

УДК. 35:343.3/.7:355.451

Якимюк Б.М.,

аспірант кафедри управління
суспільним розвитком НАДУ при
Президентові України, магістр
управління суспільним розвитком,
магістр міжнародної інформації

РОЛЬ КОМУНІКАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ У ФОРМУВАННІ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ АНТИКОРУПЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Анотація. У статті здійснено аналіз нормативно-правових актів і наукових джерел, визначено взаємозв'язок суспільних комунікацій із зменшенням рівня корупції, надано характеристику стану комунікативного забезпечення антикорупційної діяльності в Україні, на основі чого обґрунтовано необхідність розробки нової комунікативної стратегії формування й реалізації національної антикорупційної політики.

Аннотация. В статье проанализированы нормативно-правовые акты и научные источники, определена взаимосвязь общественных коммуникаций с уменьшением уровня коррупции, охарактеризовано состояние коммуникативного обеспечения антикоррупционной деятельности в Украине, на основании чего обоснована необходимость разработки новой коммуникативной стратегии формирования и реализации антикоррупционной политики Украины.

Annotation. This paper analyzes the laws, regulations and scientific sources, defines the liaison between social communications and corruption decreasing, defines the conditions of communicative support to anti-corruption efforts in Ukraine, and on this basis substantiates the necessity in developing new communication strategy for national anti-corruption policies development and implementation.

Актуальність і постановка проблеми. Масштаби поширення корупції в Україні призвели до публічного визнання цієї проблеми на найвищому національному й міжнародному рівнях. Наслідком реагування держави на виклики корупції стало прийняття нового антикорупційного законодавства, Національної антикорупційної стратегії та Державної програми щодо запобігання і протидії корупції на 2011-2015 роки. Ліквідацію корупції передбачається здійснювати за допомогою об'єднання зусиль громадянського суспільства і держави. Одним із основних пріоритетів у комплексі антикорупційних заходів визнано формування у суспільстві нетерпимого, негативного ставлення до корупції як суспільно-небезпечного явища, забезпечення довіри громадян до органів державної влади і органів місцевого самоврядування, забезпечення участі громадянського суспільства у розробці й реалізації антикорупційних заходів в Україні.

Інструментом ефективного впровадження антикорупційної стратегії в умовах інформаційного суспільства є суспільні комунікації між суб'єктами господарського процесу, що вимагає від держави, як

системоутворюючого суб'єкта антикорупційної політики, формування механізму управління комунікативними компонентами у структуризованій системі державного управління. У цьому аспекті основною проблемою формування механізму управління суспільними комунікаціями є забезпечення відповідності (за допомогою відповідних інструментів) між змістом відносин суб'єктів взаємодії у процесі господарського розвитку та об'єктивним відображенням його у комунікативних формах, інструментах, носіях тощо. Це зумовлює необхідність розробки стратегії розвитку комунікативного забезпечення процесу боротьби з корупцією, що й визначає актуальність даної статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі аспекти порушеної проблематики в різні часи розглядали як зарубіжні, так і вітчизняні дослідники. Серед історичних дослідників соціальної комунікації слід відзначити праці Ч.Кулі, Ю.Габермаса, Є.Тоффлера, Т.Лумана, М. Вебера, Г.Ласуелла, У.Шрамма та ін., серед сучасників – В.Атаманчука, В.Королька, Г.Почепцова, О.Сосніна, Н.Дніпренко та ін. Проблеми комунікативної взаємодії влади та громадянського суспільства у процесах подолання корупції знайшли своє відображення в останніх працях Т.Квока, М.Джонстона, М.Жіродо, О.Панфілової, А.Михненка, В.Ф.Мартиненка, В.Різуна, В.Борисова, О.Кальмана та ін. Науковці наголошують на важливості підтримки відкритості й прозорості у діяльності влади, а також суспільного діалогу у демократичній трансформації суспільства, підкреслюючи провідну роль двосторонньої комунікації з громадськістю, оскільки суспільні комунікації безпосередньо пов'язані зі знаннями й зміною як індивідуальної свідомості, так і громадської думки, що набуває вирішального значення у запобіганні та протидії корупцією. Разом з тим, комунікативний супровід антикорупційної політики України потребує ґрунтовного удосконалення з урахуванням останніх наукових досліджень у методологічному забезпеченні процесу формування суспільного виробництва, розвитку громадянського суспільства без корупції, тому що світовий досвід організації господарського розвитку свідчить про необхідність і можливість подолання ракової пухлини із поля сучасного цивілізаційного розвитку України.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Проведений попередній аналіз дозволив встановити, що інформаційно-комунікативне супроводження процесу формування та реалізації національної антикорупційної політики є безсистемним та лінійним. Об'єктивні та суб'єктивні суперечності, які можуть мати утворюючий чи руйнівний вплив, не ідентифіковані, ризики не конкретизовані, механізми їх управління й усунення не визначені [1, с.25]. Має місце понятійно-категоріальна невизначеність.

