

Міністерство освіти і науки України
Чорноморський державний університет імені Петра Могили

Г. Л. БОНДАР

**КОМУНІКАТИВНА ПОЛІТИКА
В ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНОГО
СЛУЖБОВЦЯ**

Навчальний посібник



Миколаїв – 2015

УДК 351/354
ББК 67.99(2)1
Б 77

*Рекомендовано до друку вченою радою ЧДУ ім. Петра Могили
(протокол № 9 від 9 квітня 2015 року).*

Рецензенти:

Бакуменко В. Д. – доктор наук з державного управління, професор, проректор з наукової роботи Академії муніципального управління, Заслужений діяч науки і техніки України;

Крушельницька Т. А. – доктор наук з державного управління, професор кафедри економіки та регіональної економічної політики Дніпропетровського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України;

Домбровська С. М. – доктор наук з державного управління, доцент, завідувач науково-дослідної лабораторії Національного університету цивільного захисту України.

Б 77

Бондар Г. Л.

Комунікативна політика в діяльності державного службовця : [навчальний посібник] / Г. Л. Бондар. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ імені Петра Могили, 2015. – 300 с.

ISBN 978-966-336-339-4

У навчальному посібнику висвітлено теоретико-методологічні аспекти комунікативної політики в діяльності державного службовця та напрями діяльності державного службовця у сфері зв'язків з громадськістю та соціальних технологій. Матеріал викладено з урахуванням закордонного та вітчизняного досвіду щодо реалізації комунікативної політики в державному адміністративному управлінні, що дозволить студентам оволодіти систематизованими науковими знаннями про державну комунікативну політику, яка має стати одним із напрямів розв'язання проблем ефективності та оптимізації державного управління в інформаційній сфері, знярядям розбудови громадянського та інформаційного суспільства в Україні.

Посібник призначено для студентів спеціальності 8.15010002 «Державна служба», для працівників органів державної влади та місцевого самоврядування.

УДК 351/354
ББК 67.99(2)1

ISBN 978-966-336-339-4

© Бондар Г. Л., 2015
© ЧДУ імені Петра Могили, 2015

ЗМІСТ

Передмова.....	5
Розділ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ В ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ	8
Підрозділ 1. Теоретико-методологічні засади формування комунікативних умінь державних службовців	9
1.1. Системно-структурний аналіз спілкування як специфічний вид діяльності.....	9
1.2. Психолого-педагогічні фактори та умови формування комунікативних умінь	13
1.3. Психологічні основи розвитку комунікативної компетентності державних службовців	16
<i>Підрозділ 2. Основи комунікації.....</i>	31
2.1. Основні складові комунікативної діяльності державних службовців	31
2.2. Комунікація як акт спілкування. Помилки комунікації та їх подолання.....	42
2.3. Види та форми комунікації. Принципи ефективної комунікації	48
2.4. Політичні комунікації.....	54
Розділ 2. НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ У СФЕРІ ЗВ'ЯЗКІВ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ ТА СОЦІАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	62
Підрозділ 1. Електронна комунікація	63
1.1. Теоретичні засади електронної комунікації	63
1.2. Функції електронної комунікації	66
1.3. Комунікаційні бар'єри електронної комунікації	68
1.4. Глобальна комунікаційна система Інтернет	72
Підрозділ 2. Інформаційне суспільство: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні.....	81
2.1. Інформація як філософська категорія і соціально-політичне явище	81
2.2. Інформаційне суспільство та тенденції його розвитку	87
2.3. Особливості впливу мас-медіа на формування громадянського суспільства	94
2.4. Інформаційна політика як фактор трансформації українського суспільства	105

