

## МОДЕЛЮВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ

**Постановка проблеми.** Проблема модернізації державної комунікативної політики на сучасному етапі розвитку українського суспільства є надзвичайно актуальною. Увага до цієї теми прикута не тільки фахівців, науковців, управлінців та політиків, а й широкого громадського загалу, оскільки сучасне трактування завдань і задач державної комунікативної політики тією чи іншою мірою стосується інтересів кожного громадянина.

Ефективність державної комунікативної політики сприяє формуванню, реалізації та адаптації до нових умов системи інформаційних відносин у суспільстві та, з урахуванням розвитку новітніх інформаційно-комунікативних технологій також перебуває у безперервному трансформаційному процесі. Водночас, потрібно відзначити, що з огляду на існування певних об'єктивних (складність регламентних та законодавчих процедур) та суб'єктивних (громіздкість державно-управлінського апарату, надмірна бюрократизація) причин, часто розвиток державної комунікативної політики не встигає за розвитком інформаційно-комунікативних технологій.

В цьому аспекті Г. Почепцов зазначив, що "державна – це комунікація. І суспільство – це теж комунікація. Тому будь-які комунікаційні зміни в свою чергу змінюють і державу, і суспільство. Деякі держави не витримують цих змін. Але ... комунікація все одно буде тягнути держави і суспільство в новий стан" [11, с. 462].

Актуальність дослідження зумовлюється синергетичними процесами медіатизації суспільства, що відбуваються у глобальному інформаційному просторі, та які динамічно змінюють не тільки існуючі форми і принципи комунікативних відносин, але й пов'язані з ними технології, принципи утворення, поширення і споживання інформаційної продукції тощо. Технологічна складова комунікативних процесів нерозривно пов'язана з соціальною та психологічною, оскільки саме в ході міжособистісних комунікацій людини з державними службовцями, в ході масових комунікацій держави, її органів та суспільства (і в їх результаті!) формується той чи інший рівень довіри громадян до влади, готовності суспільства підтримати дії публічної влади або виступити з протестом. Очевидно, що саме сьогодні на перший план виходить комунікація, яка є тим містком, що поєднує провалля між мікрорівнем індивідуума та макрорівнем політичної системи.

**Метою статті** є дослідження інституційних та методологічних аспектів формування й реалізації державної комунікативної політики в Україні, що потребує її диференціацію принаймні на три складові.

По-перше, необхідно розглянути теоретичні засади проблематики, коріння яких лежить у площині соціологічних, філософських та державно-управлінських досліджень ХХ сторіччя, та їх переформування з урахуванням ролі новітніх інформаційних технологій у відносинах між державними органами, засобами масової комунікації та індивідуумом.

По-друге, необхідно розглянути проблематику сучасного розуміння таких концептів як "право на інформацію", "дифузія інновацій", "пасивний/активний доступ до інформації".



**РАДЧЕНКО  
Олександр  
Віталійович,**

доктор наук з державного управління, професор, заступник директора Інституту проблем державного управління та місцевого самоврядування Національної академії державного управління при Президентові України, м. Київ.

**Анотація:** досліджуються інституційні та методологічні аспекти формування та реалізації державної комунікативної політики в Україні. Доводиться, що в ході та в результаті комунікацій людини з державними службовцями, державними органами формується той чи інший рівень довіри громадян до влади, готовності суспільства підтримати дії публічної влади або виступити з протестом. Пропонується трирівнева модель інформаційно-комунікативної взаємодії держави та суспільства.

**Ключові слова:** комунікація, канал комунікації, дифузія інновацій, державна комунікативна політика, довіра.

УДК 070.054

По-третє, визначити роль традиційних механізмів комунікації в сучасному світі, причини й наслідки дефіциту безпосередніх комунікацій та суспільної підтримки в системі "людина – держава" та дослідити, чи справді комунікативні відносини – основа розвитку якісно нових суспільно-політичних відносин.

На нашу думку, причини недостатнього дослідження порушеної проблематики криються у складній міжсуб'єктній природі практики комунікативних відносин, їх розмаїтті й багатоманітності та перманентних динамічних змінах соціетального простору, у якому вони відбуваються. Тому ефективне державотворення 21-го століття вимагає особливої уваги науковців та політиків до обґрунтування й розбудови сучасних комунікаційних механізмів взаємодії держави і громадянського суспільства, адже, як зазначає професор Каліфорнійського університету в Берклі М. Кастельє стверджує, що в умовах, які постійно змінюються найбільш успішно функціонує той державний організм, в нетрях якого інформація циркулює швидко і безперешкодно. Навпаки, та держава, в якій інформаційні канали цілеспрямовано перекриваються, в епоху глобальної інформатизації просто нежиттєздатна [7, с. 12].

Існування зв'язку визначеної теми із науковими та практичними завданнями, які сьогодні стоять перед політичною, управлінською та науковою елітою України засвідчується тісною кореляцією порушеної у статті проблемою із завданнями, визначеними концепцією суспільної еволюції, яка протягом останнього сторіччя розроблялась представниками західної соціологічної школи. Зокрема в рамках даної концепції визначається, що суспільний розвиток – це форма послідовного руху від родового (архаїчного) суспільства через традиційне (державно-організоване) й модерне (капіталістичне) до постмодерного (інформаційного) суспільства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій** показує, що за останнє півсторіччя спектр досліджень законів формування, розвитку та поширення масової інформації суттєво розширився. Відповідно до типології, запропонованої Денісом Маккваселом у роботі „Теорія масової комунікації” розповсюдження інформації залежить від діяльності ЗМІ, під час якої відбуваються інституційні зміни, які є результатами пристосування існуючих суспільних інститутів до етапів розвитку мас-медіа [18].

