

С. В. Штурхецький,
здобувач, Академія муніципального управління

ПЕРЕДУМОВИ ВИКОРИСТАННЯ Е-КОМУНІКАЦІЙ ПРИ ВИРІШЕННІ КОМУНІКАТИВНИХ ЗАВДАНЬ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

У статті аналізуються політичні й технологічні чинники запровадження новітніх комунікативних технологій у галузі місцевого самоврядування, описані позитивні і негативні наслідки впровадження Е-комунікацій, чинники, які гальмують процес впровадження Е-комунікацій у місцеве самоврядування.

In the article the author analyses the political and technological factors for the introduction of new communications technologies in the field of local government, described the positive and negative effects of E-communications, factors that impede the process of implementing E-communications in local government.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Динамічно зростаючі можливості мережі Інтернет у сфері масової комунікації вже знаходять і в коротко-терміновій перспективі знайдуть все більш широке застосування з боку учасників комунікативного процесу. Інтерес політтехнологів та політиків до Інтернет-комунікації (Е-комунікації) стає нам зрозумілим не тільки через появу такого нового феномену, як Інтернет-спільнота (Е-спільнота), але і через необхідність пошуку нових ефективних методів комунікації та мобілізації електорату. Зацікавлення центрального апарату державних органів у наявності дешевих і оперативних засобів комунікації із ЗМІ, своїми підрозділами та звичайними громадянами також стає зрозумілою хоча б з огляду на структури веб-сайтів окремих міністерств. Водночас застосування Е-комунікацій у галузі місцевого самоврядування ще є недостатньо вивченим питанням, до того ж не підкріпленим у достатній кількості прикладами практичного застосування. Безумовно, що об'єктивним чинником такого стану речей в інформаційній політиці на місцевому рівні виступає хронічна нестача коштів і відсутність суттєвих інвестицій. Однак слід також і відзначити, що бурхливий розвиток Е-комунікацій припадає на той час, коли особливо актуалізується завдання пошуку нових засобів комунікацій, тобто саме зараз, у часи економічної рецесії, коли фінансові ресурси будь-якої інформаційної діяльності істотно обмежуються.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ПУБЛІКАЦІЙ

Застосування новітніх інформаційних технологій та їх вплив на розвиток суспільства визначали в своїх працях такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як П. Бурд'є, С. Гантингтон, Е. Гіденс, М. Грачов, М. Кастельс, М. Мак-Люен, Г. Штрамайер, Р. Шайхутдінов, Г. Почепцов. Ук-

раїнські дослідники (О.В. Батанов, Г.В. Чапала, П.М. Любченко, М.М. Клепацький, В.В. Кравченко, П.В. Круш, О.В. Прієшкіна, Я.Ф. Жовнірчик та інші) започаткували у своїх працях вирішення різних питань функціонування місцевого самоврядування в умовах сучасного інформаційного процесу.

Серед невирішених повністю на даний час частин загальної проблеми залишаються: недостатній опис практик застосування новітніх засобів масової комунікації (ЗМК) у місцевому самоврядуванні, невизначеність передумов для застосування саме цих ЗМК при вирішенні завдань, які постають у різних комунікативних ситуаціях перед учасниками інформаційного процесу у місцевому самоврядуванні.

Отже, метою даної статті є визначення передумов для розробки і впровадження інформаційно-комунікативних стратегій з використанням новітніх ЗМК у галузі місцевого самоврядування при наявності різних комунікативних ситуацій.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Власне, саме період рецесії стає тим часом, коли процеси (у тому числі й комунікативні) рухаються в бік від ресурсовитратності до високої технологічності й ресурсоощадності. Наприклад, в сучасний період лавиноподібного скорочення виробництва, обмеження рекламних бюджетів, небувало жорсткої конкуренції рекламні та PR-кампанії переживають не найкращі часи. У той же час обсяги (в грошовому та контентному вираженні) Е-реклами стрімко зростають. Так, на думку директора української дослідницької компанії "Cortex" Андрія Колесника, "рекламодавці стали більш серйозно ставитися до Інтернету як рекламоносія: багато клієнтів ... вже почали думати про виділення коштів на Інтернет-рекла-

