

УДК 35, 323.2

В. Е. ЮРЧЕНКО

РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЛЕГІТИМАЦІЇ ВЛАДИ ТА УПРАВЛІННІ ІМІДЖЕМ

Доведено, що впровадження комунікаційних технологій у сфері державного управління має забезпечити не декларовану, а дійсну публічність влади. Визначено, що на сучасному етапі органи державного управління та політичні лідери потребують застосування ефективних комунікаційних технологій для укріплення власного іміджу, зростання рівня довіри громадян, ведення відкритого діалогу між владою та суспільством.

Ключові слова: комунікаційні технології, легітимација влади, імідж, довіра громадян.

It is substantiated that the application of communication technologies in public administration results in a real openness of officials, unlike a seeming one. This paper focuses on the current necessity for bodies of public administration and political leaders to effectively use communication technologies to bolster their images, to develop public trust, and to conduct an open dialogue between officials and society.

Key words: communication technologies, legitimacy of officials, image, public trust.

На сьогодні використання комунікаційних технологій державною владою є вимогою часу. Завдяки впровадженню сучасних комунікаційних технологій покращується якість управлінської діяльності, збільшується рівень довіри населення. Крім того, завдяки вдалим комунікаційним технологіям державна влада та її представники здатні підвищувати власний рівень легітимності в суспільстві, переконувати громадян у правильності своїх дій.

Ті чи інші аспекти легітимацији влади та управління іміджем досліджували П. Бергер, Л. Віткін, О. Висоцький, Д. Гаврилюк, В. Кривошеїн, М. Лашкіна, Т. Лукман, Д. Наріжний, П. Олещук, М. Тур, С. Цокур.

Поняття “легітимација” досить широко використовується в сучасному науковому та практичному політичному дискурсах. Одними з перших, хто дав чітке й переконливе визначення легітимацији, були П. Бергер та Т. Лукман. Вони довели важливість і необхідність легітимацији для будь-якої соціальної діяльності, соціальних відносин, суспільства в цілому та, відповідно, політичної практики як складової суспільної взаємодії. Легітимација в їхньому розумінні розглядається як спосіб пояснення і виправдання суспільних і політичних інститутів, як їхня когнітивна й нормативна інтерпретація. Будучи певним регулятором суспільних відносин, легітимација як пояснення й оцінювання соціально-політичної реальності є основою здійснення ефективних перетворень політичними силами і стабільності в суспільстві [1, с. 27].

На думку П. Бергера та Т. Лукмана, легітимація формує смисловий універсум, який, у свою чергу, легітимує індивідуальну біографію й інституційний порядок, що уможлиблює соціальну взаємодію на рівні всього суспільства. Легітимація повинна мати своїм результатом смисловий порядок, що інтегрує соціальні відносини в певній групі або в суспільстві в цілому. Для свого існування будь-які соціальні смислові системи повинні підтримуватись певною спільнотою, групою, яка відає легітимацією [1, с. 140].

Специфіка легітимаційних процесів залежить і від обраного методу легітимації, який теж в основі має певне джерело. Тому типологізація джерел легітимності неможлива без аналізу методів і механізмів легітимації, що сприятиме розкриттю вихідного елемента легітимності – її джерела.

Є. Цокур вважає, що найбільш поширеними в практиці державно-управлінської діяльності є такі методи легітимації:

- використання сили та примусу як технології здобуття умовної легітимності;

- застосування демократичних процедур легітимації, найчастіше – вибори та інші методи прямої чи опосередкованої участі суспільства в управлінні державою;

- делегування повноважень і відповідальності щодо вибору легітимаційної моделі та її реалізації певному лідеру, який користується довірою й повагою у значної частини суспільства [11, с. 96].

О. Висоцький наполягає, що з розвитком засобів масової комунікації все більший вплив на легітимацію політичної влади справляє політичний імідж, носій якого досягає результатів у досягненні та зміцненні влади при мінімумі витрат матеріальних ресурсів. Політичний імідж має концентрувати в собі в активній формі стереотипні потреби, надії, бажання суб'єктів визнання, скорельовані з динамікою появи та подолання загроз і викликів суспільно-політичної реальності [3, с. 144].

