

УДК 35.07:005.57:659.3/4

СОЛОВЬЙОВ Сергій Григорович,

канд. наук із соц. комунікацій,

доц. каф. інформац. політики та технологій НАДУ

ІНФОРМАЦІЙНА Й КОМУНІКАТИВНА СКЛАДОВІ ПОВІДОМЛЕННЯ В ДЕРЖАВНО-УПРАВЛІНСЬКІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Аналізується ритуальна модель комунікації, можливість її застосування в державному управлінні з метою формування й підтримки взаємовідносин влади й суспільства. Пропонується розрізнити інформаційну й комунікативну складові повідомлення.

Ключові слова: ритуальна комунікація, державна комунікація, комунікативна взаємодія, демонстрація факту комунікації, інформаційна й комунікативна складові повідомлення.

Соловьев С. Г. Информационная и коммуникативная составляющие сообщения в государственно-управленческой коммуникации

Анализируется ритуальная модель коммуникации, возможности ее применения в государственном управлении с целью формирования и поддержания взаимоотношений власти и общества. Предлагается различать информационную и коммуникативную составляющие сообщения.

Ключевые слова: ритуальная коммуникация, государственная коммуникация, коммуникативное взаимодействие, демонстрация факта коммуникации, информационная и коммуникативная составляющие сообщения.

Solovyov S. H. Information and communicative components of a report in public administrative communication

This paper analyzes the ritual model of communication, the possibility of its application in public administration in order to create and maintain relationships of power

and society. Proposed to distinguish between information and communication components notice.

Key words: ritual communication, public communication, communicative interaction, demonstration of the fact of communication, information and communication components notice.

Постановка проблеми. Комунікація є важливою складовою державного управління, що забезпечує, зокрема, підтримку суспільством дій влади, ефективність здійснюваної державними інституціями політики. Проте комунікація між органами державної влади й суспільством має низку недоліків, які негативно впливають на налагодження взаємодії влади й громадян. Серед таких недоліків – нечіткість функцій комунікативних підрозділів, прийняття без обговорення з ними управлінських рішень, незадовільна фахова компетентність працівників цих підрозділів [1]. Крім того, держслужбовці не завжди відзначаються умінням чи прагненням зрозуміло, своєчасно пояснити або прокоментувати певний факт. У результаті дії і наміри влади можуть спричинити нерозуміння, неприйняття з боку суспільства, що негативно впливає на ефективність державної політики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різноманітні аспекти державної та політичної комунікації розглядаються в роботах українських учених Г. Почепцова, Т. Джиги, Н. Драгомирецької, Л. Климанської, А. Баровської, російських дослідників О. Соловйова, М. Грачова, Т. Громової. Досліджуючи природу соціальних комунікацій, Г. Почепцов вказує на те, що вони «можуть як утримувати модель світу, так і змінювати її, кожен раз працюючи з масовою свідомістю» [2, с. 7]. Аналізуючи професійні сфери, в яких використовується соціальний інжиніринг, Г. Почепцов, зокрема, називає й такі явища, які, на нашу думку, безпосередньо стосуються державної комунікації – політичний маркетинг та розбудова нації [8, с. 58 – 61]. Комунікативна складова цих явищ має незаперечну вагу, тому вкрай важливо, щоб держава відіграла в них активну роль.

Н. Драгомирецька, досліджуючи комунікації в діяльності державного службовця, зокрема, зазначає, що цілями комунікації можуть бути «формування в індивідів необхідних принципів, інтересів, підходів до виконання організаційних завдань..., створення організаційного клімату» [5, с. 117]. В. Різун у лекціях з

природи й структури комунікацій говорить про комунікацію також як про засіб підтримання єдності групи [9]. М. Бутиріна, розглядаючи стереотипи в масово-комунікаційній діяльності, звертає увагу на значенні комунікації в підтримці спільноти й підтриманні соціальних зв'язків [1].