Роль засобів масової комунікації у суспільстві досліджувалась представниками франкфуртської школи Т. Адорно і Г. Маркузе. В працях Е. Тофлера демонструється еволюція феномену масової інформації в індустріальному, постіндустріальному та інформаційному суспільстві. Серед найвідоміших дослідників впливу інформаційно-комунікативних відносин як соціального-культурного феномена поряд зі згаданим вище канадським вченим Д. Маккваселом варто виділити також його співвітчизника Г. Інїса. Інформаційно-комунікативну новітньої взаємодії публічної влади та ЗМІ дослідив Дж. Куррейн [19].

Засновник деконструктивізму (переосмислення) Ж. Дерріда заважив, що враховуючи те, що на всіх етапах свого розвитку будь-яке суспільство розділялось на правлячу меншість та керовану більшість, можна виокремити одну сталу закономірність – різниця між соціальними прошарками полягала не тільки у матеріальних статках, доступом до суспільних благ та наявності певних владних



**БУХАТИЙ  
Олександр  
Євгенович,**

кандидат наук з державного управління, завідуючий відділу забезпечення зв'язків з органами державної влади Адміністрації Президента України, м. Київ.

***Анотація:** досліджуються інституційні та методологічні аспекти формування та реалізації державної комунікативної політики в Україні. Доводиться, що в ході та в результаті комунікацій людини з державними службовцями, державними органами формується той чи інший рівень довіри громадян до влади, готовності суспільства підтримати дії публічної влади або виступити з протестом. Пропонується трирівнева модель інформаційно-комунікативної взаємодії держави та суспільства.*

**Ключові слова:** комунікація, канал комунікації, дифузія інновацій, державна комунікативна політика, довіра.

УДК 070.054

повноважень [6]. Насамперед ця відмінність полягала в тому, що формування правлячої еліти завжди супроводжувалось процесами управління потоками "офіційної інформації", яка здійснює або може здійснювати вплив на розвиток суспільства, певною соціальною групою та створення перешкод і обмежень для доступу до цієї інформації іншим.

Водночас аналіз наукових праць змушує зробити висновок про існування невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується означена стаття, наявність різночитань та неузгодженостей щодо визначення певної ідеалізованої державної комунікативної політики, оскільки державне управління в епоху глобалізації набуває розмитих обрисів і, як суб'єкт суспільних відносин, набуває ірраціональних рис. Відтак комунікативні відносини, яким би не був її зміст: політичним, освітнім чи культурним, все-таки зобов'язані утримувати суспільство під контролем держави в ситуації, коли суспільство також прагне контролювати державу. Специфіка комунікативної функції мас-медіа (або ж ЗМК), перш за все, є цементуючою ланкою, що об'єднує суспільство навколо певної мети соціального розвитку.

**Виклад основного матеріалу.** Історія людської цивілізації є історією інформаційного прогресу, який за порівняно короткий період еволюції комунікативних відносин створив все те, що ми пов'язуємо з невід'ємними рисами сучасної системи державного управління. Його розвиток нерозривно поєднаний з процесами створення, пошуку, накопичення, збереження та поширення інформації.

Свого часу М. Кастельс зазначивши, що класичне есе Макса Вебера "Протестантська етика і дух капіталізму" (1904-1905) залишається методологічним каменем спотикання будь-яких теоретичних спроб охопити сутність культурно-інституціональних трансформацій, які в історії проголошують нову парадигму будь-якої економічної організації, наприкінці 1990-х років у праці "Інформаційна епоха: економіка, суспільство і культура" запропонував до розгляду нову конфігурацію "дух інформаціоналізму" [7]. Перефразовуючи цю тезу сьогодні ми вважаємо за доцільне розглянути конструкт – "дух комунікативізму".

У сучасному демократичному суспільстві свобода комунікації має презумпцію первинності. Свобода комунікації є найважливішою передумовою функціонування демократії: тільки за умови вільного доступу громадян до інформації, вони можуть сформулювати свою особисту думку і обґрунтувати її; тільки за цієї умови вони можуть вчиняти дії, які відповідають демократичним принципам, зокрема під час виборів [9, с. 2]. Право на інформацію – це право особистості на комунікацію – тобто вираження своєї індивідуальності у суспільстві, яке є одним з найважливіших прав людини. Можна розрізнити щонайменше три аспекти сучасних інформаційно-комунікативних відносин:

- ідеологічний – створення, поширення та закріплення в масовій свідомості певних ціннісних настанов, послань-меседжів, пояснень та обґрунтувань політичних рішень і дій влади;
- інформаційний – процеси обміну інформацією між учасниками комунікативних відносин;
- технологічний – регулювання техніко-технологічних процесів розвитку різних сегментів інформаційної сфери.

При цьому держава в усі історичні часи виступала головним суб'єктом інформаційно-комунікативних відносин та формувала відповідну політику. Об'єктами державної комунікативної політики є засоби масової інформації, засоби комунікації, інформаційні відносини, законодавство про інформацію, інформаційна безпека.