Підрозділ 3. Соціальні технології та інформатизація державного управління	124
3.1. Інформатизація суспільства – основа сучасних соціальних технологій.....	124
3.2. Стан та перспективи розвитку інформатизації та інформаційного суспільства в Україні	132
3.3. Проблеми зміни мотивацій у необхідності інформатизації при реорганізації органів державного управління	137
3.4. Вибір стилів ухвалення управлінських рішень із використанням сучасних інформаційних технологій	145
3.5. Міжнародне науково-технічне співробітництво у сфері інформатизації та інформаційного суспільства	148
Підрозділ 4. Електронне урядування.....	153
4.1. Розбудова електронного урядування в Україні	153
4.2. Створення системи електронної взаємодії органів виконавчої влади та системи електронної взаємодії інформаційних ресурсів	159
4.3. Міжнародна та національна оцінка розвитку електронного урядування.....	163
Підрозділ 5. Зв'язки з громадськістю як комунікативний аспект державного управління	180
5.1. Зв'язки з громадськістю (PR) як фактор державної політики.....	180
5.2. Формування іміджу місцевих державних адміністрацій в Україні. Місцеві чиновники у формуванні іміджу влади.....	190
5.3. Рольова участь паблік рілейшнз у процесах політичної глобалізації.....	200
Підрозділ 6. Стратегія і тактика переговорів у державному управлінні.....	215
6.1. Сутність і завдання переговорів	215
6.2. Різновиди та функції переговорів.....	223
Словник.....	233
Тести.....	238
Література.....	277
Предметний покажчик.....	289
Додатки	292

ПЕРЕДМОВА

Однією з функцій політичного управління є налагодження ефективних, стійких комунікацій. Керування комунікацією дозволяє учасникам політичного процесу розбудовувати сильні сторони і нейтралізувати слабкі. В результаті комунікативної взаємодії одержана в процесі зворотного зв'язку інформація дозволяє корегувати політичний курс і дає уявлення про громадську думку з локальних питань.

Результатом ефективного політичного управління є досягнення консенсусу, вироблення спільного рішення щодо проблеми, реалізація політичної волі. Під критеріями ефективності управління слід розуміти відкритість і публічність політичної комунікації, що припускає участь усіх суб'єктів політичного процесу. В епоху ускладнення соціальної структури і впровадження інформаційних технологій ефективність політичного управління багато в чому полягає в можливості прямого, безпосереднього спілкування між керуючим і керованими.

Крім того, постає ще одна важлива проблема в контексті відкритості і публічності політичної комунікації, а саме: з якою метою влада має намір розбудовувати комунікації діалогового типу? Показати відкритість або перспективно розбудовувати громадські зв'язки? Істотна різниця полягає в тому, що імітація комунікативних майданчиків під політичні проекти вирішує лише короткострокові завдання і часто зумовлена персоніфікацією політичного процесу, рішення ухвалюються імпульсивно та без урахування наслідків у середньо- і довгостроковій перспективі; в той же час створення стабільних і регулярних двосторонніх комунікацій дозволить владі не просто бути забезпеченою громадською підтримкою, але одержувати експертні, інноваційні ідеї,

спрямовані на підвищення ефективності політичного управління. Останнім часом все більше в суспільстві зростає запит на відкриту владу і прозору систему виборів, на делегування владою повноважень щодо координації та управління суспільними процесами. Розкривається конфлікт між бажанням влади „закритися” однобічними комунікаціями й прагненням громадських структур до участі в діалозі з владою, саме це є проблемною крапкою вивчення і реалізації управління політичними комунікаціями.

Проблеми управління у сфері державної служби спонукають до пошуку нових способів і методів розвитку керівників ХХІ століття, здатних у сучасних умовах взаємодії держави і суспільства не тільки виявляти складні та суперечливі проблеми, але й прогнозувати їхні можливі наслідки, а також знаходити нові шляхи вирішення цих проблем. Вирішення цього питання дозволить говорити про можливість оптимізації процесу продуктивного розвитку керівника як суб'єкта управлінської діяльності нового часу.

Актуальним є й питання формування позитивного іміджу державного службовця в контексті важливості реформування державної системи влади, а також взаємодії органів державної влади з громадянським суспільством. Тому без ефективної державної служби неможливі зміцнення державної влади та захист загальнонаціональних інтересів, а також динамічний соціально-економічний розвиток країни.

Оскільки предметною областю державної служби є суспільні відносини, відповідно їхня складна система реалізується в різних напрямках: між державними службовцями і державою; між державними службовцями і громадянським суспільством; між самими державними службовцями з урахуванням структурних і ієрархічних зв'язків; між конкретними державними службовцями (посадовими особами) і кон-

кретними громадянами. Професійна діяльність державних службовців, таким чином, є суспільно значущою: вони персоніфікують державу, постаючи представниками і носіями реальної влади, які допомагають або перешкоджають реалізації потреб і інтересів громадян. Тому оцінка професійної діяльності чиновників носить комплексний характер, що поєднує як оцінку результатів своєї діяльності самими суб'єктами, так і оцінку результату їх діяльності в суспільстві.

