

Марина ШКЛЯРУК,

Національна академія державного управління
при Президентіві України, м. Київ

СТАНОВЛЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ У КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ДОСЛІДНИЦЬКИХ ПІДХОДІВ

У статті здійснено аналіз становлення стратегічних комунікацій як інструментарію державного управління, яке бере свій початок ще з античних часів. Розглянуто різні етапи розвитку комунікаційних відносин в історії нашої цивілізації, зокрема у контексті чотирьох інформаційних революцій. Проаналізовано низку досліджень відомих зарубіжних та українських учених, дослідження яких фокусувалися на проблематиці впливу комунікацій на формування суспільної думки та моделі державного управління. Констатовано досить широкий спектр тлумачення та розуміння стратегічних комунікацій у науковому та державноуправлінському дискурсі.

Ключові слова: *інформаційний простір, комунікаційні відносини, медіа, соціально-комунікаційні технології, стратегічні комунікації.*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Комунікації завжди були складовою частиною державної чи корпоративної стратегії. Традиційно вони займали периферійне положення і, як правило, були направлені на забезпечення лише зворотної реакції на певну подію. З цієї точки зору комунікації повинні були лише підтримувати методи та механізми ухвалення рішень, інформувати про суть намірів, пропагувати успіхи або пояснювати невдачі у діяльності органів влади або комерційних компаній. На сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства постає нагальна потреба у переосмисленні комунікаційної природи моделі демократичного державотворення.

Аналіз наукових джерел і публікацій. Серед учених, які стояли біля витоків дослідження про комунікації, були М. Вебер, Г. Лассвелл, П. Лазарсфельд, М. Маклюен. Теоретичні основи феномену комунікацій заклали Н. Вінер, К. Шеннон, В. Вівер, а Ю. Габермас, Н. Луман Р. Якобсон присвятили велику кількість праць філософії комунікацій.

Серед теоретичних розробок західних та російських дослідників на тему стратегічних комунікацій варто виокремити роботи Т. Адорно, Б. Грушина,

В. Кашкіна, В. Конецької, Г. Тарда, В. Шульца та багато інших. Серед українських фахівців у сфері комунікацій Н. Зражевська, С. Квіт, Г. Почепцов, В. Різун, О. Холод та інші.

Метою статті є висвітлення історичних та сучасних підходів до проблематики формування й розвитку системи стратегічних комунікацій у процесах демократичного державотворення.

Виклад основного матеріалу дослідження. На нинішньому етапі інформаційного розвитку постійно зростає кількість каналів комунікації, засоби передачі якої дедалі спрощуються і стають компактнішими та доступнішими. Водночас швидкість передачі інформації впливає на підвищення або зниження актуальності того чи іншого явища. С. Жданенко зазначає, що «з появою нового типу суспільства його структура і структура соціальних зв'язків зазнають серйозних змін. Це відбувається завдяки новим способам соціальної взаємодії, заснованим на появі та впровадженні нових інформаційних технологій, за допомогою яких стало можливим створення єдиної глобальної комунікаційної мережі. Це призводить до того, що значно видозмінюється структура інформаційних каналів, комунікативний простір особистості стає більш насиченим. А процес віртуалізації суспільства сприяє появі нових, або видозміні існуючих соціальних практик, що, у свою чергу, викликає реакцію на них з боку громадськості, завдяки чому виникають нові поведінкові, комунікативні алгоритми» [5, с. 45].

Ця теза дещо розходиться з відомою теорією канадського філософа Маршала Маклюєна щодо впливу нових комунікаційних технологій та трансформацію суспільної свідомості і культури [8]. На нашу думку, можна припустити, що еволюційна трансформація моделей суспільного устрою супроводжувалася відповідними змінами в системі комунікацій (усна мова, писемність, друковане слово, телерадіомовлення, Інтернет і соціальні мережі тощо), створюючи сприятливі умови для здійснення ретроспективного дослідження законів та принципів розвитку комунікаційної взаємодії в демократичному державотворенні.