Н. Луман у праці „Медіа комунікації” зазначає, що для „визначення ступеню і наслідків впливу символічно генералізованих медіа на сучасне суспільство і його подальшу еволюцію, необхідно враховувати не тільки нерівномірність їх власного розвитку [8, с. 256]”. Сучасні дослідники інформаційно-комунікативних відносин заохочують увагу на функції соціальної взаємодії, суть якої полягає у створенні для

індивідуума особливого середовища гіперреальності, похідною від якої є відхід від реальності, що дозволяє споживачам медіа-продукції отримати задоволення у віртуальному медіа-просторі, який за сучасних умов набув глобальних розмірів.

Один з авторів теорії біхевіоралізму Гарольд Лассуел, досліджуючи залежність поведінки, вчинків та дії окремих індивідуумів від політичного устрою виокремив функцію ЗМК щодо передачі соціальних норм і установок новим поколінням споживачів інформації.

Державну комунікативну політику потрібно розглядати як інструмент політичної дії і засіб досягнення політичних цілей: суб'єкти комунікативної політики здатні за допомогою інформації здійснювати вплив на формування громадської думки, поведінку індивідуума, як в інтересах держави і суспільства, так і в власних інтересах окремого індивідуума.

Оцінюючи сучасний рівень державної комунікаційної політики в Україні, доводиться констатувати той факт, що вона не просто є далекою від оптимальної, але і програє сучасним системам розвинутих країн.

Ефективна система комунікативних відносин в ідеальному варіанті вирішує два найважливіші завдання державної політики. На міжнародному рівні вона сприяє формуванню позитивного іміджу держави і є запорукою інформаційної безпеки держави в умовах побудови інформаційного суспільства та ризиків виникнення війн інформаційного характеру. На внутрішньодержавному рівні вона забезпечує необхідний рівень довіри громадян (й похідної від довіри суспільної підтримки дій влади) та є запорукою ефективності державного управління, прийняття оптимальних управлінських рішень та встановлення зворотного зв'язку з громадськістю.

Загалом, різним етапам цивілізаційного розвитку суспільства характерні певні уявлення про інформаційно-комунікаційну спрямованість діяльності суб'єктів владних повноважень, яка має безперервний та, по суті, нескінчений характер. Тому інформаційно-комунікативна функція знаходиться у стані постійного розвитку, удосконалення та прогресивного або ж навпаки регресивного розвитку.

Очевидно, що об'єктом комунікативної функції держави є не весь обсяг інформації у її просторово-часовому та ціннісному вимірі, а переважно офіційна інформація, яка становить суспільний інтерес та здатна здійснювати вплив на розвиток окремого індивідуума, суспільства в цілому або ж певних соціальних груп зокрема.

Сфера сучасних ЗМК зайняла місце політичного і соціального несвідомого, у продукуванні якого до цього вели першість тоталітарні режими, а тому перехід до сучасних основ інформаційного суспільства виявляється природно пов'язаним зі спротивом всіх традиційних інститутів етатизму.

Прикметною особливістю сучасного глобалізованого світу є неможливість проведення чіткої межі між економічними процесами, з одного боку, та політичними, суспільними і культурними – з іншого.

Для будь-якого сучасного суспільства, яке знаходиться в умовах кардинальних змін засобів виробництва, світогляду людей, міждержавних, культурних та суспільних відносин визначальним чинником стає саме рівень можливості доступу до глобального інформаційного простору, який все більше впливає на економіку, політику та національну безпеку.

Очевидно, що встановлення зворотного зв'язку між державною владою та ЗМК впливає на якість передачі інформації аудиторії, адже точні уявлення органа управління про об'єкт управління, причому не лише принципове, „взагалі і в цілому”, але і деталізоване, оперативне, пов'язане з конкретною ситуацією, є невід'ємним елементом і умовою ефективного управління. Під впливом сучасних ЗМК технологія державного управління змінює свій характер: державний примус, що, з одного боку, трансформується у форму експертного управління суспільством, з іншого – перетворюється на різновид епізодичної комунікації, заснованої на політичному виборі індивідуума.



За передбаченнями канадського вченого Г. Маклюгена у свідомості "нової племінної людини" панує міф, а за допомогою мас-медіа можна утримувати під контролем цілі культури. Справді, ще ніколи в історії людства інформаційні аспекти не мали такого всеохоплюючого впливу на життя суспільства, політику, а також культурної індустрії в цілому. І навпаки, політика і культура стають своєрідною „економікою”, де мода – це квінтесенція союзу культури та економіки, яка диктує світові віртуальні та технічні інновації, зміни в ідеології та історії народів, класів, спільнот [19].

Сьогодні масові комунікації дозволяють уявити нову глобальну спільноту, а отже, по-новому відродити ідею космополітизму, що в середині ХХ сторіччя лякала уяву лише публіки. Безперечно, що у сьогоднішньому глобалізованому світі нехай навіть із забарвленням деякого негативу, але ця ідея ввійшла в життя мільйонів індивідуумів. Як зазначають автори ґрунтовного дослідження сучасного стану взаємодії суспільства та медіа у книзі "Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology" сучасні ЗМК варто розглядати не тільки як "джерела" у комунікативних процесах, а й як "зворотні потоки інформації" [20] і це, в свою чергу, не може не викликати інтерес до функціонування цього суспільно значущого інституту. Сьогодні нові технології, які забезпечують адресність, надають аудиторії право вибору. Але, в супереч очікуванням, багатоманітність суб'єктів інформаційної діяльності може призвести не до зменшення, а до зростання кількості закликів до втручання органів державної влади у сферу масової інформації заради збереження певного суспільного простору.