Посібник адресований студентам спеціальності „Державна служба”, аспірантам, викладачам, які вивчають проблематику політичної та соціальної комунікації, а також працівникам органів державної служби, які бажають підвищити свою кваліфікацію.

Розділ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ В ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ

Підрозділ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ УМІНЬ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ

Ключові поняття: спілкування, комунікативна компетентність, комунікативна особистість, вербальна/невербальна комунікація, комунікативні вміння, мовленнєва майстерність державного службовця, комунікативні бар'єри, управлінська компетентність.

1.1. СИСТЕМНО-СТРУКТУРНИЙ АНАЛІЗ СПІЛКУВАННЯ ЯК СПЕЦИФІЧНИЙ ВИД ДІЯЛЬНОСТІ

Спілкування – це такий вид спільної діяльності, між учасниками якої відбувається суб'єкт-суб'єктна взаємодія, в якій партнери однаково активні і розглядають один одного як мету, а не як засіб.

Виокремлюють такі умови для спілкування: існування потреби в спілкуванні у його учасників; взаємне визначення свободи, рівності й цінності один одного; наявність загального предмету спілкування; єдина семантика, якою оперують учасники.

Елементи структури спілкування: суб'єкти з їх інтересами, потребами і мотивами; об'єкт спілкування як явище, що фокусує активність взаємодіючих суб'єктів; діяльність кожного учасника спілкування, спрямована як на об'єкт їх спільного інтересу, так і один на одного. Якістю суб'єкта є вільна активність, яка полягає в самозумовленості, самопричинності вибору мети, засобів її реалізації. Відсутність або втрата вільної активності переводить людину з позиції суб'єкта на

позицію об'єкта. Об'єкт – це те, з приводу чого спілкування здійснюється, і те, за допомогою чого воно відбувається, і те, що створюється спільними зусиллями учасників.

Розрізняють такі типи спілкування. У „*продуктивному*” спілкуванні мотивація суб'єктів спрямована в однаковій мірі на предмет спілкування, партнера і на процес їхньої взаємодії. У „*дружньому*” – на партнера, а процес їхньої взаємодії і предмет спілкування грають лише інструментальну роль посередників або знаків, на мові яких суб'єкти розкривають себе один одному. У „*ігровому*” – на процес взаємодії учасників і частково на партнера та предмет спілкування.

Важливою складовою під час здійснення „спілкування” є „розуміння”, взаємне розуміння учасниками один одного як суб'єктів. Результатом „розуміння” є досягнення згоди зі збереженням неповторної індивідуальності кожним.

„Спілкування” відрізняється від таких дотичних явищ, як „керування”, „обслуговування” і „комунікації” не тільки суб'єкт-суб'єктним зв'язком його учасників, але і метою, засобом діяльності та ступенем активності партнерів. Учасники спілкування однаково активні і розглядають один одного як мету. У керуванні і обслуговуванні метою є тільки один із партнерів, а інший – засобом задоволення його потреб. Якщо ж обидва учасники є засобами щодо певної мети, яка лежить поза ними, тоді це комунікація.

Доволі дискусійним виглядає питання щодо співвідношення „спілкування” і „комунікації”. Спільною рисою у „комунікації” та „спілкуванні” є те, що вони являють собою спільну діяльність людей. А відмінним є соціальна взаємодія їх учасників, а отже і різні види зв'язку: в комунікації – суб'єкт-об'єктний зв'язок, у спілкуванні – суб'єкт-суб'єктний. Суб'єкт-об'єктний зв'язок у комунікації призводить до того, що

кількість інформації зменшується підчас її прямування від відправника до одержувача. У спілкуванні ж немає відправника й одержувача, є співучасники спільної результуючої інформації, що циркулює між однаково активними партнерами, і тому не зменшується, а збільшується.

Звичайне спілкування включається в практичну діяльність людей (спільна праця, пізнання), хоча відзначається і можливість відокремлення спілкування в самостійну активність, що задовольняє потреби людини в контактах з іншими людьми, тобто комунікаційну потребу.