Акцентуючи увагу на найважливішому завданні комунікації – донести інформацію, можна зіткнутися з проблемою сформованості власне комунікативної ситуації: за наявності передавача може бути непідготовлений приймач, неправильно вибраний канал повідомлення чи форма повідомлення тощо. Ефективно передати інформацію реципієнту, якщо він у ній не зацікавлений або не довіряє джерелу, неможливо. Реципієнта слід попередньо долучити до певних цінностей, які сповідує передавач, чи, принаймні, сформувані таку потребу. У стосовно державної комунікації під передавачем можна розглядати органи державної влади, під реципієнтом – громадян, під повідомленням – інформацію, у засвоєнні якої громадянами зацікавлені органи державної влади. На нашу думку, покладатися на засвоєння такої інформації проблематично, якщо інтереси передавача й реципієнта не збігаються. Отже, необхідно створити умови, за яких ці інтереси будуть максимально зближені.

Мета статті – охарактеризувати інформаційну та комунікативну складові повідомлення, проаналізувати їх потенційні можливості для державної комунікації.

Виклад основного матеріалу. Різноманітні моделі комунікації найчастіше будуються за схемою, яку в загальних рисах можна подати за такими основними складовими: «передавач – повідомлення – отримувач». Наприклад, у моделях К. Шеннона-В. Вівера, Г. Ласвелла, Р. Якобсона, Ю. Лотмана та схожих (за багатьох особливостей авторського підходу названих дослідників) акцент робиться на головній функції комунікації – передачі повідомлення. Іншими словами, у процесі комунікації отримувач здобуває певну інформацію. Принципово схожу схему пропонував ще Арістотель.

Проте існує й інакше розуміння комунікації. Розгляньмо модель, яку розробив Дж. Карей. Дослідник вбачає основними категоріями комунікації такі соціальні цінності, як «участь, товарицькість, братерство, спільна віра. Спілкування... не є актом висилання інформації, а публічним виявом підтримки суспільних переконань» [9].

Тобто комунікація, згідно з вище викладеним, спрямована головним чином не на передачу даних, а на відображення певних настроїв, станів, переконань суспільства. З цього можна зробити припущення, що коли на реципієнта впливати не для того щоб змусити сприйняти інформацію, а насамперед – розділити настрої і переконання передавача, то наступна дія (сприйняття інформації) буде ефективнішою. Це переконливо доведено у дворівневій моделі комунікації П. Лазарсфельда. Дж. Карей назвав свою модель експресивною, або ритуальною. Друге визначення, на нашу думку, точніше характеризує цю модель. Ми розглядатимемо ритуальну модель комунікації з позиції її застосування в процесах державного управління.

Як зазначають дослідники, згідно з цією моделлю «...комунікаційний процес є актом об'єднання людей в одну групу... або підтримання такої єдності... Комунікація – це не стільки процес передачі повідомлень, скільки підтримка спільноти за рахунок утворення й стабілізації соціальних зв'язків» [1, с. 51]. Доволі промовистим прикладом спроби об'єднати різноманітні соціальні групи в єдину спільноту під час передачі повідомлення можна вважати звернення керівництва держави до громадян під час публічних виступів на зразок «народе України», «співвітчизники». Президент В. Ющенко застосовував звертання «любі друзі»; російський президент Б. Єльцин запам'ятався своїм звертанням «росіяни»; радянський правитель Й. Сталін, закликаючи СРСР до опору нацистам, вдався навіть до формули «брати і сестри», експлуатуючи найбільш близькі людині родинні цінності.

Можна стверджувати, що обрання таких форм звертання сприяє виробленню в мас відповідної очікуваної реакції: відчуття того, що й громадянин, і президент – в одній соціальній площині (за рахунок того, що вони набувають подібних характеристик в одній комунікативній площині). На тлі важливих суспільно-політичних подій такі звертання сприймалися як знак єдності влади з народом і сприяли такій єдності.

Ритуальна модель уже у своїй назві вказує на певний формат спілкування, яке в цьому разі відбувається значною мірою лише задля демонстрації готовності спілкуватися, бути учасником комунікації, нічого нового не повідомляючи й не

очікуючи отримати (бо це передбачає наперед заданий ритуал, певна ситуація, церемонія, правила поведінки).