Мета і завдання статті. Метою дослідження є визначення і обґрунтування доцільності розроблення й застосування на державному рівні комунікативної стратегії, що супроводжувала б процеси формування

та реалізації антикорупційної політики України, для чого передбачається виконати такі завдання:

- розкрити сутність і стан понятійно-категоріального апарату у сфері комунікацій;
- охарактеризувати значення суспільних комунікацій у антикорупційній діяльності й визначити основні суперечності, які впливають на розвиток комунікативного процесу;
- надати рекомендації щодо удосконалення комунікативного забезпечення впровадження Національної антикорупційної стратегії та Державної програми щодо запобігання і протидії корупції на 2011-2015 роки.

Виклад основного матеріалу. Ефективна боротьба з корупцією вимагає системного підходу, спрямованого на усунення причин її виникнення, а не наслідків, що неможливо зробити без формування відповідної громадської думки й зміни ставлення суспільства до корупційних проявів. Передумовою для цього є залучення всіх суб'єктів суспільного життя держави й широка інформаційно-просвітницька діяльність, що ґрунтується на постійній цілеспрямованій комунікативній взаємодії між всіма її учасниками.

На сьогодні поняття «*комунікація*» має три основні інтерпретації [2, с.19]. По-перше, комунікація є засобом зв'язку будь-яких об'єктів матеріального й духовного світу, тобто як певна структура. Комунікація виступає посередником між індивідуальною й суспільно усвідомленою інформацією. Ключовою ланкою комунікації є механізм, що переводить індивідуальний процес передачі й сприйняття інформації в соціально значущий процес персонального й масового впливу. Цей механізм закладений у мовній діяльності людей – саме в ній реалізуються соціально зумовлені норми й правила спілкування.

По-друге, це спілкування, в процесі якого люди обмінюються інформацією.

По-третє, під комунікацією розуміють передачу й масовий обмін інформацією з метою впливу на суспільство і його складові компоненти.

Комунікації бувають різних видів і типів, серед яких вирізняється «*соціальна комунікація*», що передбачає інформаційний обмін між соціальними суб'єктами та їх групами, сформованими у суспільстві [2, с.180]. Цей вид комунікації також називається «*суспільна комунікація*» і саме вона ототожнюється із публічною взаємодією різних суб'єктів суспільного процесу, зокрема влади, громадянського суспільства та бізнесу – сторін, які вражені корупцією в Україні й не в змозі розв'язати цю проблему окремо без співучасті будь-якої з них.

У процесі суспільної комунікації існують об'єктивні суперечності, які полягають у тому, що зміст комунікативної взаємодії між суб'єктами не забезпечується адекватними засобами, формами, інструментами, носіями. Це відбувається тому, що взаємовідносини первинні, а форми, які їх

відображають у різних інформативних носіях вторинні, залежні і т. ін. У результаті відбувається «зсув», «деформація» між змістом (суттю) взаємодії та формами її реалізації. Ситуація ускладнюється ще й тим, що об'єктивні суперечності супроводжуються суб'єктивними – реалізація взаємодії відбувається через суб'єктивну діяльність суб'єктів. Все це у процесі розробки і реалізації антикорупційних заходів(суб'єктивна діяльність) знаходить відповідні форми реалізації, які зводять до мінімуму ефективність антикорупційних заходів на державному та місцевому рівнях[7, с.97-122].