Розрізняють *три ознаки спілкування*:

А. перцептивна ознака – взаємне сприйняття, прагнення до розуміння мотивів поведінки партнерів;

Б. комунікативна ознака – обмін висловлюваннями, знаковими повідомленнями;

В. інтерактивна ознака – обмін не тільки словами, але й діями згідно з ухваленою програмою спільної практичної діяльності.

У такий спосіб спілкування постає як сума трьох різних процесів: перцепція (пізнання людьми один одного) + комунікація, прийнята як вербально-словесно-мовна діяльність + спільні цілеспрямовані дії. Але тут є й застереження. По-перше, комунікативний бік зводиться до вербальної комунікації, що полягає в обміні висловлюваннями й забувається безсловесне спілкування між людьми, наприклад взаєморозуміння партнерів, погоджені дії; у цих випадках випадає сторона Б, а сторони А и В залишаються; по-друге, спільна трудова діяльність, може бути у вигляді фізичної праці (матеріальне виробництво) або у вигляді розумової праці (духовне виробництво); це розмежування принципове важливе, тому що спільне духовне виробництво по суті зливається з вербальною комунікацією між учасниками (наприклад „мозкова атака”, наукова полеміка, співавторство публікацій), а у

випадку матеріального виробництва такого злиття немає; по-третє, ця формула взагалі не придатна для письмового спілкування або для електронної комунікації [117, с. 68].

Реальна комунікаційна дія у всіх її формах – наслідування, керування, діалог – обов'язково включає сприйняття партнерами один одного, формування їхніх образів (іміджів) у свідомості суб'єктів комунікації та їх емоційне переживання, тобто перцепцію. Для ефективного управління або діалогу важливо вгадати реакцію реципієнта на те або інше повідомлення, потрібно знати мотиви, якими він керується, його очікування і комунікаційні навички, з іншого боку, реципієнт формує своє ставлення до комуніканта: байдужність, довіра, симпатія і т. д., комунікант і реципієнт „моделюють комунікативно значущі особливості особистості співрозмовника” [117, с. 69]. Спілкування може бути духовною працею у вигляді словесної (вербальної) комунікації або спілкування може бути не словесною (невербальною) комунікацією. Тоді усна комунікація в цих випадках тотожна спілкуванню.

Отже, усна комунікація: не буває поза спілкуванням, у той час як спілкування може не включати словесну комунікацію. Усна комунікаційна діяльність є духовним спілкуванням соціальних суб'єктів. Письмова комунікація та електронна комунікація збігаються з письмовим спілкуванням, оскільки спільна матеріально-виробнича діяльність виключається.

Аналізуючи проблему співвідношення „спілкування” і „суспільних відносин” можна виокремити три його аспекти. Перший аспект розкривається через відношення „структури” і „функції”. Якщо суспільні відносини виступають у якості структури об'єкта (структури суспільства), то спілкування за своєю суттю є діяльністю, тобто характеризує об'єкт з боку функціонування. Другий аспект торкається харак-

теристики спілкування як усвідомленої цілеспрямованої активності, а суспільних відносин як об'єктивних, незалежних від людини, які відчужуються від конкретних індивідів і є властивістю „сукупного суб'єкта” – людського суспільства. Третій аспект торкається співвідношення понять „прямі” і „непрямі”, „особистісні” та „неособистісні” соціальні зв'язки. В спілкуванні відносини між його учасниками особистісні, безпосередні, контактні, а в суспільних відносинах – опосередковані, непрямі, поза- та надособистісні.

Основною тенденцією розвитку феномену спілкування є охоплення багатьох проявів суспільної дійсності. Це стосується не лише технокогнітивної, художньої й моральної сфер, які особливо апелюють до необхідності онтології міжсуб'єктності. Це стосується спілкування між епохами, континентами, суспільствами, світоглядами, способами життя тощо. Спілкування спроможне чинити вплив на історичний процес, стає загальноцивілізаційною засадою громадянської злагоди і суспільного прогресу.

