізм». Безумовно, лобізм – це одна з найбільш часто використовуваних методик GR, однак, на відміну від усіх інших інструментів, щодо лобізму в українському суспільстві склалася асоціація з корупцією.

По суті, лобізм – це маніпулятивно-психологічна взаємодія з посадовими особами. Іншими словами, лобізм спрямований на те, щоби вплинути на рішення представників органів влади, він являє собою якусь бесіду, що стимулює чиновника прийняти рішення, вигідне організації. Насправді цей інструмент не такий вже і поганий. В ідеальному вигляді організація повинна запропонувати вигідні умови взаємодії, свою допомогу, послуги, які будуть корисні не одному чиновнику особисто, а місту, району, в обмін на лояльне ставлення. На жаль, в нашій країні ця методика розуміється і використовується неправильно, тому варто виокремлювати її серед інших інструментів GR.

Розглянемо не менш ефективні GR-технології з незначним виявом корупційних впливів.

Значущою GR-технологією є media relations (MR). Засоби масової інформації відіграють важливу роль

у GR-комунікаціях, оскільки формують громадську думку не тільки у пересічних громадян, а й у таких пріоритетних груп, як політична еліта. Відповідно сформована громадська думка впливає на прийняття політичних рішень представниками державної влади [3].

Таким чином, зв'язок із державою здатний забезпечити формування взаємної довіри між бізнесом та органами державної влади, що представляють неполітичну і політичну сфери, для отримання як взаємовигідного, так і суспільно корисного результату. Освоєння цивілізованих GR-технологій у розвитку взаємин бізнесу і держави в сучасній Україні буде сприяти їх прозорості, відкритості, легальності, підконтрольності суспільству, а значить, збільшенню соціальних благ і демократизації життя суспільства.

Взаємодія держави та її громадян необхідна не тільки різним комерційним і некомерційним організаціям, а й самій державі. Підприємства й організації, як уже було сказано вище, застосовують різні технології для того, щоб підвищити лояльність, довіру з боку держави до свого бізнесу. Зі свого боку, держава спрямовує свої дії на громадян для досягнення схожих цілей. Сучасний демократичний державний апарат прекрасно розуміє, що для ефективного управління країною необхідно забезпечити довіру і лояльне ставлення з боку громадян. Необхідно налагодити ефективну комунікацію з жителями кожного, навіть найвіддаленішого куточка країни, зуміти пояснити вибір стратегій і реалізацію будь-яких дій держави та почути реакцію громадян на ці дії. Для забезпечення такої комунікації державою також використовуються різні комунікативні технології. Складність таких комунікацій полягає в тому, що цільова аудиторія, на яку вони спрямовані, – це жителі цілої країни [8].

Для того щоб найбільш ефективно застосувати технології державної комунікації, необхідно побудувати правильну симетричну двосторонню комунікаційну модель, здатну забезпечити прозорість дій органів державної влади як основу довірчих відносин. Крім того, ця комунікаційна модель повинна максимально швидко і точно передавати дані про реакцію суспільства на вчинені дії (зворотний зв'язок).

Відомий американський PR-фахівець, теоретик і практик Е. Бернейз сформулював три основні функції PR в органах державної влади:

- об'єднання суспільства;
- переконання (вплив);
- інформування.

Орієнтир на ці три ключові функції забезпечує ефективність усіх комунікативних дій органів державної влади. Для їх комплексного забезпечення PR та іншим комунікативним структурам різних установ необхідно реалізувати такі дії:

- проводити роботу щодо своєчасного, повного і зрозумілого поширення інформації через ЗМІ про дії органів влади і причини, доцільність цих дій;
- в режимі онлайн передавати інформацію про необхідні дії для громадян, списки реформ і змін в умовах кризових ситуацій;
- проводити прес-конференції, різні зустрічі з громадянами і журналістами;
- проводити виступи офіційних представників та осіб органів, причому як на телебаченні, так і в пресі, а також у мережі Інтернет [4].