Пошук ефективних механізмів запобігання та боротьби проти корупції полягає у розкритті об'єктивних суперечностей, характеристиці суб'єктивних форм їх реалізації, конкретизації об'єктивних і суб'єктивних ризиків, розробці механізмів управління ризиками[7, с.97-122].

Наявність об'єктивних суперечностей в Україні у процесі комунікативної взаємодії(невідповідність між змістом і формою взаємодії) ускладнюється суб'єктивними формами їх реалізації. У процесі розробки заходів протидії необхідно враховувати, що державу та її органи потрібно розглядати з двох сторін: по-перше, держава та її органи - основні ініціатори боротьби проти корупції; по-друге, державні службовці є основними корупційними суб'єктами. Цей факт має мати відповідні механізми захисту, гарантій від «самих себе».

Аналіз ситуації в Україні показує, що підвищення громадської поінформованості й обізнаності є головною передумовою формування довіри до влади. На практиці основною ціллю формування відповідності інформації змісту антикорупційної боротьби вважається якомога ширше розповсюдження органами влади інформації про свою роботу та досягнення підвищення інтересу громадськості до ініціатив, започаткованих владою. Однак суб'єктивні форми її реалізації органами державної влади призводять до того, що цей процес фактично межує з пропагандою, тобто здійснюється деформація змісту комунікативної взаємодії. Тому визнання того, що для досягнення дійсної підтримки з боку громадськості потрібна цілісна система суспільних комунікацій, забезпечення об'єктивності її функціонування, ключовими і необхідними елементами якої є комунікативна стратегія й тактика, є недостатнім або просто ігнорується.

На урядовому рівні(об'єктивний чинник)декларується важливість відкритості й реалізації інформаційно-комунікативних кампаній із підвищення громадської обізнаності з актуальних питань, проте аналіз підходів влади до комунікативної діяльності щодо запобігання та протидії корупції(суб'єктивний чинник) свідчить про відсутність чітко визначеної комунікативної стратегії, що мала б передбачити визначення й втілення найбільш доцільних рішень і алгоритму дій. Підтвердженням цього є розпорядження Кабінету Міністрів України №85-р від 13 січня 2010 року «Про схвалення Концепції проекту Закону України «Про основні засади

державної комунікативної політики» [3]. Його прийняття позиціонувалося як визнання Урядом того, що одним з ключових проявів демократичного розвитку країни є ефективна комунікація між владою та громадянським суспільством, і тому формуванню державної комунікативної політики був наданий пріоритет. Однак, це розпорядження досі залишається рамковим документом, а проект відповідного закону так і не розроблений. Хоча у ньому, згідно ухваленої концепції, мали б бути надані нормативно закріплені чіткі визначення таких термінів як «комунікація», «суспільні комунікації», «відкритість», «прозорість», «інститут громадянського суспільства», «громадськість», «консультації з громадськістю», «громадське обговорення», «вивчення громадської думки», «електронні консультації», «громадський контроль», «засоби масової комунікації». Адже, як справедливо зазначає В.Різун, розкриваючи поняття про соціальні комунікації в системі взаємозв'язків з громадою, «не можна допустити, щоб законодавець увів у обіг неправильне вживання слів» [4, с.9].

Як наслідок, досі неврегульованим залишається понятійно-категоріальний апарат, що призводить до дисонансу у вживанні професійної термінології у сфері комунікації, одним з основних концептуальних питань якого є необхідність визначити різницю між поняттями «комунікаційний» та «комунікативний». Однозначного визначення й нормативного закріплення також потребують терміни: «комунікативна стратегія», «комунікативна тактика», «комунікативний намір», «комунікативний досвід» та інші. Тому що без унормування понятійно-категоріального апарату стратегічне управління суспільними комунікаціями в цілому та комунікативною діяльністю у процесі формування й реалізації антикорупційної політики зокрема не може бути свідомим і осмисленим.