1.2. ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ ФАКТОРИ ТА УМОВИ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ УМІНЬ

Успішна участь особистості в суспільних процесах, задоволення власних практичних потреб значною мірою залежить від її здатності до ефективної комунікації. Через пізнання і спілкування людина так чи інакше впливає на дійсність, змінює її, реалізує свої творчі можливості в усіх сферах життя. Тож пріоритетною стає проблема формування *комунікативної компетенції* як провідного компонента у структурі загальної підготовки й розвитку особистості. В Україні заклади освіти

всіх рівнів мають забезпечити формування **комунікативної особистості** – людини, яка володіє вміннями й навичками вільно, комунікативно доцільно користуватися засобами рідної мови – її стилями, типами, жанрами в усіх видах мовленнєвої діяльності. Оскільки заклади освіти мають не лише давати знання, формувати вміння й навички, а й забезпечувати належний рівень комунікативної компетенції.

Для того, щоб створити методичну систему формування комунікативних умінь, потрібно дотримуватися вимог „методологічного алгоритму” (див. рис. 1): теорія має вдосконалюється в методології, конкретизуватися в технології та перевірятися на об’єктивність практикою.

Комунікативні вміння – це здатність особистості здійснювати комунікацію відповідно до комунікативних умов і мети спілкування. Вони відображають рівень сформованості комунікативних дій і є критерієм розвинутого мовлення особистості.

Комунікативні вміння включають у себе сукупність комунікативно-мовленнєвих дій, спрямованих на сприймання, відтворення і створення висловлювань в усному (діалогічному та монологічному) і писемному мовленні (див. рис. 2).

Формування мовленнєво-комунікативних умінь сприяє розвитку комунікативної особистості з великим пізнавальним досвідом, високим рівнем комунікативної компетенції, стійким прагненням удосконалювати власне мовлення, наслідувати певний мовленнєвий ідеал.

Комунікативна особистість – це особистість, яка розглядається з погляду її готовності, досвіду, здібностей до мовленнєво-комунікативної діяльності (див. рис. 3).



Рис. 1. Методологічний алгоритм формування комунікативних умінь особистості



Рис. 2. Структура мовленево-комунікативних умінь



Рис. 3. Складники комунікативної особистості

1.3. ПСИХОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ

У загальній структурі управління комунікбельність виражає власне соціально-психологічний аспект діяльності керівника. Вона є однією із професійно важливих якостей керівника, оскільки ефективність управлінської діяльності залежить від уміння керівника вислуховувати партнера по взаємодії, володіння методикою спілкування, засобами переконувального впливу та ін. Одними із найсуттєвіших в управлінському процесі є комунікативні проблеми (стиль спілкування, глибина і повнота взаєморозуміння, певні навички і вміння впливу на людей тощо). Виявляються вони не лише у внутрішньоорганізаційному спілкуванні, а й у зовнішніх зв'язках (встановлення ділових відносин, подолання спірних ситуацій), суттєво впливаючи на успішність орга-

нізації загалом. Тому комунікативні якості і здібності, підготовка керівника до повноцінного міжособистісного спілкування, творчого співробітництва й діалогу з колегами та підлеглими є важливим чинником ефективної управлінської діяльності. Отже, розвиток цих його якостей і здібностей є важливим напрямом системи професійного та психологічного навчання державних службовців.

Сучасна практична психологія володіє різноманітними методичними прийомами, способами розвитку в державних службовців конкретних умінь і навичок спілкування, взаємодії, розуміння й взаєморозуміння. Але комунікативна підготовка потребує не лише збільшення обсягу психологічних знань, засвоєння і закріплення „ефективних” комунікативних умінь. Необхідна принципова орієнтація особистості на ефективну внутрішню і зовнішню комунікативну взаємодію.

Комунікативна компетентність передбачає наявність знань із соціальної психології, вміння їх використовувати, враховувати в конкретній діяльності. Основними *джерелами*, що впливають на комунікативну компетентність є: життєвий досвід, мистецтво, загальна ерудиція людини, спеціальні наукові методи. Активізація комунікативного потенціалу державного службовця пов’язана з адекватним розумінням і реалізацією на практиці функцій спілкування.