Проаналізувавши всі перераховані вище завдання, можна сказати про складність і багатогранність державних структур зі зв'язків із громадськістю, а також самостійно сформулювати кілька чітко визначених груп функцій:

- 1) інформаційно-політична функція:
 - розроблення інформаційної політики з різних напрямів діяльності та її стратегії;
 - оцінка суспільної думки, реакцій суспільства на конкретні дії;
 - підготовка аналітичних даних;
- 2) інформаційно-комунікативна функція:
 - підготовка, тиражування та розповсюдження інформації, забезпечення;
- 3) консультативно-методична функція:
 - розроблення концепції моделі взаємодії з громадськістю для різних органів влади з боку держави;
 - налагодження зворотного зв'язку, консультування громадян із питань можливості зворотного зв'язку;
- 4) організаційно-правова функція:
 - підготовка і проведення різних PR-акцій, ділових зустрічей, конференцій;
 - правове забезпечення діяльності служби зі зв'язків із громадськістю [6].

Таким чином, зв'язки з громадськістю в межах державних структур являють собою багатфункціональну систему з організації та забезпечення відносин із громадськістю та включають роботу з вироблення положень рекомендаційного характеру для вищої керівної ланки.

Це практична робота з оцінки двостороннього потоку інформації з широким використанням фінансових коштів і можливостей матеріально-технічної бази, а також спеціальних форм і методів навчально-виховного впливу на свідомість і поведінку людей, соціальних груп, організацій та установ.

Застосування комунікативних технологій в органах державної влади спрямоване не тільки на те, щоб забезпечити позитивне і лояльне ставлення суспільства, але і на те, щоб вирішити проблему недовіри, негативного ставлення до окремих структур.

Іншими словами, відсутність комунікативних пропагандистських і PR-зусиль може привести до падіння авторитету чинної влади.

Недовіра до органів державної влади з боку громадян виникає найчастіше через відсутність роз'яснень дій органів, їх цілей і мотивів, що нерідко породжує неправильне, спотворене уявлення і сприйняття громадян.

Якщо продовжити тему прямих комунікацій, то фахівці PR рекомендують звертати увагу на інформацію, поширювану безпосередньо у відділах, приймальнях та ін. У відділах представництв повинні бути створені зручні умови навігації. Обов'язкова наявність покажчиків відділів, спеціалістів, режими їх робіт і специфіка діяльності. Рекомендується також використовувати стенди інформації, на яких громадяни зможуть знайти корисні пам'ятки, зразки заяв, перелік необхідних документів, опис процедур, актуальні заходи та багато іншого [2].

Ці засоби впливають на формування іміджу не тільки влади, а й конкретного відділу або підрозділу.

Іміджмейкинг – це одна з ключових комунікативних PR-технологій. Під іміджем будемо розуміти стійку,

соціально вироблену і відтворену модель сприйняття й оцінки об'єктів і явищ. Імідж схожий з метафорою: він створює простір для аналогій і асоціацій, але він же їх і обмежує [1].

Поряд з іміджмейкінгом є безліч інших комунікативних методик органів державної влади. Розглянемо більш докладно різні засоби для здійснення зв'язків із громадськістю.

Крім особистих комунікацій, одну з центральних ролей займає зв'язок із засобами масової інформації. На рівні держави це – повсюдне транслявання повідомлень органів влади, зокрема уряду, президента.

Ще один вид комунікації – це зв'язок із населенням. Ця технологія здійснюється з метою забезпечити підтримку місцевих органів влади з боку населення.

Сучасними дослідниками відзначається особлива роль інтернет-технологій під час організації взаємодії влади і населення. Саме інтернет-технології покликані забезпечити належне інформаційне забезпечення процесу взаємодії влади з суспільством на широкодоступній, безперервній і своєчасній основі [4].

Таким чином, діяльність інформаційних служб і зв'язків із громадськістю при місцевих органах влади має свої особливості щодо поставлених цілей і застосовуваних засобів.

Висновки з проведеного дослідження. У процесі аналізу теоретичних аспектів комунікативних технологій було виявлено, що комунікація – це процес обміну інформацією. Комунікації бувають різних видів і типів, стосовно маркетингу використовується соціальна комунікація.