Загалом дослідники погоджуються, що саме в Торонтській школі теорій комунікацій (Toronto School of communication theory), визначним діячем якої окрім згаданого М. Маклюєна був також Г. Інніс, початковим етапом розвитку масових комунікацій було запропоновано визначити часи Стародавнього Єгипту, коли було винайдено календар [15]. Цікавим і досить характерним фактором є те, що саме писемності – єгипетським ієрогліфам – належить виключна заслуга щодо формування у тогочасній суспільній свідомості концепції щодо «божественного походження верховної влади». У свою чергу, французька дослідниця Корінна Куле у праці «Комунікація в Стародавній Греції» зробила висновок про те, що саме розвиток комунікаційних зв'язків у давньогрецькому суспільстві забезпечував формування держав-полісів, оскільки «простої комунікації за посередньої участі недостатньо. Простих зборів людей тим більше недостатньо для виникнення справжнього суспільства. Потрібні соціальні зв'язки...» [7].

Наша співвітчизниця В. Аксьонова, досліджуючи питання антропологічних вимірів комунікативно-інформаційного усвідомлення сенсу буття, зазначає, що існування соціуму і людини у певному просторі і часі, а також його цілісність залежать від розвитку і збереження комунікативного середовища. Автор посилається на тезу М. Кастельса стосовно того, що нове суспільство виникає тоді, коли відбувається структурна реорганізація у виробничих відносинах, влади і досвіду. Простір потоків інформаційного суспільства, в якому відбувається взаємодія між персоналізованими інтертекстами, розчиняє час, розупорядковує послідовність подій і робить їх одновимірними, переміщуючи суспільство у вічну ефемерність[1].

Низка дослідників вважає, що творцем першої загальної схеми процесів комунікації на державному рівні можна вважати Арістотеля. Зокрема, він сформулював завдання риторики як з'ясування засобів і методів ефективного переконання. Загалом першим прототипом стратегічних комунікацій демократичної держави можна вважати політичну діяльність у стародавніх Афінах, де було запроваджено практику щодо письмової фіксації законів,

зокрема зазначається, що «закони викарбовувались на стінах храмів, або навіть поза ним» [7, с. 63].

Грецькі традиції були в подальшому розвинені стародавніми римлянами (Ціцерон, Марк Фабій Квантіліан). Український дослідник Г. Почепцов згадує про «переходи» грецького віртуального простору до Риму, а також власний інструментарій Риму щодо захисту чужого інформаційного простору[11]. У цілому антична риторика стала першим важливим етапом у концептуалізації поняття комунікації. Як результат, французькі матеріалісти XVIII ст. розглядали комунікацію вже як виключну властивість людської природи. Зокрема, К. Гельвецій вказував на єдність особистого і суспільного інтересів: людина – продукт, але водночас і суб'єкт суспільних відносин. До цієї когорти також можна віднести основоположників французького Просвітництва Ф. Вольтера, Ш. Монтеск'є, Ж.-Ж. Руссо та ін.

Потрібно зазначити, що німецька класична філософія базувалась на категоріальному апараті, принципово значущому для концептуалізації теорії комунікації. Ф. Шлейєрмахер розглядав комунікацію між індивідами як суб'єкт-суб'єктне відношення. На нашу думку, такий підхід дещо звужує сферу сучасних комунікаційних відносин, оскільки лінійний «суб'єкт-суб'єктний» підхід не дає змоги пояснити механізм їх збереження в часі. Іншими словами, як ідеї та погляди Арістотеля, які були проголошені за понад 2,5 тис. років до нашої ери, можуть і до сьогодні впливати на процеси демократичного державотворення?

Очевидно, що в процесі політичних комунікацій незримо діє фактор збереження та передачі інформації в часовому просторі. Однак не варто занадто спрощувати перебіг історичних етапів розвитку комунікацій. У праці німецького теоретика медіа Зігфріда Зелінського «Археологія медіа» пропонується відмовитися від усталеного в історії комунікацій дискурсу про лінійний технологічний прогрес та зосередитися на тих ідеях, що були відкинуті, оскільки, на його думку, трактування технології як лінійного

прогресу призводить до його критики як основного наукового напрямку в науках про медіа [16].