У процесі об’єднання індивідуальних комунікативних дій учасників управлінської взаємодії як правило, виникають: ситуація партнерства (взаємодія на основі діалогу), ситуація кооперації (взаємодія на основі розподілу дій), традиційна ситуація інформаційного обміну. У цьому процесі виокремлюють такі фази:

- визначення спільних для учасників взаємодії „координат”;
- упорядкування функцій спілкування між учасниками, визначення загальної стратегії групової поведінки учасників;

– синхронізація психічної активності учасників із формування „спільного фонду” знань, умінь і навичок (обмін досвідом, взаємне управління, контроль і корекція поведінки та спілкування учасників управлінської діяльності).

Результатом цього спілкування є вироблення спільних позицій у учасників або з’ясування суперечностей між ними за конкретними ознаками.

Високоєфективним щодо засвоєння та розвитку комунікативних знань і навичок є групова взаємодія між державними службовцями, яка розкриває широкий простір для реалізації таких групових феноменів, як згуртованість, спрацьованість, надійність. Формування в процесі взаємодії механізмів координації спільних дій передбачає два рівні регуляції:

- набутий досвід групової дії (вміння та навички кожного учасника взаємодії);
- внутрішньогруповий досвід, втіленням якого є структура функціональної організації спільної діяльності та внутрішньогрупової комунікації.

*Результативність комунікативної підготовки державних службовців залежить від дотримання **вимог**, що забезпечують ефективність формування в них умінь і навичок спілкування:*

➤ **Висока професійна значущість навчання.** Йдеться про актуалізацію психологічної готовності державного службовця до оволодіння практикою ділового спілкування.

➤ **Одночасність дій учасників комунікативного процесу** під час вирішення практичних проблем та опанування нових методів і засобів комунікації. Одночасність дій виявляється в тому, що один відправляє певне повідомлення, а інший його сприймає. За таких умов повідом-

лення і сприйняття інформації спрямовані на її передавання, інтерпретацію та осмислення. Це забезпечує єдність прийняття повідомлення і пізнавальних процесів, що супроводжують його, оскільки повідомлення потрапляє в суб'єктивний інформаційний простір людини, якому властиві самоаналіз, самосприйняття тощо. У цьому процесі індивід безперервно впливає сам на себе, трансформуючи своє бачення іншого, ситуації, самого себе, ідей. Разом усе це забезпечує творчий характер комунікативної підготовки.

➤ **Етапність процесу комунікативної підготовки.** Реалізується ця вимога через послідовне опанування технологій: комунікативної компетентності, побудови міжособистісних стосунків, групової взаємодії та інноваційних процесів, реалізації групових задумів із поєднанням теоретичних аспектів навчання та практичних елементів занять.

➤ **Урахування індивідуальних психофізіологічних, етнопсихологічних особливостей учасників комунікації.** Це стосується таких особливостей, як рівень екстраверсії та інтроверсії особистості, показники емоційної стабільності, тенденції реагування чи тенденції акцентуації основних характерологічних властивостей індивіда, показники мотивації спілкування та інше.

➤ **Актуалізація отриманих комунікативних знань.** Підкреслення їхньої значущості для набуття професіоналізму особистістю оптимізує пізнавальну діяльність державного службовця, сприяє ефективності комунікативної підготовки.

➤ **Урахування певних змін суб'єктів у процесі здійснення ними комунікації.** Зумовлені вони перерозподілом інформації та її інтерпретацією в системі взаємодії, новим розумінням інформації, трансформованими поглядами на події, факти.

Сучасний державний службовець – це людина, що виконує свої професійні обов’язки в ринкових умовах, зважаючи на соціально-економічні та духовні зміни в суспільстві. Тому важливо, щоб він не лише розумів закономірності соціально-економічних процесів, міг працювати з інформацією, планувати та прогнозувати наслідки діяльності свого підрозділу, а й умів працювати з людьми. Практика свідчить, що результативність роботи будь-якої соціальної організації на 80 % залежить від бажання людей працювати, їх взаємин у ході ділових контактів, уміння спілкуватися [68, с. 5].

Підраховано, що сучасний менеджер витрачає від 50 до 90 % часу для того, щоб реалізувати свою роль у міжособистісних взаєминах, інформаційному обміні, процесах ухвалення рішень та виконання управлінських функцій планування, організації і контролю. Тому набуття навичок комунікативної компетентності – важлива складова професійної підготовки кадрів управління.