За великим рахунком, інформація не може існувати без здійснення комунікації між індивідуумами. Інформація і комунікація є поняттями взаємопов'язаними і взаємообумовленими. У науковій літературі, як вітчизняній так і зарубіжній, існує значна кількість визначень понять „комунікація”. Це своєрідний феномен, який знаходиться у фокусі процесів як в області фундаментальних, так і соціальних наук, які інтегрують ці процеси через повідомлення.

Н. Луман наголошував на особливому характері людських відносини, які є принципово неможливими без комунікації. Тому теорія комунікації не може обмежитись вивченням лише конкретних сфер суспільного життя або окремих видів комунікацій.

Можливості сучасної державної комунікативної політики досить широкі. Від ефективності реалізації основних її засад залежить рівень довіри та толерантності до влади, рівень технологічної оснащеності органів влади і управління, рівень розвитку і впровадження інформаційно-комунікативних технологій у державі, який також є індикатором готовності переходу до моделі інформаційного суспільства.

Варто зазначити, що незважаючи на те, що питання налагодження комунікації між органами державної влади, органами місцевого самоврядування, засобами масової комунікації і громадськістю частково регулюється Законами України "Про інформацію", "Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації", "Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007 - 2015 роки", "Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності", "Про звернення громадян", "Про місцеве самоврядування в Україні" українське законодавство не дає визначення поняттю "державна комунікативна політика". Водночас аналіз зазначених законів свідчать про те, що рівень правового врегулювання питання налагодження комунікації між органами державної влади, органами місцевого самоврядування, засобами масової комунікації і громадськістю не повною мірою відповідає рівню розвитку українського суспільства та світовим тенденціям.

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 13 січня 2010 року № 85 схвалено Концепцію проекту Закону України "Про основні засади державної комунікативної політики". Зазначеним актом доручалося Міністерству юстиції України разом із зацікавленими центральними органами виконавчої влади розробити і подати до 1 червня 2010 р. на розгляд Уряду проект Закону України "Про основні засади державної комунікативної політики".

До сьогодні це завдання не виконано.

У розробці авторських пропозицій щодо вдосконалення інформаційно-комунікативної політики української держави ми спиралися на попередні теоретичні розробки Жана-Габрієля Тарда (який у праці "Законои імітації" визначив, що суспільна поведінка є нічим іншим як соціальним наслідуванням – "la socite, c'est l'imitation") та Еверетта М. Роджерса (який у монографії "Дифузія інновацій" визначив певні закономірності "розуміння, сприйняття та поширення" нової інформації). Так, головними закономірностями цих процесів Роджерс визначив такі три:

- 1) наявність інформації, яка містить інновацію;
- 2) можливість отримання інформації і передачі її від індивідуума до індивідуума, тобто наявність спільноти або соціального простору;
- 3) поширення інформації за певний часовий проміжок [13, с. 30-31].

На переконання Е. Роджерса, дифузія інновацій – це процес, за посередництвом якого певна інформація передається комунікаційними каналами між членами соціальної системи та соціальними системами у соціальному просторі та часі. Причому домінуюча роль належить так званім "лідерам суспільної думки" – комунікативно активним індивідуумам, які спроможні не тільки позитивно сприймати інформацію, а й сприяти її поширенню у суспільства. Д. Андреев звертає увагу на досить характерну рису, притаманну саме "лідерами суспільної думки" – незважаючи на розчарування моральними якостями або діями окремих політичних і державних діячів, що працюють в системі влади, у них яскраво виражена наявність позитивного відношення до уряду і державної політики [1].

Безперечно, комунікативна активність, як важливий елемент соціалізації сучасного індивідуума, пов'язана з його соціальною природою. Рівень комунікативної активності здатен об'єктивно відображати готовність переходу до моделі інформаційного суспільства. В іншому випадку, стрімкий розвиток технологій та інформаційної модернізації сучасного українського суспільства, які проголошені органами влади, буде неефективною, і в остаточному результаті – даремною.

Якщо узагальнити зазначене у формі висновків щодо державної комунікативної політики, то можна зробити висновок, що остання являє собою систему комунікативних дій органів публічної влади, урядовців, політиків, державних службовців з метою інформаційного впливу на формування сприятливої громадської думки та забезпечення необхідного рівня суспільної довіри й підтримки рішень та дій влади. Крім того в центрі уваги державної комунікативної політики:

- привернення уваги до нагальних суспільних проблем, особистостей, організацій та громадських рухів;
- забезпечення участі громадськості у підготовці проектів управлінських рішень, прийнятих суб'єктами владних повноважень;
- зворотній контроль за виконанням зазначених управлінських рішень.

Аналіз формування та здійснення державної комунікативної політики в Україні свідчить, що вона базується переважно на примітивному одноканальному (у розумінні типології інформаційних каналів) переважно односторонньому інформуванні населення брифінгового характеру (коли суспільство отримуючи інформацію від влади не має безпосередньої можливості задати представникам влади виникаючі питання відносно даного дискурсу). Це застаріла модель інформаційно-комунікативних відносин, яка застосовувалася ще в Радянському Союзі.

Ми пропонуємо перейти до більш ефективної сучасної моделі, що враховує перебудову комунікативного простору держави в умовах інформаційного суспільства, зокрема містить такі принципові інновації як "фільтр довіри" та "ціннісний фільтр каналу комунікації" (Рис. 1.)