му окремим рядком бюджету" [1]. За прогнозами експерта, обсяг ринку Е-реклами в 2009 році складе \$ 20 млн

Розвиток Е-комунікацій в бізнесі ми розглядаємо як досить вагому передумову для інтенсивного перенесення специфічних методів інформаційного та мотиваційного впливу на споживчу поведінку людини в іншу — політичну — область. І якщо методологія роботи в області Е-комунікацій для бізнесу вже знайшла відображення в практичних посібниках PR-служб [2, с. 271 — 304; 3, с. 470—487], то для прикладного політичного процесу, особливо на локальному рівні територіальних громад, Е-комунікації ще вимагають детального вивчення. Наприклад, ще п'ять років тому в ґрунтовних дослідженнях вітчизняних вчених містилися тільки одиничні згадки про можливість використання новітніх інформаційних технологій [4, с. 208; 5, с. 315], а розгляд вже існуючих на той час комунікативних практик з використанням мережі Інтернет зводився до аналізу "чорних" або "сірих" технологій [6, с. 99—101; 7, с. 332]. З цього приводу російський дослідник А.С. Біккулов робить висновок: "Розвиток Інтернету відбувається настільки швидкими темпами, що практика і наслідки використання глобальної мережі в політиці залишаються досить невивченими" [8, с. 5].

Які ж передумови до практичного застосування Е-комунікацій існують сьогодні у місцевому самоврядуванні під час вирішення прикладних комунікативних завдань у цій сфері? При цьому під основними комунікативними завданнями у сфері місцевого самоврядування тут розуміються комплекси заходів, спрямовані на: 1) досягнення якісного рівня надання послуг населенню як основа економічного розвитку територіальної громади; 2) активізацію і залучення членів територіальної громади до прийняття рішень; 3) проведення демократичних процедур — місцеві й загальнонаціональні вибори, збори, слухання тощо; 4) проведення місцевих та загальнонаціональних інформаційних кампаній.

Однією з найпривабливіших для дослідників комунікативних ситуацій (КС) у місцевому самоврядуванні є, мабуть, вибори. Зупинимся і ми детальніше на розгляді саме цієї КС, вважаючи комунікативною ситуацією в місцевому самоврядуванні такий збіг умов і обставин під час життєдіяльності територіальної громади, коли виникає потреба розв'язати за допомогою комунікативних технологій певну проблему, провести певну демократичну процедуру (набір процедур), ухвалити потрібне рішення, досягти бажаного результату.

Зауважимо, що донедавна (до прийняття 20 жовтня 2009 року Постанови Верховної Ради № 1648-VI "Про призначення чергових виборів депутатів місцевих рад та сільських, селищних, міських голів у 2010 році" [9]) особливістю регіонального виборчого процесу в Україні, зокрема обрання місцевих рад, була його компліментарність з обранням депутатів Верховної Ради. Відповідно регіональний виборчий процес внаслідок централізованого фінансування, планування та управління був невіддільним від загальних тенденцій і парадигм, що пропонувалися центральними штабами суб'єктів виборчого процесу. Зважаючи на законодавчі новели про "чисту" пропорційну систему виборів до рад різних рівнів, під час останніх кампаній 2006 та 2007 років особливо посилилася роль політичних партій як суб'єктів виборчого процесу. Це, у свою чергу, через

незрілість та неструктурованість місцевих осередків політичних партій призвело до низки нових проблем у місцевому самоврядуванні, зокрема в частині комунікації між депутатами та виборцями, прозорості процедури прийняття рішень, незбалансованій кадровій політиці.