Про особливу роль комунікації між владою та громадськістю у зменшенні рівня корупції свідчить те, що комунікація безпосередньо пов'язана з посиленням інформаційного обміну й спрямована на забезпечення прозорості, відкритості, формування діалогу і довіри між його суб'єктами. Це також обумовило те, що серед основних напрямів реалізації Національної антикорупційної стратегії на 2011-2015 роки визначено:

- активізацію інформаційного обміну між об'єднаннями громадян, засобами масової інформації та органами державної влади і органами місцевого самоврядування;
- забезпечення прозорості в роботі органів державної влади та органів місцевого самоврядування;
- сприяння засобам масової інформації в широкому висвітленні заходів щодо протидії корупції, що вживаються державними органами та органами місцевого самоврядування;
- формування антикорупційної правосвідомості громадян шляхом запровадження соціально-просвітницьких програм, створення системи

антикорупційної освіти в загальноосвітніх, професійно-технічних та вищих навчальних закладах незалежно від форми власності;

- сприяння у забезпеченні прозорості діяльності громадських організацій, юридичних осіб приватного права.

Одним з п'яти очікуваних результатів реалізації Національної антикорупційної стратегії визначено саме формування у громадськості активної позиції із запобігання і протидії корупції [5]. Тому очевидно, що досягнення цього результату не може бути здійснено без налагодження й підтримки належного комунікативного процесу, оскільки саме комунікація є рушієм формування об'єктивної громадської думки.

Комунікативний процес – це процес взаємодії між різними суб'єктами комунікації, за якого здійснюється обмін інформацією, він включає динамічну зміну етапів формування, передачі, прийому, розшифровки і використання інформації в обох напрямках при взаємодії комунікантів. Це поняття здебільшого використовується для позначення функції взаємодії в процесі комунікації [2, с.39].

В контексті проблематики комунікативного забезпечення процесу формування та реалізації антикорупційної політики доречним, на думку автора, є введення у обіг нового терміну «антикорупційні комунікації». *Антикорупційні комунікації* можна визначити як «комплекс превентивних комунікативних інструментів, спрямованих на упередження та ліквідацію корупції, які застосовуються у безпосередній чи опосередкованій формі й мають на меті формування мотиваційних механізмів суспільно-ефективної взаємодії між різними суб'єктами комунікативного процесу. Необхідність введення цього терміну обґрунтовується важливою роллю комунікації у забезпеченні ефективності державної антикорупційної діяльності, формуванні у громадськості активної позиції із запобігання й протидії корупції, нетерпимого ставлення у суспільстві до цього суспільно-небезпечного явища. Застосування такого терміну чітко відображає суть інформаційного навантаження, що закладається, на відміну від можливих аналогів на кшталт вживаних сьогодні «комунікацій антикорупційного спрямування», «комунікацій антикорупційного характеру», «комунікацій із запобігання та протидії корупції» тощо. При цьому використовується більш лаконічна й змістовна форма.

В сьогоденних умовах будь-який комунікативний процес задля досягнення результату потребує цілеспрямованого управління й координації, що повинні ґрунтуватися на не лише на нормах правового регулювання, належному організаційному, технологічному та ресурсному забезпеченні, а й на узгодженні інтересів усіх зацікавлених сторін. Особливого значення таке управління й застосування стратегічного підходу до комунікативного процесу з боку держави набуває в ході впровадження антикорупційної політики, оскільки здійснення інформаційного обміну й комунікативної діяльності стихійно, без відповідних роз'яснень, прив'язки до конкретних цілей, індикаторів і

плану дій може не дати бажаних результатів та призвести до виникнення кризових ситуацій у суспільстві, що негативно вплинуть на оцінку суспільством антикорупційних намірів влади.