В сучасних умовах абсолютна більшість інформаційних повідомлень-меседжів держави та її органів не передається каналом безпосереднього спілкування державного речника та громадянина як споживача інформації.

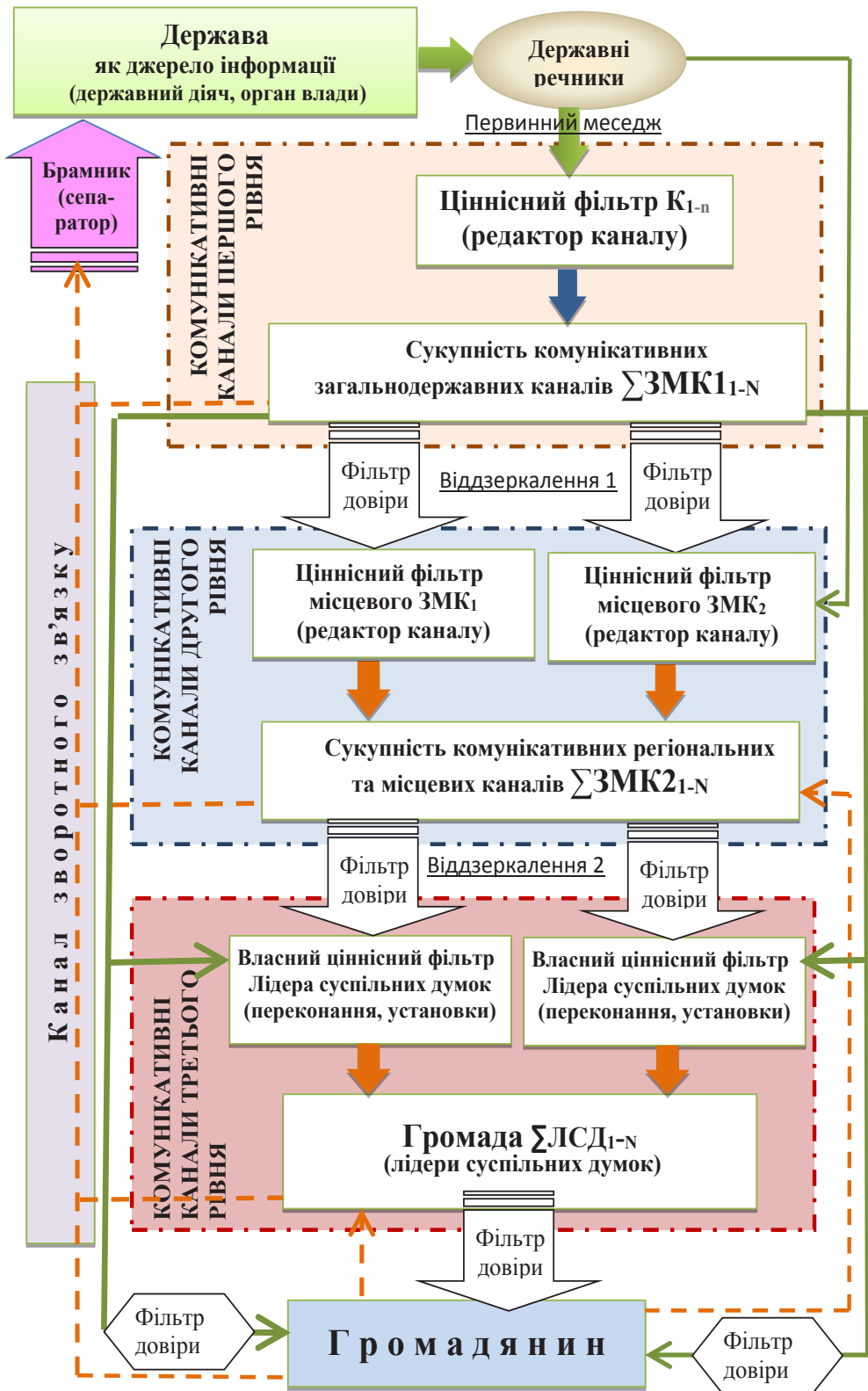


Рис. 1. Трирівнева модель інформаційно-комунікативної взаємодії у трикутнику "Держава – Засоби масової комунікації – Громадянин"

На наше переконання цей процес відбувається на трьох ієрархічних рівнях. Тому розглядаючи запропоновану модель проходження офіційної інформації та інформаційних повідомлень держави (що здійснюється "державними речниками" – високопосадовцями, політиками, їх прес-секретарями, що висловлюють офіційну позицію влади) до реципієнта-громадянина, бажаним результатом ми визначаємо формування позитивного її сприйняття індивідуумом та забезпечення "невідфільтрованого" зворотного зв'язку.

Основними акторами першого (загальнодержавного) рівня інформаційно-комунікативної взаємодії є держава та її центральні органи, уособлені сукупністю державних речників та сукупність (від 1 до N) комунікативних каналів першого рівня (до якої ми відносимо множину центральних ЗМК – традиційних засобів масової інформації, інформгентств та Інтернет-ресурсів загальнодержавної сфери розповсюдження ( $\Sigma$ ЗМК11-N), які отримують інформацію безпосередньо від державних речників у вигляді первинного меседжу – ідеї, думки, плану дій, які держава хоче донести до громадянина й найменш викривленій формі).