За спостереженнями практиків, «у професійній діяльності до ритуальної моделі спілкування звертаються тоді, коли необхідно: зміцнити й підтримати формальні стосунки у діловому середовищі; забезпечити регуляцію соціальної психіки у великих і малих групах людей; зберегти ритуальні традиції організації, пов'язані з її комунікативною культурою і місією, а також створити нові свята й обряди...» [7]. Серед форм такої комунікативної взаємодії називають урочисті, траурні промови, ритуальні акти й церемонії, свята, посвяти, вшанування.

Усе це повною мірою можна віднести й до комунікацій у державному управлінні. На державному рівні відбуваються події, спрямовані, скажімо, на демонстрацію піклування про дітей (урочисте розрізання стрічки представниками влади на відкритті дошкільного закладу з проголошенням відповідних промов). Такі дії підтримують патерналістську роль держави у свідомості громадян, сприяють зміцненню відносин «влада-суспільство» і у своїй основі мають суто ритуальну наповненість. Саме подібна ритуальна комунікація «має головну суспільну функцію уніфікування й підтримання єдності групи. Її символи використовуються в рекламі й політичній пропаганді, релігії, мистецтві, публічних церемоніях» [9].

Це також відповідає пропозиціям вітчизняних і зарубіжних учених щодо характеристики комунікатора. Е.Гоффман вважає, що комунікатор може виступати аніматором (коли оприлюднює створений кимось текст), автором (тим, хто виклав чийсь думки, оформив їх у текст) і принципалом (тим, чий думки викладаються). Власне, можна вважати, що названі функції (певна річ, застосовувані різною мірою залежно від обставин) якраз і формують комунікатора як такого. Г. Почепцов додає ще одну характеристику – контактер. Ця дія виявляється в процесі так званого «фатичного» спілкування (спілкування ні про що: загальні слова для підтримки бесіди заради бесіди). «Тут промовець, крім того, що він аніматор, є автором і не є автором, бо це більш **ритуальне** (виділено мною. – С. С.) спілкування» [8, с. 62].

У цьому разі особливо помітно, що «контактна функція забезпечує встановлення й підтримку етикетного контакту між людьми» [10].

Отже, ритуальну комунікацію можна охарактеризувати як очікувану, або передбачувану. Зупинимось на можливому значенні такого спілкування в державній комунікації. Найяскравіше ритуальна комунікація виявляється у виступі представника влади із черговою промовою до певної дати чи події. Це, наприклад, присяга, яку дає новообраний президент чи народний депутат під час вступу на посаду. Слова присяги законодавчо визначені, тому незмінні, отже, ніякої новизни не несуть, але ритуально вони необхідні – без виголошення затвердженого тексту не відбудеться легітимізація на посаді. А сам текст складається з положень, спрямованих на утвердження претендентом на посаду патріотизму, братерства, єдності із суспільством. Це можна трактувати також як підтвердження правильного вибору електорату, адже текст присяги спрямований на демонстрацію готовності діяти на благо народу. Кожна інавгураційна промова американських президентів обов'язково містить слова сподівань на те, що у виконанні його місії допомогатиме Бог. У такий спосіб відбувається об'єднання глави держави з виборцями. Значна частина виборців віруюча, тому слова президента сприймаються як підтвердження того, що він – «свій», бо поділяє їх життєві цінності.

Так само (у розрізі ритуальності) можна розглядати привітання керівників органів державної влади і органів місцевого самоврядування з Новим роком, професійними святами, Днем знань тощо. Або звернення керівництва місцевих органів влади і органів місцевого самоврядування до громади в разі виникнення надзвичайних подій, стихійного лиха, коли треба заспокоїти населення, показавши присутність держави у вирішенні проблеми.

У названих ситуаціях реципієнт отримує незначну кількість нової інформації або й не отримує її зовсім. Проте сам факт комунікації переважає наповненість змістом. Звернення влади означає, що вона бере відповідальність, поділяє турботу, і саме цього в подібній ситуації потребує громада. Присутність представника влади у ЗМІ розширює вплив у цьому напрямку. Наприклад, виступ російського президента Б. Єльцина в телестудії Останкіно (березень 1995 р.), коли було вбито відомого журналіста В. Листьєва. Фактично президент нічого нового не сказав, проте звернення було спрямоване на підтримку, співчуття. Можна назвати це так: повідомлення має інформаційну цінність, коли несе нові дані, або має

комунікативну цінність, коли має значення просто його наявність. У першому разі переважає зміст, у другому – важливий сам факт комунікації.