Соціальна комунікація – це основа соціально-комунікативної технології, яка спрямована на вирішення соціальних завдань і водночас на досягнення комунікативних цілей. Вона містить у собі низку унікальних інструментів, методів і програм дій, здатних вирішувати соціальні завдання в межах комунікативного підходу. Головні особливості цієї технології включають у себе цілеспрямованість, системність, наявність контр-

ольо координації дій, поетапність дій і однозначність системи процедур.

Соціальні комунікативні технології частіше застосовуються щодо різних соціальних інститутів, причому як самими інститутами, так і організаціями, використовують зв'язок із державою як один із видів корпоративної комунікації.

Зв'язок із державою використовується насамперед із метою встановлення довірчих відносин між підприємствами, організаціями і владою, для отримання взаємовигідного результату і спільного досягнення цілей. Сучасні GR-технології – це передусім прозорість, відкритість і підконтрольність суспільству.

Комунікативні технології використовуються також самими органами влади. На жаль, в нашій країні погано сформована комунікативна система, яка, до того ж, погано фінансується, що не дає їй розвиватися потрібними темпами. Розвиток гальмує також відсутність кваліфікованих кадрів, слабкий розвиток відповідної правової та рекомендаційної бази, відсутність чітких завдань і методів. Рішення цих проблем допоможе створити ефективну комунікативну систему і добитися головної мети PR-служб органів влади – підвищення довіри громадян до державного апарату і його співробітників.

Таким чином, поряд із труднощами створення самої комунікативної системи та застосування її технологій органи державної влади також стикаються з недоліком фінансування, усталеними історичними стереотипами, недоліком кваліфікованих кадрів та іншим. Вирішення цих проблем повинно бути сплановано, підготовлено та реалізовано на рівні держави. І вирішення цих проблем дійсно необхідно, тому що ефективні комунікації з боку різних структур і підрозділів органів державної влади забезпечують лояльність і довіру громадян до всього державного апарату загалом. Адже головна мета PR-служб в органах влади полягає в налагодженні механізму використання комунікативного потенціалу як ресурсу проведення державної політики.

Список використаних джерел:

1. Головій В.М. Механізми взаємодії влади та ЗМІ в контексті становлення громадянського суспільства в Україні : автореф. дис. ... канд. держ. упр. : спец. 25.00.02 / В. М. Головій ; Класичний приватний університет. Запоріжжя, 2009. 20 с.
2. Григор О.О. Сучасний стан та перспективи побудови інформаційного суспільства в Україні / О.О. Григор // Збірник наук. пр. Черкас. держ. технол. ун-ту. – Серія: Економічні науки. Вип. 8. Черкаси : ЧДТУ, 2006. С. 254–260.
3. Мельник А.Ф. Менеджмент державних установ і організацій : навч. посіб. / А.Ф. Мельник, А.Ю. Васіна, Н.М. Кривокульська / За ред. А.Ф. Мельник. Київ : ВД «Професіонал», 2006. 464 с.
4. Работа Ю.І. Зв'язки з громадськістю як комунікативна складова гармонізації взаємин держави та особи / Ю.І. Работа // Вісник НАДУ при Президентіві України. 2004. № 3. С. 80–86.
5. Савченко І.Г. Інституційна відповідальність органів державної влади в умовах розбудови соціальної держави в Україні : автореф. дис. канд. наук держ. упр. : спец. 25.00.01 / І.Г. Савченко ; ХарPI НАДУ при Президентіві України. Х., 2007. 18 с.
6. Совгіря О. Принципи відкритості, прозорості та гласності діяльності Уряду: визначення змісту і співвідношення понять / О. Совгіря // Публічне право. 2011. № 2. С. 19–26.
7. Сушинський О.І. Теоретико-методологічні засади контролю у сфері публічної влади : автореф. дис. д. держ. упр. : спец. 25.00.01 / О.І. Сушинський ; УАДУ при Президентіві України. К., 2003. 38 с.
8. Хуснутдінов О.Я. Громадський рух як чинник формування громадянського суспільства в Україні (державно-управлінський аспект) : автореф. дис. канд. держ. упр. : спец. 25.00.01 / О.Я. Хуснутдінов; НАДУ при Президентіві України. К., 2003. 17 с.