Характерними особливостями комунікативної взаємодії на рівні комунікативних каналів першого порядку є:

- широкий спектр використання можливих форм взаємодії влади та ЗМК як в інституційному плані, так і в неформалізованому (правова, адміністративна, економічна, персоналізована тощо взаємодія);
- безпосередність спілкування державних речників з представниками ЗМК;
- відносна адресність отримувачів офіційної інформації (як правило, акредитовані журналісти);
- тісні взаємозв'язки власників ЗМК та державної влади (як в позитивному плані – "провладні ЗМІ", так і негативному – "опозиційні ЗМІ");
- наявність у центральних ЗМК власних джерел неофіційної інформації всередині органів державної влади внаслідок чого – більша поінформованість щодо процесів та рішень в державному управлінні.

Основними акторами другого (місцевого) рівня інформаційно-комунікативної взаємодії є регіональні органи публічної влади (що виступають ретрансляторами офіційної інформації держави), комунікативні канали першого рівня та власне сукупність (від 1 до N) комунікативних каналів другого рівня (до якої ми відносимо множину регіональних та місцевих ЗМК – традиційних засобів масової інформації та Інтернет-ресурсів локальної сфери розповсюдження ( $\Sigma$ ЗМК21-N), які отримують інформацію як від ЗМК першого рівня у вигляді власного віддзеркалення первинної офіційної інформації (віддзеркалення 1), так і від ретрансляторів офіційної інформації держави у вигляді первинного меседжу).

Характерними особливостями інформаційно-комунікативної взаємодії на рівні комунікативних каналів другого порядку є:

- відсутність безпосереднього спілкування ЗМК з державними речниками та незначне спілкування з ретрансляторами державної думки та, внаслідок цього – безадресність отримувачів офіційної інформації;
- хаотичний характер впливу та форм взаємодії влади та ЗМК (від повного контролю ЗМК місцевою владою з можливістю цензурування газети до фактичної незалежності ЗМК від місцевої влади);
- значно більший рівень довіри громадян (за комунікативні канали першого рівня);
- відсутність у місцевих ЗМК можливості мати власну "невідфільтровану" комунікативними посередниками інформацію щодо процесів та рішень в державному управлінні.

Комунікативні канали третього рівня принципово відрізняються від попередніх тим, що вони не є інституціоналізованими у вигляді тих чи інших засобів масової комунікації, а являють собою певне індивідуалізоване середовище еліти громадянського суспільства, оскільки основними акторами третього (міжособистого) рівня є так звані лідери суспільної думки (окремі пасіонарні громадяни), які отримуючи від-



дзеркалену інформацію від каналів першого та другого порядку формують ставлення до неї пересічного індивідуума.

Характерними особливостями інформаційно-комунікативної взаємодії на рівні комунікативних каналів третього порядку є:

– абсолютна відсутність безпосереднього спілкування з державними речниками або ретрансляторами державної думки та, як наслідок – максимальна незалежність від центральної та місцевої влади;

– максимальний рівень довіри пересічних громадян;

– схильність до критичного сприйняття будь якої "відфільтрованої" комунікативними посередниками інформації щодо процесів та рішень в державному управлінні та до формування власної точки зору з кожного нагального суспільно-політичного питання.

Як саме пройде інформація кожним каналом масової комунікації залежить, насамперед, від ціннісного фільтра каналу, уособленого на першому та другому рівнях Головним редактором, що покликаний жорстко проводити ціннісну політику даного каналу, узгоджену з його власниками.

Саме ціннісний фільтр каналу є визначальним на першому – загальнодержавному рівні інформаційно-комунікативної взаємодії.

Провладні канали при цьому забезпечать максимально наближене до первинного меседжу віддзеркалення інформації на шпальтах власних видань.

Опозиційні канали первинну інформацію піддають жорсткокритичному аналізу й намагатимуться або знайти (й віддзеркалити) можливі недоліки, прорахунки та слабкі місця державного меседжу, або й взагалі викривити його.

Таким чином, пройшовши ціннісний фільтр комунікативних каналів першого рівня, інформація від державних речників буде більшою чи меншою мірою відкоригована й надалі на широкий загал піде вже у вигляді "віддзеркалення 1". Причому розповсюдження цієї інформації відбувається на громадську аудиторію (невизначене коло осіб), а також на комунікативні канали другого рівня – засоби масової комунікації місцевої сфери розповсюдження. Проходження офіційної інформації та трансформації її сенсів відбувається через відповідний "Ціннісний фільтр К2-п (редактор каналу)".

Комунікативні канали другого порядку, отримуючи офіційну інформацію від першоджерел–речників, крім того отримують її також з комунікативних каналів першого рівня. На цьому рівні інформаційно-комунікативної взаємодії її характер визначається одночасно як ціннісними фільтрами окремих каналів, так і фільтром довіри до джерела отриманої інформації, адже психологам добре відомо, що недовіра до джерела інформації автоматично переходить в недовіру до змісту самої інформації. Між тим загальновідомо, що місцеві ЗМІ користуються більшою довірою громадян, насамперед, лідерів суспільної думки, аніж центральні загальнодержавні.

Відтак для українського суспільства, незважаючи на стрімкі темпи розвитку новітніх інформаційно-комунікативних технологій, найбільш ефективним і дієвим засобом комунікативного зв'язку досі залишаються традиційні мас-медіа, які забезпечують зворотні зв'язки:

– по-перше, між невизначеним колом осіб, яке формує аудиторію, на яку розрахована "відфільтрована" офіційна інформація;

– по-друге, між аудиторією та засобами масової інформації;

– по-третє, між аудиторією та державою;

– по-четверте, між державою та традиційними мас-медіа.