Сучасний стан взаємодії владних органів з громадськістю, на жаль, не можна назвати задовільним. Зокрема, існують такі проблеми в їх діяльності: відсутність системності у виробленні комунікативної політики; 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; незадовільне кадрове забезпечення комунікаційних служб; неефективний зворотний зв'язок з громадськістю; нестача гнучкості та оперативності при здійсненні комунікативних дій. До проблемних питань слід також додати небажання органів влади та їх представників співпрацювати з населенням; відсутність довгострокових програм наукового дослідження та аналізу стану громадської думки в умовах перехідного суспільства; незадовільний стан просвітницько-виховної роботи серед різних цільових груп населення [1, с.135-136].

У зв'язку з цим, неврегульованим є питання формування й застосування стратегії, тактики і методологічного забезпечення комунікативного супроводження національної антикорупційної політики, які, передусім, мали б бути спрямовані на зміну конкретних морально-ціннісних орієнтацій у суспільстві, що є однією з головних передумов для зменшення рівня корупції в державі.

Стратегія – це підхід до розв'язання критично важливих і складних (стратегічних) завдань; модель програмування діяльності для досягнення встановлених цілей. Стратегія обов'язково визначає пріоритети (першочергові для реалізації напрями, цілі, проблеми), які дають корисну основу для розподілу обмежених ресурсів [6, с.679].

Отже, стратегія має передбачати свідомий й цілеспрямований підхід, притаманними рисами якого є чітка ідентифікація проблем, ризиків, пріоритетів, мети, цілей тощо. У свою чергу комунікативна стратегія ототожнює підхід до досягнення стратегічної, чітко визначеної комунікативної мети, на яку спрямовано комунікативний акт. Комунікативна тактика, на відміну від стратегії, може розглядатись як сукупність практичних заходів у реальному процесі комунікативної взаємодії, що співвідноситься вже не з комунікативною метою, а з набором окремих комунікативних намірів – тактичних ходів, тобто, тактика передбачає наявність чіткого плану реалізації комунікативної стратегії шляхом здійснення суспільних комунікацій, але вона завжди слідує після стратегії й не може існувати за її відсутності.

Застосування стратегічного підходу до комунікативного забезпечення антикорупційної діяльності сприятиме чіткому визначенню принципів, критеріїв, показників, механізмів реалізації, очікуваних результатів та потрібних фінансових, організаційних і кадрових ресурсів, що буде покладено в основу системного алгоритму практичних комунікативних дій антикорупційного спрямування. Розроблення комунікативної стратегії, що супроводжуватиме процес формування та реалізації національної антикорупційної політики, дозволяє вирішити низку стратегічних завдань, а саме:

- ідентифікувати об'єктивні та суб'єктивні суперечності, що впливають на розвиток комунікативного процесу;
- конкретизувати ризики та проблеми, розробити механізми їх усунення;
- визначити вичерпний перелік основних об'єктів (груп) впливу комунікативних намірів;
- сегментувати й охарактеризувати цільові аудиторії комунікативного впливу;
- сформулювати ключові теми та повідомлення, що використовуватимуться під час комунікативної взаємодії між зацікавленими сторонами;
- визначити найбільш оптимальні безпосередні та опосередковані канали комунікації й застосовувати їх у доречних ситуаціях;
- запровадити систему моніторингу (оцінювання) ефективності комунікативного процесу, внаслідок чого своєчасно робитимуться відповідні корегування на різних етапах реалізації комунікативної стратегії.

Як зазначає В.Ф.Мартиненко, детального аналізу потребує суперечність між змістом корупції та рівнем масової свідомості. Дана суперечність може зумовлювати ризики розбіжності між уявленнями суспільства про корупцію та її законодавчим визначенням. У зв'язку з цим частина корупційних проявів може не сприйматися суспільством, а чиновники будуть діяти згідно з поширеними в суспільстві поглядами всупереч закону. В суспільстві мають бути розроблені довгострокові програми формування у масовій свідомості законослухняної поведінки державних службовців, оцінювання якої має здійснюватися на різних рівнях: громадському та державному [7, с.100]. Слід додати, що існує низка інших суперечностей, які потребують ідентифікації, серед яких можна відзначити такі основні як:

- суперечність між обов'язком влади інформувати населення та інформаційною закритістю державних органів;
- суперечність між об'єктивністю процесів у державі та інформацією про них, яку поширюють суб'єкти комунікації.