Загалом дослідники пропонують розглядати різні етапи розвитку комунікаційних відносин в історії нашої цивілізації – від усної передачі інформації до «мережевих суспільств», але погоджуються на тому, що лише в дописемному суспільстві, коли чи не єдиним механізмом комунікаційної взаємодії між *homo-sapiens* була саме усна мова і оскільки не існувало механізмів її поширення, крім безпосередньої комунікації з носієм, то ця інформація мала ексклюзивний та обмежений характер і низький рівень швидкості поширення у соціумі. Причому джерело інформації, механізми й канали її поширення були нероздільними і концентрувалися в її носіїві – людині. А фізична смерть цього носія часто призводила й до знищення цієї інформації. Тому більшість учених наступний етап розвитку комунікацій пов'язують із Другою інформаційною революцією – винаходом писемності – засобу фіксування звуків та слів на матеріальних носіях. Записана інформація відділилася від індивіда-носія й розпочала своє самостійне життя. Зникали цивілізації, але до нас дійшли стародавні писемні артефакти (шумери, майя, хетти тощо).

На думку О. Бухтатого та О. Радченка, якщо Третя інформаційна революція стала результатом винаходу друкарського верстата й пов'язаним з ним початком перетворення інформації на комерційний та політичний товар – продукт масового споживання, то наступна – Четверта інформаційна революція – розпочалася на початку ХХ сторіччя разом із технологіями виробництва, збереження і поширення аудіовізуальної інформації (радіо, телебачення, Інтернет) [3, с. 7]. Інформація перестала мати сакральний характер, бути атрибутом влади та «еліт», важкодоступною для інших членів суспільства. Вона набула ознак повсякденності та перетворилася на легкодоступну широким колам, оволоділа континентами та стала потужним політичним інструментом.

Очевидно, що цей фактор не міг залишитися поза увагою вітчизняних та зарубіжних вчених, дослідження яких фокусувалися на проблематиці впливу комунікацій на формування суспільної думки та моделі державного управління.

Зокрема, О. Сакалюк зазначає, що комунікація є одним із важливих компонентів процесу управління, який забезпечує створення особистісного комунікативного комфорту для кожного члена колективу й організації загалом. Тому великого значення набуває ефективне управління комунікаціями [12]. У цьому аспекті постає дилема щодо першості: «модель комунікації» чи «політичний режим»?

Принципи конструктивістського підходу викладені у теорії Н. Лумана та теорії комунікативної дії Ю. Габермаса. Ґрунтовними і концептуальними вважаються роботи американських дослідників Дж. Брайанта та С. Томпсон «Introduction in Media Communication» (1998), «Reinventing Media» (1996), Introduction in Media Communication, (1998), Human Communication Theory, (2000). У спільному дослідженні «Основи впливу ЗМІ» вчені скомпілювали численні наукові роботи, присвячені медіавпливу та комунікаційній складовій у суспільній та політичній діяльності. Загалом, як вказують автори, на початку ХХІ сторіччя існувало понад 600 таких теорій та концепцій, що засвідчує досить високий інтерес до цієї теми [2]. Очевидно, що з часу виходу у світ вказаної роботи з урахуванням динаміки розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та появи нових медіа сьогодні цей перелік збільшився.

Українська дослідниця Н. Зражевська, дослідивши проблематику нових медіа та нових форм комунікації, наголосила на існуванні кількох підходів до визначення впливу нових медіа. Перший – це негативне ставлення до них: ліві погляди – прихильники марксизму і представники Бірмінгемської школи критично осмислюють культурні наслідки нових медіа. Поняття конвергенції відображає фундаментальну особливість сучасного етапу розвитку наукового й технічного знання, що виявляється в інтеграції приватних галузей,

міждисциплінарній взаємодії, використанні комплексних, системних методів дослідження [6].

Нині в наукових колах існує проблема відсутності знань про чіткі критерії диференціації соціально-комунікаційних технологій. Тому О. Холод наголошує, що такою самою проблемою треба вважати й відсутність повного переліку соціально-комунікаційних технологій. Важливістю досліджуваної нами проблеми на сьогодні слід вважати й ситуацію відсутності базової теорії, концепції, згідно з якою дослідники почали активний пошук критеріїв розгалуження на види соціально-комунікаційних технологій [14].