В цьому полягає принципова відмінність функціонування комунікативних каналів другого рівня. Засоби масової інформації місцевої сфери розповсюдження та Інтернет-ресурси за рахунок більшої довіри цільової групи населення здійснюють більш ефективний медіа-вплив на певні соціальні групи, насамперед на комунікативно активних індивідуумів, які є лідерами суспільної думки.

Комунікативні канали другого порядку, отримуючи певний "інформаційний мікс" у вигляді як повідомлень місцевих високопосадовців-ретрансляторів державної думки, так і різноманітних "віддзеркалень 1-го рівня", остаточно дефрагментують інформаційний контент внаслідок пропускання інформаційного потоку через власні фільтри довіри та ціннісні фільтри редактора. В результаті до суспільства інформація, що викликає найбільший рівень інституційної довіри (до джерела та власне повідомлення) доходить вже у вигляді "віддзеркалення 2-го рівня", яке може значним чином відрізнятись від первинного державного меседжу та надходити у великій кількості різноманітних трактувань, що може викликати "ефект спаму".

Але й така інформація все ще не є справжнім джерелом формування власної думки пересічного громадянина, який за даними соціальних психологів (внаслідок ефекту "спіралі мовчання" Е. Ноель-Нойман [10]), не схильний брати на себе відповідальність щодо формування власної політичної позиції, а віддає перевагу приєднанню до точки зору лідерів суспільної думки. У свою чергу, власна точка зору лідерів суспільної думки складається внаслідок проходження дефрагментованого інформаційного контенту через власний "Ціннісний фільтр ЛСД1-N".

Обов'язковими елементами комунікативної активності лідера суспільної думки є здатність та вміння знаходити і поширювати інформацію за допомогою різних джерел: офіційних ресурсів, преси, телерадіомовлення, Інтернет, а також вміння її ефективно використовувати. Важливим аспектом є володіння основами аналітичної обробки інформації, що передбачає вміння працювати з різною інформацією та її джерелами.

Зазначимо, що хоча пересічний індивідуум і отримує певний масив офіційної інформації і через комунікативні канали першого та другого рівня, проте внаслідок низького рівня довіри до цих каналів їх безпосередня ефективність значно поступається ефективності безпосереднього спілкування громадян з лідерами суспільної думки, точка зору яких або безапеляційно приймається як власна (в разі особистої довіри індивідуума даному лідеру суспільної думки), або ж категорично відкидається громадянином (в разі особистої недовіри до лідера суспільної думки).

Не випадково Джеймс Куррейн відзначає серед ключових тенденцій розвитку сучасного інформаційно-комунікативного простору: все більшу медіатизацію публічної політики, посилення взаємодії між ЗМІ і суспільством, наростання впливу інноваційних медіа та Інтернету, фокусування новітніх засобів масової комунікації, насамперед, електронних на значно більш акцентованій адресності доставки інформації (аж до технологічної персоналізації, коли комп'ютер на підставі аналізу ваших звернень до пошукової системи самостійно визначає ваші інформаційні інтереси і при наступному включенні вже пропонує новини на цю апаратно визначену тему) [17].

Саме тому для швидкого й ефективного реформування всієї системи владних відносин та державного управління, проголошених Президентом України Петром Порошенком [16], держава має вибудовувати свою нову комунікаційну стратегію не на домінуванні інформування комунікаційних каналів першого рівня (як це відбувається зараз), а на посиленні комунікативно-інформаційної взаємодії з каналами другого рівня та персоналіфіковано з лідерами суспільної думки.

Важливим елементом процесу комунікації є те, що в ідеальному варіанті утворюються канали зворотного зв'язку, яким до держави як джерела офіційної інформації надходять відомості про сприйняття її множиною  $\sum \text{ЗМК1-N}$  (загальнодержавних) та  $\sum \text{ЗМК21-N}$  (місцевих), а також від лідерів суспільної думки та індивідуумів (в порядку реалізації Закону України "Про звернення громадян", публікацій листів читачів газет, виступів в ході громадських обговорень, "круглих столів" тощо). Наявність та дієвість таких каналів зворотного зв'язку надає можливості коригування первинного меседжу держави в разі його несприйняття широким суспільним загалом, отже – можливості для підвищення ефективності та дієвості державної політики в цілому.

Проте в українських умовах цей принципово важливий з точки зору демократичності та ефективності формування й реалізації державної інформаційно-комунікативної політики інструмент також не працює, оскільки до джерела формування державної думки (Президента, Прем'єр-Міністра керівника центрального органу державної влади тощо) зворотна інформація від суспільства надходить не в "чистому вигляді", а через ще один фільтр – "брамника, або сепаратора" – радника чи представника прес-служби державного діяча, які ретельно відфільтровують отримувану інформацію і подають на стіл "патрону" дайджест з урахуванням або ж власних політичних інтересів та оцінок, або ж з урахуванням психологічного сприйняття державним діячем інформації (так, відомо, що Віктор Ющенко дуже не любив негативних повідомлень, тому їх намагалися не включати в документи для прочитання президентом).