Відтак комунікативна стратегія держави у сфері запобігання й протидії корупції повинна бути всеохоплюючою й добре продуманою,

включати заздалегідь розроблені й чітко виписані стратегічні настанови для учасників комунікації. Вона має обов'язково складатися з двох компонентів: внутрішніх та зовнішніх комунікацій.

Першочергової уваги потребує впровадження ефективної системи внутрішніх комунікацій у органах державної влади, оскільки досить часто державні службовці не володіють достатніми знаннями про норми національного антикорупційного законодавства або чинні міжнародні угоди у сфері боротьби з корупцією, підписані і ратифіковані в Україні. Такий стан справ має прямий вплив на виконання держслужбовцями покладених на них функцій, тоді як міжнародний досвід свідчить, що без підтримки антикорупційних ініціатив державним апаратом їх втілення у життя є вкрай складним. Це свідчить про необхідність передбачення комунікативною стратегією упровадження системи регулярних навчальних заходів антикорупційного характеру в органах державної влади, а також за участю громадськості.

Ефективність зовнішніх комунікацій неможлива без існування належної системи внутрішніх комунікацій. Якщо конкретний план здійснення внутрішніх і зовнішніх комунікацій буде частиною комунікативної стратегії, що супроводжуватиме процес формування та реалізації національної антикорупційної політики, то це закладе основу, необхідну для досягнення потрібних змін у суспільстві. За допомогою постійної й послідовної комунікації з різними зацікавленими сторонами реалізація Національної антикорупційної стратегії та Державної програми щодо запобігання і протидії корупції на 2011-2015 роки буде зрозумілою, що сприятиме набуттю суспільної підтримки як на громадському, так і державному рівнях. Всебічний й детально розроблений план внутрішніх комунікацій є передумовою ефективного здійснення зовнішніх комунікацій, а також дозволяє попереджувати чи своєчасно реагувати на потенційні кризові ситуації. Кожна ініціатива інформаційно-комунікативного характеру в рамках антикорупційної діяльності держави повинна мати конкретний об'єкт впливу (наприклад, зміна ставлення громадськості й сприйняття; набуття громадської підтримки; стимулювання зворотного зв'язку із громадськістю; посилення ефекту стримування; просування ідеї «чистого» суспільства; посилення політичної волі тощо) й бути спрямована на конкретну цільову аудиторію, передаючи заздалегідь визначені ключові повідомлення за допомогою оптимальних у певному випадку каналів і механізмів.

У комунікативній стратегії має також бути визначено механізми здійснення зовнішніх комунікацій, що використовуватимуться, адже підтримка комунікації з різними цільовими аудиторіями потребує застосування відповідних каналів, що, насамперед, є найбільш прийнятними для них. Процес розроблення й впровадження комунікативної стратегії має супроводжуватися проведенням регулярного

оцінювання ефективності, в тому числі з боку громадськості, внаслідок чого процес здійснення комунікації постійноудосконалюватиметься.

Продуктивна комунікація між органами державної влади та громадськістю є запорукою суспільного діалогу й успішного формування та реалізації антикорупційної політики, вона залежить значною мірою від успішного державного управління комунікативним процесом. Управління ним та його якість також впливають на формування позитивного іміджу влади, що обумовлює необхідність існування на вищому державному рівні структури, яка була б уповноважена координувати комунікативне забезпечення процесу реалізації Національної антикорупційної стратегії та Державної програми щодо запобігання і протидії корупції на 2011-2015 роки. Оскільки очевидно, що Міністерство юстиції України, на яке покладені функції спеціально уповноваженого органу з питань антикорупційної політики, не володіє достатньою для цього спроможністю.