С. Соловйов вважає, що уявлення про владу може формуватися на основі теоретичних знань, повідомлень засобів масової інформації, власного досвіду взаємодії, а також внаслідок спілкування з іншими громадянами. Можна передбачити, що на практиці найбільш впливовими є три останні чинники, які, проте, відображають реальність ситуативно й залежно від політичних уподобань власне реципієнта. Соціальна реклама як вид стратегічних комунікацій потребує подальших досліджень щодо забезпечення ефективності у таких напрямках: механізми покращання контексту; кількісне співвідношення соціальної реклами та інших видів стратегічних комунікацій; світова практика виготовлення соціальної реклами на замовлення держави [13].

Розглядаючи соціальну комунікацію як чинник медіатизації громадсько-політичного життя, С. Демченко робить висновок, що динамічний початок державної розбудови та демократизації в Україні базувався на позитивному ставленні до демократичних цінностей, які представляло авторитетне джерело – масова комунікація. Засоби масової комунікації, що за роки перебудови справедливо заслужили репутацію і «слуг» народу, і його представників в інститутах влади, набули рис своєрідної народної партії, що обстоювала інтереси всіх громадян [4]. Саме тому, на думку О. Сакалюк, обмін інформацією входить до всіх видів управлінської діяльності, комунікацію називають процесом, який поєднує частини організації в єдине ціле. Якщо

ліквідувати комунікацію, то організація вже не буде керованою і її діяльність набуде хаотичного, некоординованого характеру.

Оскільки керівник виконує всі свої управлінські ролі (міжособистісні, інформаційні, ухвалення рішень) і здійснює функції управління для того, щоб сформулювати цілі організації і досягти їх, якість обміну інформацією прямо впливає на ступінь реалізації цілей. Це означає, що для успіху індивідів і організації необхідні ефективні комунікації. І навпаки, погано поставлена в організації система обміну інформацією стає однією з головних причин виникнення проблем [12].

Проаналізувавши різні форми, напрями та результати впливу інформаційно-комунікаційних технологій на економічну, фінансову та бізнесову сфери діяльності суспільства, Н. Наумова зазначає, що інформація, яка виступає в цих технологіях як комунікація, а не як чисте знання, стимулює нові операції і нові дії людини. На її думку, масштабне усвідомлення факту, що в інформаційному суспільстві саме інформація є двигуном та основою нової діяльності, буде стимулювати подальший ріст ефективності бізнесу, економіки, фінансових установ та суспільства взагалі [10].

Варто погодитися з думкою К. Наумік [9] про те, що система принципів формування та розвитку сфери комунікаційної діяльності повинна бути узгоджена з базовими принципами економічної, соціальної та нелінійної динамічної системи. На особливу увагу заслуговує інституціоналізм, який поєднує методологічний інструментарій різних напрямів економічної теорії, враховує вплив неекономічних чинників на економічні процеси. Крім інституціоналізму, можливість удосконалення методологічних засад управління комунікаційною діяльністю надають здобутки праксеології. Цей процес вимагає перегляду та збагачення механізмів, які необхідно використовувати в державному стимулюванні розвитку сфери комунікаційної діяльності, у розробці концепції державної підтримки комунікаційної діяльності в Україні в умовах глобалізації та розвитку інформаційного суспільства.

Висновки. Таким чином, результати дослідження питання щодо становлення стратегічних комунікацій у контексті сучасних дослідницьких підходів дають підстави констатувати досить широкий спектр тлумачення та розуміння стратегічних комунікацій як у зарубіжному, так і в українському науковому й державноуправлінському дискурсі.