Водночас трактувати комунікативну складову повідомлення лише як демонстрацію комунікації буде помилкою. Будь-яка поява представника органу влади на публіці (навіть із суто ритуальною, формальною метою), оприлюднення тексту виступу і навіть відмова в комунікації сприймаються як повідомлення. Засіб комунікації, на переконання М. Маклюена, – це вже повідомлення. П. Вацлавік, Д. Бівін, Д. Джексон стверджують, що політична комунікація неминуха. (Тут ми пропонуємо вважати політичну та державну комунікацію явищами одного порядку). «Поведінка – це комунікація... як би людина не старалася, вона не може не спілкуватися. Діяльність і бездіяльність, висловлювання чи мовчанка – усе має цінність повідомлення» [2] (тут і далі переклад українською наш. – С. С.). Це за умови, що до функцій політики відносять і забезпечення комунікації [11], отже, політик мусить урахувувати наслідки своїх комунікативних кроків.

Інакше кажучи, учасником комунікації стає той, хто перебуває в межах досяжності (і фізично, і віртуально) реципієнтів, навіть попри його неготовність до спілкування чи відмову від нього. При цьому учасник комунікації може вербально чи невербально показувати своє небажання повідомляти певну інформацію, що само по собі є повідомленням із тим значенням, яке в нього вкладають реципієнти. Тобто в разі відмови, наприклад, урядовця пояснити причини складної ситуації з фінансуванням бюджетної сфери, громадянами це може буде сприйнято як повідомлення зі змістом «державу не турбують проблеми працівників бюджетної сфери», або «не втручайтеся не у свою справу», або з масою інших значень, сконструйованих реципієнтами не в інтересах держави. Одне зі свідчень зацікавленості державної комунікації в ефективному донесенні потрібної їй інформації до суспільства – техніка спін-докторингу, яка дозволяє підготувати реципієнта до сприйняття інформації. Ця техніка важлива також у разі необхідності правильно (з погляду держави) трактувати певну подію. Метою такого трактування може бути в тому числі досягнення єдності.

«Сприймаючи, організовуючи й контролюючи потоки інформації, політична система... здійснює, з урахуванням пануючих ідеологічних настанов, цілеспрямовану взаємодію з іншими соціальними підсистемами...». Політична

комунікація також спрямована на «виявлення перепон для проходження достовірних чи необхідних відомостей» [3, с. 115]. Відштовхуючись від думки, що держава зацікавлена в ефективній комунікації, можна припустити, що виявлення й усунення завад – одне з найважливіших завдань організаторів комуникативного процесу. У цьому разі двокомпонентне розуміння природи повідомлення (інформаційна й комуникативна складові) можуть позитивно вплинути на вирішення завдання ефективної комунікації.

«Будь-яка соціальна система (і політична в тому числі) є продуктом людської взаємодії, заснованого на досягненні взаєморозуміння і злагоди, що стає можливим, насамперед, у результаті комуникативних взаємодій» [4]. В інформаційну епоху серед шляхів досягнення такої взаємодії – активна присутність органів державної влади в інтернеті як один з елементів електронного урядування. І хоча впровадження е-урядування в Україні стикається з низкою проблем, робляться спроби активніше застосувати інтернет-інструментарій. Наприклад, обліковий запис Кабінету Міністрів у Твітері зайняв 4-те місце у світі [12]. Це може свідчити принаймні про можливість ритуальної комунікації засобами ІКТ розширювати коло реципієнтів, у такий спосіб сприяючи ефективності державної комунікації.