Мега даного дослідження полягає в обґрунтуванні того, що вдосконалення сфери державного управління на сучасному етапі невіддільне від легітимації влади. У свою чергу, розширення легітимаційного поля влади можливе за рахунок ефективних комунікаційних технологій, які потрібні не лише органам державної влади та місцевого самоврядування, а і для укріплення власного іміджу політичних лідерів, тому що тільки за умов ведення відкритого діалогу між владою та суспільством стає можливим зростання довіри громадян до влади.

З легітимністю політичної влади тісно пов'язана її ефективність як ступінь здійснення владою тих функцій та очікувань, які покладає на неї більшість населення. Головним об'єктивним виявом ефективності державної влади є ступінь забезпечення нею прав і свобод громадян. Чим ефективніша влада, тим більшу підтримку населення вона має. Влада, яка базується на інтересі, є сильнішою. Особиста зацікавленість людей у владі спонукає їх до добровільного виконання владних розпоряджень [6, с. 139]. Саме цей шлях легітимації влади притаманний демократичним режимам.

Як доводять дослідження, легітимація влади є значущою для функціонування різних типів політичних режимів. Зокрема, традиційне суспільство, незважаючи на низький рівень розвитку економіки та відносно просту соціальну структуру, має досить розгалужену, глибоку й обґрунтовану систему легітимації політичної влади. Легітимація державної влади у традиційно-авторитарній державі базується на тісному поєднанні політичного й релігійного, що, зокрема, виражається у проголошенні правителя посередником між реальним і трансцендентним світами (“намісником Бога на землі”) [8, с. 149].

Теоретичне ядро нормативної моделі демократії та демократичної легітимності становить концепт публічності або громадськості – як ідеальний комунікативний простір, в якому розгортаються теоретичні й практичні дискурси, що легітимують соціальні інститути на основі дискурсивно-етичного способу формування волі громадян [7, с. 23]. Саме в цьому просторі стає можливим утвердження авторитету державної влади, на що мають безпосередній вплив комунікаційні технології.

Як зазначають дослідники, зазвичай вітчизняні інформаційні представництва органів державного управління не відрізняються ефективністю. Особливу увагу громадськості привертає витрата значних державних коштів на їх створення. Такий стан речей призводить до поглиблення розриву між владою та суспільством, що негативно відображається на довірі до влади і підтримці прийнятих нею рішень [11, с. 98].

Важливою формою контролю, видом комунікації та технологією легітимації влади є формування та управління іміджем. Дієвість іміджу як засобу контролю (над увагою, сприйняттям, пам’яттю, реакціями соціальних суб’єктів) та управління легітимацією пояснюється тим, що він є одиницею й видом комунікації та водночас не завжди сприймається як комунікація. Імідж є повідомленням, яке спрямоване не стільки на раціональне розуміння, скільки на емоційно-чуттєве, реактивно-спонтанне сприйняття. На відміну від чистих вербальних раціонально аргументованих повідомлень, імідж вимагає особистісного сприйняття, навіть вживання в життєвий контекст його носія.

Як технологія легітимації політичної влади, формування й управління іміджем лідера передбачає виконання за його допомогою трьох основних завдань:

- переконати в достатній силі та владних можливостях лідера здійснити свій політичний проект;
- емоційно захопити та викликати довіру до лідера;
- солідаризувати з лідером як із людиною, що найкраще розуміє проблеми та інтереси своїх послідовників [9, с. 49].

Шляхи вирішення цих завдань можуть бути найрізноманітнішими. Але вони мають враховувати специфіку суспільно-політичної ситуації та стереотипи, очікування й ціннісні ієрархії реципієнтів іміджу. Тільки за цих умов відбуватиметься легітимація влади.

Використання нових технологій впливу та маніпулювання суспільною свідомістю, виборчих технологій, PR-акцій, політичного маркетингу, технологій політичної реклами, іміджмейкерської діяльності суттєво підсилює

ефективність управління суспільством, але і створює нові проблеми. Для суспільства транзитивного типу основними проблемами управління є пошук адекватного соціально-технологічного інструментарію до розв'язання соціально-політичних проблем, а також проблема відповідності застосовуваних політичних технологій принципам моралі і гуманізму [2, с. 11].