Можна погодитися з тим, що за існуючих умов найбільш ефективним було би мати централізовану координацію комунікативного забезпечення антикорупційної політики на рівні Секретаріату Кабінету Міністрів України, оскільки децентралізована система управління комунікаціями у цьому випадку може призвести до розпорошеності, безсистемності й беззмістовності комунікативного впливу і, в результаті, його неефективності.

Як доречно наголошують науковці, у системі органів державної влади, по-перше, має бути сформована єдина структура, функцією якої є проведення державної комунікативної політики [2, с.136]. Ця структура повинна охоплювати всі гілки і рівні державної влади і включати як спеціалізовані органи влади, що забезпечують регулювання інформаційної сфери, так і підрозділи в інших органах влади, що відповідають за інформаційні аспекти діяльності у сфері їх компетенції.

По-друге, проведення державної комунікативної політики повинне координуватися з єдиного центру на рівні вищого керівництва країни у разі персональної відповідальності однієї з вищих посадових осіб держави за вирішення цього завдання.

По-третє, державне управління комунікаційною сферою має бути планомірно забезпечене фінансовими і матеріальними ресурсами за рахунок бюджетного фінансування, виходячи з реальних можливостей держави за статтею витрат на державне управління.

Однак, як показав аналіз Державної програми щодо запобігання і протидії корупції на 2011-2015 роки, вона не врегульовує стратегічно важливе питання комунікативного забезпечення процесу її впровадження. Інформаційно-комунікативна діяльність, передбачена програмою, обмежується такими завданнями:

- висвітлення у засобах масової інформації антикорупційних заходів, що вживаються органами виконавчої влади, іншими органами

державної влади з метою формування негативного ставлення громадян до проявів корупції;

- трансляції соціальної реклами з питань запобігання і протидії корупції з метою формування негативного ставлення громадян до проявів корупції;

- оприлюднення інформації про вжиті заходи щодо запобігання і протидії корупції та про осіб, притягнутих до відповідальності за вчинення корупційних правопорушень;

- формування антикорупційної правосвідомості громадян шляхом запровадження соціально-просвітницьких програм [8].

Запропоновані заходи програми є переважно односторонніми й можуть мати пропагандистський, а не комунікативний характер, адже вони не спрямовані на трансформацію суб'єктів корупції в органах влади (вплив на індивідуальну мотивацію не брати хабарі), а лише на свідомість громадськості (не давати хабарі, тому що це суспільне зло). Терміни часу та механізми оцінки ступеня виконання завдань програми є неконкретними, визначаючи ступінь їх виконання у загальній формі, без наведення кількісних і якісних параметрів. Все це не може позитивно вплинути на підвищення суспільної підтримки та відповідно зменшення рівня корупції в державі.

Натомість ефективність комунікативного забезпечення антикорупційної політики мала б вимірюватися за конкретними показниками: рівень поінформованості державних службовців, підприємців і населення про норми антикорупційного законодавства; кількість фактів інформування громадськістю правоохоронних органів про корупцію; процент особистих (не анонімних) скарг громадян на корупційні прояви до органів державної влади; кількість прикладів успішного викриття корупції за участю населення, висвітлених у ЗМІ; результати соціологічних досліджень на користь підвищення громадської обізнаності й підтримки дій влади; кількість інформаційно-просвітницьких кампаній антикорупційного спрямування тощо.

Висновки. Проведене дослідження дає підстави для таких висновків:

1. Понятійно-категоріальний апарат потребує унормування нормативного закріплення в частині визначення різниці між поняттями «комунікаційний» та «комунікативний», визначення термінів: «комунікація», «суспільні комунікації», «відкритість», «прозорість», «інститут громадянського суспільства», «громадськість», «консультації з громадськістю», «громадське обговорення», «вивчення громадської думки», «електронні консультації», «громадський контроль», «засоби масової комунікації», «комунікативна стратегія», «комунікативна тактика», «комунікативний намір», «комунікативний досвід», щоб стратегічне управління суспільними комунікаціями та комунікативною діяльністю у процесі формування й реалізації антикорупційної політики було свідомим і осмисленим.