Водночас така інтернет-присутність представників влади, політиків, як блоги, свідчить про неготовність їх власників до спілкування. Прикладом може бути дослідження, проведене слухачами Національної академії державного управління при Президентові України. У ході експерименту було обрано 40 державних і політичних діячів, яким через соціальні мережі спрямовано запитання. Відповідь надіслали лише 9 з них (22 %). Це може свідчити про небажання значної частини суб'єктів державної і політичної комунікації налагоджувати взаємовідносини із суспільством «на рівних», як передбачають соціальні мережі. Відповідно категорії довіри, взаєморозуміння, патріотизму в цих блогах не стоять на першому місці.

Висновки. Не применшуючи значення інформаційної складової повідомлення, яке створюється заради донесення інформації, водночас важливо звертати увагу на комуникативну складову. Ми трактуємо комуникативну складову повідомлення як компонент, який сприяє, по-перше, сприйняттю інформації реципієнтами (представляючи її в системі спільних цінностей), і, по-друге, організовуючи й

налаштовуючи розуміння цих цінностей. Можна припустити, що в ідеалі повідомлення повинно мати дві складові, пропорції яких залежать від кожного конкретного випадку комунікативної взаємодії. Активніше застосовуючи ритуальну модель, державна комунікація могла б впливати на реципієнтів з більшим успіхом. Подальші дослідження в цьому напрямі допомогли б розробити конкретні технології вживання комунікативної ритуальної взаємодії у розрізі державного управління.

Вбачається, що інформаційна й комунікативна складові повідомлення потребують вивчення передусім з погляду їх співвідношення. Наприклад, за яких умов комунікація потребує переваги одного складника над іншим, як визначити основний складник. Також необхідно дослідити ефективність форм комунікації, в яких основне місце займає комунікативна складова.

Список використаних джерел

1. **Бутиріна М. В.** Функціональність стереотипів в контексті масово-комунікаційної практики / М. В. Бутиріна // Наук. зап. ін-ту журналістики : наук. зб. КНУ ім. Тараса Шевченка. – 2009. – Т. 34.
2. **Вацлавик П.** Прагматика человеческих коммуникаций: Изучение паттернов, патологий и парадоксов взаимодействия / П. Вацлавик, Д. Бивин, Д. Джексон. – М. : Апрель-пресс ; ЭКСМО Пресс, 2000. – 320 с.
3. **Грачев М. Н.** Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития / М. Н. Грачев. – М. : Прометей, 2004. – 328 с.
4. **Громова Т. Н.** Государственная коммуникация: теоретическая модель и региональная практика / Т. Н. Громова // Теория коммуникации & прикладная коммуникация : вестн. Рос. коммуникативной ассоциации. – 2002. – № 1. – С. 43 – 52.
5. **Драгомирецька Н.** Модель комунікації менеджменту в діяльності державного службовця / Н. Драгомирецька // Вісн. Нац. акад. держ. упр. при Президентіві України : наук. журн. – 2006. – № 1. – С. 115 – 122.
6. **Комунікативна** політика в органах державної влади : [метод. реком. для самост. роб. / уклад.: Т.Джиги, А.Баровська]. – К. :НАДУ, 2007.

7. **Модели** общения. – Режим доступа : URL: <http://psyera.ru/modeli-obshcheniya-1676.htm>.
8. **Почепцов Г. Г.** Соціальний інжиніринг: соціо- і психотехніки управління великими масами людей / Г. Г. Почепцов. – К. : Альтерпрес, 2010. – 254 с.
9. **Різун В.** Природа й структура комунікативного процесу // Електронна бібліотека інституту журналістики : [сайт] / В. Різун ; Ін-т журналістики Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка. – Режим доступу : URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2>.
10. **Соколов А. В.** Общая теория социальной коммуникации / А. В. Соколов. – Режим доступа : URL: <http://www.evartist.narod.ru/text16/076.htm>.
11. **Соловьев А. И.** Политология: Политическая теория, политические технологии : учебник для студентов вузов / А. И. Соловьев. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 559 с.
12. **Украинский** Кабмин – в мировых лидерах по числу постов в Twitter. – Режим доступа : URL:<http://biz.liga.net/all/it/novosti/2552831-ukrainskiy-kabmin-v-mirovykh-liderakh-po-chislu-postov-v-twitter.htm>.