Здійснений аналіз генезису наукового розуміння комунікації як феномену державного управління засвідчив про багатовекторність розвитку порушеної проблематики у контексті суспільного розвитку та становлення демократичних режимів. Встановлено, що ефективність комунікативної взаємодії є ключовою умовою існування та розвитку демократичної держави, адже тоталітарні режими не можуть існувати достатньо тривалий час попри найжорсткіші репресії та застосування сили й вимушені впасти під натиском протидії громадського несприйняття, що врешті перетворюється на громадянський спротив, який здійснює руйнівний вплив на таку державну систему.

Список використаної літератури

1. Аксьонова В. Антропологічні виміри комунікативно-інформаційного усвідомлення сенсу буття / В. І. Аксьонова // Антропологічні виміри філософських досліджень. – 2013. – Вип. 3. – С. 7–13.
2. Брайант Дж. Основы воздействия СМИ / Дж. Брайант, С. Томпсон ; [Пер. с англ. В. Кулебі, Я. Лебеденка]. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2004. – 432 с.
3. Бухтатий О. Україна медійна: на порозі інформаційної революції / Олександр Бухтатий, Олександр Радченко, Гліб Головченко. – К. : Видавництво СВС Панасенко, 2015.
4. Демченко С. В. Соціальна комунікація як чинник медіатизації громадсько-політичного життя / С. В. Демченко // Держава та регіони. Соціальні комунікації. – 2013. – № 1. – С. 4-8.
5. Жданенко С. Б. Соціальна комунікація в умовах інформаційного суспільства / С. Б. Жданенко // Вісник Національного університету "Юридична академія України імені Ярослава Мудрого". Серія : Філософія. – 2016. – № 1. – С. 36–48.
6. Зражевська Н. І. Нові медіа і нові форми комунікації в медіакulturі / Н. І. Зражевська // Current issues of mass communication. – 2013. – Issue 14. – С. 70–75.
7. Куле К. СМИ в Древней Греции: сочинения, речи, разыскания, путешествия ... [Текст] / К. Куле ; [Пер. с франц. С. В. Куланды]. – М. : Новое литературное обозрение, 2004. – 256 с.

8. Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего / Маршалл Маклюэн ; [пер. с англ. И. Тюрина]. – М. : Фонд «Мир», Академический Проект, 2005. – 496 с.
9. Наумік К. Теоретико-методологічний базис державного регулювання розвитку сфери комунікаційної діяльності / К. Г. Наумік // Бізнес Інформ. – 2013. – № 7. – С. 336–340.
10. Наумова Н. М. Інформація як комунікація та мотивація діяльності в сучасному інформаційному суспільстві / Н. М. Наумова, В.О. Наумов // Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія. – 2012. – Вип. 10. – С. 178–186.
11. Почепцов Г. Классические медиатеории: Гарольд Иннис / Г. Почепцов. – Телекритика. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.telekritika.ua/svit/2013-09-29/86267>
12. Сакалюк О. О. Організація ефективної комунікації в сучасних закладах освіти / О. О. Сакалюк // Наука і освіта. – 2014. – № 6. – С. 197–200.
13. Соловійов С. Г. Контекст стратегічних комунікацій на прикладі соціальної реклами / С. Г. Соловійов // Вісник НАДУ при Президентіві України. Серія : Державне управління. – 2015. – № 4. – С. 121-126.
14. Холод О. Види соціально-комунікаційних технологій / О. Холод // Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. – 2011. – Вип. 32. – С. 7–20.
15. Innis, Harold A. Empire and Communications. Toronto: University of Toronto Press, 1972. Pp. 12–25.
16. Zielinski Siegfried. Archeologia mediów / Siegfried Zielinski. – Warszawa : Oficyna Naukowa, 2010. – 430 с.

Shkliaruk M. The formation of strategic communications in the context of modern research approaches

The article analyzes the formation of strategic communications as a tool of public administration, which dates back to ancient times. Different stages of development of communication relations in the history of our civilization, in particular in the context of four information revolutions, are considered. A number of studies of well-known foreign and Ukrainian scholars have been analyzed, the research of which focused on the problems of the influence of communications on the formation of public opinion and the model of public administration.

A wide range of interpretations and understanding of strategic communications in the scientific and public-management discourse have been established.

Key words: *information sphere, communication relations, media, social and communication technologies, strategic communications.*