До цього часу центральні штаби досить скептично (судячи із практики застосування саме цих технологій) оцінювали можливості Е-комунікацій, обмежуючись "стандартними" процедурами на столичному рівні. До таких в основному відносилися: створення та підтримка партійних та інформаційних сайтів, персональних сторінок лідерів, проведення Інтернет-конференцій (зрідка), утримання штату коментаторів (в обов'язки яких входить відстеження негативних відгуків у Інтернет-форумах та продукування позитивних). При цьому комп'ютерні технології застосовувалися в основному в галузі інформаційного менеджменту, тобто для управління потоками інформації, розсилки розпоряджень, контролю за виконанням завдань та (в день голосування) оперативного прийому звітів, обробки результатів голосування.

Внаслідок вищезгаданих причин регіональні штаби, зайняті "поточними" завданнями центрального штабу, не могли приділити належної уваги новітнім комунікативним технологіям, не змогли продукувати інформаційні приводи, гідні уваги журналістів. При цьому навіть "палічка-виручалочка" регіональних штабів у вигляді технології "від дверей до дверей" через непрофесійне виконання викликала тільки роздратування у виборців.

Водночас вже за останні кілька років відбулися раючі зміни як в технологічних передумовах для використання Е-комунікацій, так і в політичній доцільності їх застосування. Це викликано, як вказує німецький дослідник У.Саксер, "подвійною природою" засобів комунікації, оскільки у них водночас спостерігаються два різні потенціали: комунікаційно-технічний потенціал (тобто можливість технічного поширення інформації) та соціальний потенціал (тобто можливість здійснювати особливий соціальний вплив" [10, с. 23].

Під технологічними детермінантами, в першу чергу, розглянемо стрімке зростання кількості користувачів мережі Інтернет. Так, за інформацією офіційного веб-сайту Мінтрансв'язку України, станом на 1 липня 2009 року "чисельність унікальних користувачів мережі Інтернет налічувала близько 12 млн осіб. За оціночними даними, чисельність абонентів широкопосмугового доступу ... складала близько 1,8 млн осіб... Рівень проникнення широкопосмугового доступу склав майже 10 % загальної кількості сімей в Україні" [11]. Для порівняння, на початок 2009 року кількість унікальних користувачів в Україні становила 10 млн осіб [12]. Слід відзначити, що доходи від послуг надання комп'ютерного зв'язку (і, зокрема — доступу до мережі Інтернет) динамічно збільшуються (за останній рік — в 1,5 рази) і на сьогодні частка доходів від цих послуг (7%) в загальній структурі доходів від усіх видів зв'язку перевищила частку від традиційного поштового зв'язку, яка складає 6% [11].

Політична доцільність пошуку нових комунікативних каналів взаємозв'язку з виборцями на регіональному рівні визначається низькою виборчою активністю, яку продемонстрували останні дострокові вибори до місцевих органів влади. Так, на дострокових виборах місько-

го голови м.Рівне (листопад 2008) була зафіксована безпрецедентно низька явка виборців — 38,7% з числа тих, хто був внесений до виборчих списків [13]. Причому така ж низька явка спостерігалася і в інших містах України, де в той день відбулося голосування: "в Мукачево на дільниці прийшли лише 27% тих, хто мав право голосу, у Цюрупинську — 26%, у Первомайську — взагалі трохи більше 19%" [14]. У таких умовах інформаційна підтримка та мотивація виборців за допомогою Е-комунікацій виглядає для суб'єктів виборчого процесу особливо актуальною.

Повертаючись до розгляду загальної сфери застосування Е-комунікацій в місцевому самоврядуванні при різних КС (вибори — лише одна з таких КС), відзначимо, що до очевидних позитивів використання Е-комунікації для УКП в місцевому самоврядуванні ми відносимо мінімальні в порівнянні з іншими комунікативними технологіями витрати; разове охоплення великої аудиторії; "демократичність" спілкування як можливість виникнення неформальних контактів, так і такі атрибути, як сленг, спеціальні символи (смайли), відсутність граматичних норм і (чого гріха таїти!) використання ненормативної лексики. Також значною перевагою Е-комунікації є її мультимедійність (використання фото-, аудіо- та відео матеріалів); мобілізаційний потенціал — швидкий рекрутинг прихильників кандидата, ідеї, нововведення тощо, можливість планування зустрічей, громадських слухань, обговорень.