Вирішення цих проблем потребує активної діяльності органів державного управління в інформаційному просторі, який охоплює всі сфери комунікації (ЗМІ, інтернет-середовище, книговидавництво, бібліотечну справу, кіноіндустрію, теле- та радіокомунікацію, усі типи зв'язку і державні структури, які працюють з інформацією). М. Лашкіна зазначає, що сучасне інформаційне законодавство України потребує кодифікації й узгодження з політичними, психологічними та ментальними особливостями українського суспільства. В Україні поки що не створено цілісної Концепції інформаційної політики як стратегії розвитку національної інформаційної сфери. Вона, на думку авторки, могла б стати оптимальною формою налагодження складних інформаційних відносин між громадянами, суспільством і державою. Створення такого документа сприятиме плануванню, структуруванню і систематизації діяльності органів державної влади з регулювання інформаційної сфери та закріпленню обов'язкових вимог щодо діяльності всіх суб'єктів інформаційного ринку. Механізмом виправлення інформаційного дисбалансу між громадянами та державою може стати закон про доступ до публічної інформації, що має сприяти максимальному розкриттю інформації в інтересах громадськості, реалізацію права кожної особи на вільний доступ до інформації, забезпечення ефективного механізму його захисту. У цьому законі можна також передбачити створення громадської ради з питань діяльності ЗМІ та запровадження посади уповноваженого з питань інформації [10, с. 7–8].

Система взаємовідносин органів державної влади та засобів масової комунікації може бути визначена у трьох головних аспектах:

1) політико-ідеологічному – охоплює взаємовідносини в аспекті використання владою медіа-систем для збереження державних структур суспільства та розуміння природи ЗМІ як форми виробництва і як форми ідеологічного впливу;

2) політико-законодавчому – ЗМІ розглядаються як системи, що регулюються законодавством, з урахуванням вимог національної безпеки та забезпечення національних інтересів;

3) економічному – ЗМІ сприймаються як структура виробництва на ринку з урахуванням видатків та прибутків цього ринку в системі ВВП та економічних інтересів держави [10, с. 8].

Упровадження комунікаційних технологій у сферу державного управління в зазначених аспектах має забезпечити не декларовану, а дійсну публічність влади. Публічність може бути визначена у двох основних значеннях:

1) режим відкритості функціонування влади та прозорості прийняття політичних рішень (основний історичний алгоритм представницької демократії);

2) участь громадськості у формуванні політичного порядку денного та прийнятті рішень (новітні форми та практики).

Публічність у сфері державного управління вимагає впровадження стилю роботи в режимі динамічної комунікації. Основними стратегіями політики публічності влади, що можуть бути реалізовані за допомогою комунікаційних технологій, є такі напрями:

- підвищення рівня громадянської компетенції, що передбачає необхідну стадію інформування громадськості про альтернативи вирішення суспільних проблем;

- розвиток громадянської культури участі й інформування громадян про можливі законні способи їхньої участі в обговоренні та прийнятті важливих для суспільства рішень;

- адаптація (без фанатизму, що перероджується в модну ритуальність) новітніх технологій;

- оптимізація нового формату взаємовідносин у трикутнику “влада – професійна й соціальна експертиза – суспільство”, де професійні соціальні експерти можуть і повинні стати представниками громадських інтересів та громадянського суспільства в Україні;

- чесний, відкритий діалог влади з суспільством про труднощі і проблеми нинішнього періоду, послідовність й обов’язковість виконання декларованих обіцянок, чесність у дрібницях (припинення практики кумівства, неухильне дотримання Закону в таких питаннях, як державно-парламентське сумісництво, реальне розведення бізнесу та політики) [6, с. 140–141].