2. Доцільним є введення у обіг нового терміну «антикорупційні комунікації», який можна визначити як «комплекс превентивних комунікативних інструментів, спрямованих на упередження та ліквідацію корупції, які застосовуються у безпосередній чи опосередкованій формі й мають на меті формування мотиваційних механізмів суспільно-ефективної взаємодії між різними суб'єктами комунікативного процесу. Необхідність його введення обґрунтовується важливою роллю комунікації у забезпеченні ефективності державної антикорупційної діяльності, формуванні у громадськості активної позиції із запобігання й протидії корупції, нетерпимого ставлення у суспільстві до цього суспільно-небезпечного явища.

3. Детального аналізу потребують всі об'єктивні й суб'єктивні суперечності, які впливають на комунікативний процес, зокрема між об'єктивними та суб'єктивними чинниками, між змістом корупції та рівнем масової свідомості, між обов'язком влади інформувати населення та інформаційною закритістю державних органів, між об'єктивністю процесів у державі та інформацією про них, яку поширюють суб'єкти комунікації тощо. Це дозволить конкретизувати можливі ризики, розробити механізми їх усунення та управління, що позитивно позначиться на розвитку комунікативних процесів.

4. Передбачені Національною антикорупційною стратегією та Державною програмою щодо запобігання і протидії корупції на 2011-2015 роки очікувані результати у вигляді формування у суспільстві нетерпимого, негативного ставлення до корупції як суспільно-небезпечного явища, а також активної позиції громадськості із запобігання і протидії корупції зумовлюють необхідність наявності цілісного й системного комунікативного забезпечення. Це можна здійснити шляхом розроблення за участю всіх зацікавлених сторін та впровадження відповідної комунікативної стратегії, що сприятиме підвищенню ефективності державного управління та зменшенню рівня корупції в державі.

Перспективи подальших розвідок у даному напрямку полягають у конкретизації термінології, виробленні моделі комунікативного забезпечення антикорупційної політики України та конкретизації механізмів державного управління процесом її реалізації.

Використані джерела інформації:

1. Нові підходи до боротьби з корупцією: законодавче забезпечення та проблеми реалізації : [матеріали засідання круглого столу]/ за заг. ред. Ю.М. Бардачова, І.П. Лопушинського. – Херсон: Грін Д.С., 2011. – 116 с.
2. Комунікативна парадигма суспільного розвитку : навч. посіб. / О. В. Соснін, А. М. Михненко, Л. В. Литвинова. – К. : НАДУ, 2011. – 220 с.
3. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 13 січня 2010 року №85-р «Про схвалення Концепції проекту Закону України «Про основні засади державної комунікативної політики»[Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://civic.kmu.gov.ua/civic/control/uk/publish/article?showHidden=1&art_id=119846.

4. Запровадження комунікацій у суспільстві / За заг. ред. Н.К. Дніпренко, В.В. Різуна – К.: ТОВ «Вістка», 2009. – 56 с.
5. Указ Президента України від 21 жовтня 2011 року № 1001/2011 «Про Національну антикорупційну стратегію на 2011-2015 роки»[Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://www.president.gov.ua/documents/14092.html>
6. Енциклопедичний словник з державного управління / уклад. : Ю.П. Сурмін, В.Д. Бакуменко, А.М. Михненко та ін. ; за ред.. Ю.В. Ковбасюка, В.П. Трощинського, Ю.П. Сурміна. – К. : НАДУ, 2010. – 820 с.
7. Запобігання та протидія корупції : нав. посіб. / за ред. проф. А.М. Михненка// (кер. авт. кол.), О.В.Руснак, А.М.Мудров, С.О.Кравченко та ін.;. 3-тє вид., доп. і перероб.– К. : НАДУ, 2012. – 529 с.
8. Постанова Кабінету Міністрів України від 28 листопада 2011 року №1240 «Про затвердження Державної програми щодо запобігання і протидії корупції на 2011-2015 роки» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1240-2011-%D0%BF>

Рецензент: Мартиненко В.Ф., д.держ.упр., професор.