Важливою складовою для роботи УКП в місцевому самоврядуванні, нам видається, можливість: а) безболісного "зондажу" і дослідження реакції аудиторії на те чи інше висловлювання, дію лідера думки, керівника; б) вибору цільової групи для впливу за географічною, соціальною, статевою, віковою ознакою, при цьому досягається проникнення у важкодоступні для інших видів комунікацій соціальні групи (наприклад, байкери, рокери і т.п.).

У деяких випадках саме економічна результативність Е-комунікацій може стати вирішальним фактором при плануванні й впровадженні комунікативних стратегій в місцевому самоврядуванні. Адже використання Е-комунікацій не тільки дозволяє значно економити кошти на рекламу в друкованих та електронних ЗМІ, але й за певних умов і служити методом для збору коштів для інформаційної кампанії — наприклад, розмістивши на сайті листівки, можна попросити своїх прихильників ці листівки роздрукувати та розповсюдити.

До речі, суворі реалії сучасного інформаційного простору в Україні, на жаль, вказують нам і на можливість неетичного використання Е-комунікацій. Наприклад, для політичних авантюристів Е-комунікація може виявитися зручним методом для підкупу виборців — від прямого поповнення їхніх "електронних гаманців" до "соціального підкупу" у вигляді надання безкоштовного доступу до Інтернет-мережі представникам окремих груп (людям з обмеженими можливостями тощо).

На негативних аспектах використання Е-комунікацій зосереджують увагу і вітчизняні дослідники. Так, Г.Г. Почепцов у контексті "негативно зорієнтованих технологій", які суттєво впливають на виборчі технології, зазначає: "нові інформаційні технології на кшталт Інтернету сьогодні активно використовуються з метою розповсюдження негативної інформації" [7, с. 332]. З цього приводу PR-фахівець А.П. Куліш дає такий алгоритм (не

застосовуючи до нього оцінок негативного забарвлення): "спочатку піарщик... вкидає свій інформаційний привід (так званий spin)... до веб-мережі... далі цю подію підхоплюють з Інтернету "невртуальні" ЗМІ... і зі звичним галасом розносять її в "реальному" житті: так ваша подія стає предметом обговорення в цілому суспільстві!" [15, с. 124]. Аналізу саме негативних технологій з використанням можливостей мережі Інтернет присвятили розділ у своїй книзі українські вчені Г.А. Атаманчук та А.М. Гірник [6, с. 99—101], які виділяють (в порядку складності) — "прямий обман", "короточасне вміщення неправдивої інформації", "підставний сайт", "сумнівна (напівправдива) банерна реклама", "використання відверто неправдивих банерів".

Однак найбільша суспільна небезпека при застосуванні Е-комунікацій нас очікує через феномен створення "реальної віртуальності" (М.Кастельс) або, як відзначають політологи, "медіатизації політики". Як відзначає вітчизняний вчений Д.В.Яковлев, "розвиток інформаційної сфери призводить до медіатизації політичної взаємодії, що, на наш погляд, є одним із небагатьох процесів, спільних, та однаково небезпечних, для України та країн консолідованої демократії" [16, с. 104]. Та поряд із цілком реальними загрозами для демократії з боку "медіатизації" політики вчені відзначають низку переконливих переваг, яку несе в собі цей феномен, породжений, насамперед, новітніми комунікативними практиками. Зокрема, Е-комунікації: створюють нові форми комунікації у сфері публічної влади; послаблюють інформаційну залежність суспільства від традиційних медіа; сприяють відкритості й транспарентності політичних інститутів; створюють нові механізми політичної мобілізації мас; надають широким верствам населення технологічну можливість брати участь в обговоренні суспільно-політичних проблем.