Для порівняння: у США на стіл Президента щоденно надходить три альтернативних доповіді про останні події в країні та світі – від трьох конкуруючих між собою в інформаційному плані інституцій (ЦРУ, ФБР та власне адміністрації), при цьому "згладжування" та "прикрашення дійсності" не допускається, що дає очільнику держави під час осмислення ситуації, вибору нагальних проблем суспільно-політичного розвитку та постановки завдань перед державним апаратом щодо стратегії та напрямків державної політики в різних сферах і галузях мати весь обсяг необхідної інформації, спиратися на реальні й достовірні факти та явища, а отже – приймати більш якісні та ефективні державноуправлінські рішення.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Таким чином можна стверджувати, що у демократичних суспільствах комунікативна функція держави диференціюється на складові, до найважливіших з яких відносяться:

- загальна – включає гносеологічну функцію (інформування і просвітництво);
- функція взаємодії із засобами масової комунікації;
- функція формування суспільної думки – взаємодії із лідерами суспільної думки;
- функція формування комунікативної культури індивідуума (в т. ч. і політичної);
- функція зворотного зв'язку.

Впровадження єдиної, узгодженої державної комунікативної політики реформ, налагодження ефективного механізму взаємодії держави та індивідуума потребують нової моделі державних комунікацій, як із залученням ЗМК, так із залученням потенціалу "лідерів суспільної думки". Водночас наразі в Україні не визначеними залишаються механізми формування та реалізації державної комунікативної політики.

Перехід від інформаційної політики як відокремленої сфери державної діяльності до комунікативної політики як невід'ємної частини нового державного менеджменту потребують запровадження стандартів сучасних державних комунікацій, що мають забезпечити комунікативний супровід як національних реформ, так і державної політики в усіх сферах суспільного буття.

Перспективи використання результатів дослідження полягають у необхідності запровадження нових підходів в комунікативній діяльності органів державної влади та індивідуума відповідно до стратегічних інтересів держави у правовій, економічній, соціальній, науково-технологічній, екологічній, інформаційній та інших сферах.

#### **Література:**

1. Андреев Д. Взаємодія влади та громадськості: механізми соціально-правової комунікації [Текст] : монографія \ Д. В. Андреев. – К. : Видавництво ТОВ „Друкарня „Бізнесполіграф”, 2013. – 334 с.
2. Бард А. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма / А. Бард, Ян Зодерквист. – СПб : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004. – 252 с.
3. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Даниел Белл ; [перевод с англ. В. Л. Иноземцева] – М. : Academia, 1999. – 956 с.

4. Брайант Д. Основы воздействия СМИ (Fundamentals of Media Effects) / Д. Брайант, С. Томпсон ; [пер. с англ. В. В. Кулебы и Я. А. Лебеденка]. – М. : Вільямс, 2004. – 432 с.
5. Глобальні трансформації. Політика, економіка, культура / [Д. Гелд, Е. МакГрю, Д. Голдблатт, Дж. Перратон]. – К. : Фенікс, 2003. – 584 с.
6. Деррида Ж. О граматики / Ж. Деррида ; [Пер. с франц. Н. Автономовой]. – М. : Издательство "Ad Marginem", 2000. – 515 с.
7. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Мануэль Кастельс ; [пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана]. – М. : Высшая школа экономики, 2000. – 606 с.
8. Луман Н. Медиа коммуникации / Н. Луман ; [пер. с нем. А. Глухов, О. Никифоров]. – М. : Издательство „Логос“, 2005. – 280 с.
9. Майн Х. Средства массовой информации в Федеративной Республике Германии [Текст] / Херманн Майн ; [пер. с нем. Мелитта Балье, Т. Маневич]. – Rieden : Издание Коллоквиум в научном издательстве Фолькер Шпис ТОО, 1996. – 158 с.
10. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение : Открытие спирали молчания : [Пер. с нем.] / Элизабет Ноэль-Нойман; [Вступ. ст. Н. Мансурова, с. 5-25]. - М. : Прогресс : Весь мир, 1996. - 351 с.
11. Почепцов Г. Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіа комунікації / Г. Почепцов. – К. : Спадщина, 2012. – 464 с.
12. Про схвалення Концепції проекту Закону України "Про основні засади державної комунікативної політики". Розпорядження Кабінету Міністрів України від 13 січня 2010 р. № 85 // Урядовий кур'єр. – 2010. – № 25.
13. Роджерс Еверет М. Дифузія інновацій / Еверет М. Роджерс ; [пер. з англ. В. Старка]. – К. : Києво-Могилянська академія, 2009. – 591 с.
14. Тофлер Е. Третя хвиля / Е. Тофлер ; [пер. з англ. А. Євса]. – К. : Всесвіт. 2000.– 480 с.
15. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. – СПб. : ПРАЙМ-ЕВ-РОЗНАК, 2002. – 448 с.
16. Шимків Д. «Стратегія реформ-2020» — досягнення європейських стандартів життя Дмитро Шимків [Електронний ресурс] // Офіційне інтернет-представництво Президента України. – Режим доступу : <http://president.gov.ua/news/31305.html>.
17. Curran J. Media and Power: Communication and Society / James Curran. – New York, London : Routledge, 2012. – 320 p.
18. McQuail's Mass Communication Theory / Denis McQuail; 6th edition. – New York, London : SAGE, 2010. – 632 p.
19. McLuhan G.M. Understanding Media / G. M. McLuhan. – New York : McGraw Hill, 1984. – 41 p.
20. Straubhaar J. Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology / Joseph Straubhaar, Robert LaRose, Lucinda Davenport; 8th edition. – Wadsworth: Cengage Learning, 2013 – 608 p.