Для підвищення авторитету органів державної влади доцільно також розробити комплексну програму діяльності щодо надання їй публічного характеру, передбачивши реалізацію конкретних і дієвих заходів за такими напрямками:

- уточнення положень законодавства про діяльність органів державної влади у частині визначення інформування громадян про поточну діяльність органу державної влади як важливого завдання;

- формування в державних службовців стійких внутрішніх переконань щодо їхньої відповідальності за інформування громадськості про діяльність державної влади, набуття ними необхідних знань та навичок;

- інформування населення про його права щодо доступу до інформації про функціонування органів державної влади, зокрема через залучення до цієї діяльності громадських організацій, а також обґрунтування та роз’яснення причин прийняття урядових рішень;

- упровадження сучасних форм забезпечення відкритості влади, таких як громадянські слухання, відкриті експертні обговорення;

- підвищення правової та політичної культури громадян України;

- реалізація комплексу заходів щодо підвищення технологічної забезпеченості інформаційної відкритості;

- формування суспільного попиту на інформацію про діяльність державної влади, інтересу громадян щодо її отримання [4, с. 37].

Таким чином, публічність та ефективність влади, забезпечення застосуванням сучасних комунікаційних технологій є важливими критеріями

легітимної влади в демократичному суспільстві. Дотримання демократичних норм і процедур формування органів влади, приведення законодавства й системи державного управління у відповідність до реалій політичного життя є запорукою зростання авторитету державної влади, що забезпечує успішне здійснення політики, підтримку законності та стабільності в суспільстві.

Література:

1. *Бергер П.* Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман ; пер. с англ. – М. : Academia-центр, МЕДИУМ, 1995. – 323 с.

2. *Віткін Л. М.* Методичні підходи до побудови комп'ютерної інформаційної системи технічного регулювання України, як складової системи “електронний уряд” / Л. М. Віткін, Т. А. Лемешко, Г. І. Хімичева, А. С. Зенкін // Вісник Харківського університету Повітряних Сил. – 2010. – Вип. 1 (23). – С. 97–102.

3. *Висоцький О. Ю.* Політичний лідер як суб'єкт здійснення технологій легітимації влади / О. Ю. Висоцький // Вісник Дніпропетровського університету. – 2010. – Вип. 20. – С. 142–152. – (Серія: Філософія, соціологія, політологія).

4. *Гаврилюк Д. Ю.* Публічність та ефективність як ознаки легітимності політичної влади в Україні / Д. Ю. Гаврилюк // Наукові праці МАУП. – 2010. – Вип. 3 (26). – С. 138–141.

5. Інформаційна відкритість української влади : Аналітична доповідь. – К. : НІСД, 2002. – 59 с.

6. *Кривошеїн В. В.* Політичний імідж як інструмент легітимації політичної влади: теоретико-методологічний аспект / В. В. Кривошеїн // Гуманітарний журнал. – 2010. – № 3–4. – С. 46–51.

7. *Лашкіна М. Г.* Концептуальні засади взаємодії органів державної влади та засобів масової інформації в умовах демократизації державного управління в Україні : автореф. дис. ... к. держ. упр. : спец. 25.00.01 “Теорія та історія державного управління” / М. Г. Лашкіна. – К., 2008. – 16 с.

8. *Наріжний Д. Ю.* Аналіз політичних технологій та особливостей їх застосування в транзитивному суспільстві : автореф. дис. ... к. політ. н. : спец. 23.00.02 / Д. Ю. Наріжний. – Дніпропетр., 2004. – 20 с.

9. *Олещук П. М.* Символічна стратегія позиціонування влади як основа легітимації традиційного авторитарного режиму / П. М. Олещук // Грані. – 2010. – № 5 (73). – С. 146–150.

10. *Тур М. Г.* Легітимація соціальних інститутів: соціально-філософський аналіз : автореф. дис. ... д. філос. н. : спец. 09.00.03 / М. Г. Тур. – К., 2007. – 41 с.

11. *Цокур Є. Г.* Особливості визначення та типологізації джерел владної легітимності / Є. Г. Цокур // Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили. – 2009. –

Т. 110. – Вип. 97 : Політологія. – С. 95–99.

Надійшла до редколегії 22.12.2011 р.