У той же час розвиток Е-комунікацій у місцевому самоврядуванні гальмують як об'єктивні, так і суб'єктивні чинники. До умовно об'єктивних чинників віднесемо недостатнє географічне покриття мережею Інтернет, порівняно невелику кількість користувачів Мережі і сформованих на локальному рівні Е-спільнот, відсутність як фахівців у галузі Е-комунікації в місцевому самоврядуванні, так і методологічної основи та інструментарію для оцінки ефективності комплексу заходів, проведених за допомогою Е-комунікації. Відзначимо, що саме останній фактор — відсутність не тільки теоретичної, але і емпіричної бази для верифікації гіпотези про дієвість Е-комунікації — є серйозним обмеженням для більш широкого використання новітніх технологій у чи не всіх комунікативних ситуаціях, які супроводжують реалізацію комунікативних завдань у місцевому самоврядуванні.

Поряд з об'єктивними обмеженнями розвитку Е-комунікації (які з часом піддаються корекції — наприклад, брак фахівців — спеціальними навчальними курсами, географічне покриття зростає з розвитком телекомунікаційних технологій) сьогодні в Україні присутня і низка суб'єктивних факторів, що визначаються сучасним політичним процесом, рівнем політичної культури та розвитку суспільства. До суб'єктивних факторів, що обмежують розвиток Е-комунікацій у місцевому самоврядуванні на регіональному рівні, можемо віднести [17, с. 316]: а) неможливість залучення фахівців (як прави-

ло, дорого оплачуваних) у сфері PR та IT при обмеженому фінансуванні локальних інформаційних кампаній і програм; б) використання "відпрацьованих" стандартних комунікативних технологій залученими до інформаційної кампанії фахівцями, які, як правило, не бажають ризикувати; в) замкненість інформаційних кампаній і комунікативних процедур на одній особі (керівник органу місцевого самоврядування, лідер громадської організації, кандидат на посаду міського голови тощо), ці особи, як правило, є одночасно і основними фінансовими донорами вказаних інформаційних кампаній, але природно не завжди є фахівцями у сфері комунікативних технологій. Додамо до цього ще й традиційне українське "гальмо" усього прогресивного у вигляді корупційної складової — адже не секрет, що серед фахівців, які відповідають за комунікативну політику на місцях, є люди, яким вигідна не економічна оптимізація витрат, а розподіл фінансів по "своїм" або підконтрольним рекламним агенціям з усталеним набором рекламних носіїв (між іншим, у регіональних виборчих штабах чомусь і досі вважається престижним на посади керівників рекламних напрямів залучати директорів або власників рекламних агенцій).

Але найбільш істотно перешкоджають впровадженню E-комунікацій системні проблеми у суспільному розвитку трансформаційних посттоталітарних держав, до яких належить і Україна: по-перше, емпірично доведена "ефективність" підкупу виборців, яка зводить нанівець будь-які спроби побудови взаємовідносин між владою і громадянином на основі неухильного дотримання демократичних процедур; по-друге, принцип побудови партійних структур "зверху-вниз" та відсутність суттєвих кроків у напрямі децентралізації державного управління, коли, загалом, чи для партійного керівництва, чи для органу місцевого самоврядування не так вже й важлива комунікація з громадянами, особливо в міжвиборний період. У подоланні таких негативних явищ у вітчизняному розвитку місцевого самоврядування, безперечно, корисним буде використання досвіду європейських країн, в яких розпочалося впровадження E-демократії, тобто "використання електронних технологій зв'язку, таких як Інтернет і мобільні телефони, для поліпшення якості демократичних процесів в умовах прямої або представницької демократії" [18]. На переконання Д.В.Яковлева, "система електронної демократії обіцяє зробити уряд більш ефективним, швидше реагуючим на зростаючі вимоги часу, більш прозорим та легітимним, а також впровадити кращі публічні послуги" [16, с. 103].

ВИСНОВКИ І НАПРЯМИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

У рамках цієї статті неможливо детально дослідити особливості формування E-спільнот регіонального рівня, вплив і взаємозалежність функціонування "традиційних" медіа і E-спільнот, технологічний і ресурсний потенціал різних УКП у місцевому самоврядуванні при роботі в режимі E-комунікацій. Але на даному етапі обмежимося висновком про перспективність наукових досліджень E-комунікацій в сфері місцевого самоврядування. Адже всі чинники, що гальмують розвиток E-комунікацій, знаходяться у переліку основних перешкод для розвитку громадянського суспільства, дієвого місцевого самоврядування. Відповідно більш широ-

ке застосування E-комунікацій у місцевому самоврядуванні (внаслідок їх несумісності з обмежуючими факторами), на нашу думку, може суттєво впливати на розвиток громадянських інститутів як на локальному, так і на загальнодержавному рівні.

Література:

1. Миронова И. Интернет отключили от кризиса // "Коммерсант-Украина". — 20.10.2008.
2. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR. — СПб.: Питер, 2006. — 368 с.
3. Аги У., Кэмерон Г., Олт Фю, Уилкос Д. Самое главное в PR / Пер. с англ. — СПб.: Питер, 2004. — 560 с. — (Серия "Маркетинг для профессионалов").
4. Варій М.Й. Політико-психологічні передвиборні та виборчі технології: навчально-методичний посібник. — К.: Ельга, Ніка-Центр, — 2003. — 400 с. — (Серія "Новітня психологія"; Вип. 11).
5. Сучасний виборчий PR: навчальний посібник / В.В. Лісничий, В.О. Грищенко, В.М. Іванов та інші. — 2-ге видання, перероблене та доповнене. — К.: ВД, "Професіонал", 2004. — 384 с.
6. Атаманчук Г.А., Гірник А.М. Політичний менеджмент. Теорія та практика політтехнологій. — Видання друге, виправлене та доповнене. — Рівне: Перспектива, 2005. — 296с.
7. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. — М.: Рефл-бук; К.: Ваклер — 2002. — 352 с.
8. Биккулов А.С. Интернет как средство массовой коммуникации: автореф. дисс. канд. соц. наук / СПбГУ. — СПб., 2003. — 26 с.
9. "Голос України". — 24.10.2009.
10. Штромайер Г. Політика і мас-медіа / Пер. з нім. А.Орган. — К.: Вид-дім "Києво-Могилянська академія", 2008. — 303 с.
11. Галузь зв'язку: підсумки роботи за I півріччя 2009 року, 8 вересня 2009р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://stc.gov.ua/uk/publish/article/98142>
12. Українська інтернет-аудиторія налічує понад 10 млн користувачів. Підсумки роботи галузі, 28 січня 2009р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://stc.gov.ua/uk/publish/article/63905>
13. Результати виборів // Рівненська газета. — 2 грудня 2008.
14. Мустафин А. Выборы-невидимки // Зеркало недели. — 6—12.12.2008.
15. Куліш А.П. Практика PR по-українському: Щоденні поради PR-початківцям. К.: ТОВ "АДЕФ-Україна" — 336 с.
16. Яковлев Д.В. Медіатизація політики в умовах становлення демократичного режиму. Вісник СевДТУ. — Вип. 91: Політологія: зб. наук. пр. — Севастополь: Вид-во СевНТУ, 2008. — С. 103—105.
17. Штурхецкий С.В. E-коммуникация в Украине: региональные перспективы // E-gospodarka, E-spoleszenstwo w Europie Srodkowej i Wschodniej. Vol. 1.- Wydawnictwo KUL, Lublin, 2009. — Р. 314—318.
18. Кандзюба С.П. Використання електронних технологій зв'язку у виборчому процесі // "Державне управління та місцеве самоврядування". Збірник наукових праць. — 2009. — Вип. 1 (1). [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dums/2009-01/Kandzyuba.pdf.
Стаття надійшла до редакції 12.11.2009 р.