Під **комунікативною компетентністю особистості** ми розуміємо наявність необхідних психологічних знань, соціальних настанов, умінь і досвіду у сфері міжособистісного та міжгрупового спілкування. Головним компонентом комунікативної компетентності можна вважати ті *комунікативні якості*, які притаманні людині і характеризують її потребу в спілкуванні. Іншою складовою комунікативної компетентності є *комунікативні здібності* людини, тобто її вміння налагоджувати контакти і процес спілкування, здатність управляти цим процесом (проявляти активність у потрібний момент, брати на себе ініціативу в спілкуванні, активно реагувати на стан партнера і впливати на нього, уміло застосовуючи різні засоби), уміння подати себе, визначати, правильно оцінювати свою реакцію і реакцію партнерів у ході спілкування та при змінах у ситуації. Люди різного віку, освіти, культури,

різного рівня психологічного розвитку, з різним життєвим та професійним досвідом відрізняються одне від одного за своїми комунікативними здібностями. У цілому комунікативна компетентність виявляється як *знання норм і правил спілкування, оволодіння його технологією, використання в повному обсязі комунікативного потенціалу* [68, с. 6].

Комунікативна компетентність свідчить, чи вміє людина, перш ніж вступити у спілкування з іншою, визначити свої інтереси та співвіднести їх з інтересами партнера, оцінити свого партнера як особистість, вибрати таку техніку та прийоми спілкування, які найбільше підходять саме для цієї ситуації, саме для спілкування з цим партнером. Також має значення вміння людини контролювати хід і результати спілкування, правильно завершити акт спілкування (щоб навіть при несприятливому про себе враженні у партнера виникало бажання продовжувати контакти).

Сучасний державний службовець, працюючи над розширенням своєї комунікативної компетентності, повинен:

- уміти формулювати цілі службового і неформального спілкування;
- організувати процес спілкування і вміти управляти ним (застосовуючи різні тактичні прийоми, не забуваючи про стратегічну лінію);
- володіти технікою мовлення, знати мовленнєвий етикет і вміло його використовувати;
- уміти ставити запитання і конкретно та коректно відповідати на них;
- уміти вести бесіду, співбесіду, ділову розмову, полеміку, дискусію, діалог, ділові переговори, наради тощо;
- уміти аналізувати конфліктні ситуації, конфронтації, що виникають у сфері службових відносин, та вибирати найефективніші методи їх розв'язання;

- володіти прийомами переконання, навіювання, критики;
- розуміти „мову невербальних сигналів” у поведінці своїх комунікативних партнерів і відповідно реагувати на неї;
- знати діловий етикет та вміти його використовувати;
- уміти здійснювати психотерапію, знімати стрес, адаптуватись до певних умов [68, с. 7].

Комунікативна компетентність потребує кропіткої наполегливої праці особистості над собою, самоосвіти. Невміння спілкуватись, правильно обирати потрібну тактику спілкування часто стає причиною конфліктів між людьми та обертається прорахунками в професійному зростанні державного службовця.

Набуття комунікативної компетентності передбачає насамперед досконале володіння вербальними та невербальними засобами комунікативного впливу.

Вербальна комунікація – основний канал обміну інформацією між людьми. Мова є найбільш універсальним засобом комунікації, тому що під час передачі інформації з її допомогою менш за все втрачається зміст повідомлення. Успішність вербальної комунікації буде тим кращою, чим краще партнери забезпечують тематичну спрямованість інформації, а також її двосторонній характер.

Мовленнєва майстерність державного службовця – це цілісна система засобів мовленнєвого впливу, яка свідомо використовується ним у конкретних умовах комунікації для досягнення поставленої мети. Вона передбачає: а) уміння говорити грамотно, без помилок; б) володіння всіма мовними засобами, усіма її стилістичними ресурсами, прийомами впливу на партнерів по спілкуванню; в) творчий підхід до процесу мовленнєвого впливу на інших людей, вироблення власного індивідуального стилю мовлення; г) наявність мовленнєвої

культури тощо. В основі мовленнєвої майстерності лежать **комунікативні якості мовлення**: правильність, чистота, точність, багатство й різноманітність лексики, образність, виразність, дохідливість, доцільність, стислість. Однак передусім інформація, повідомлена партнерові по спілкуванню, повинна бути точною, ясною і професійно правильною. Найчастіше в мовленні державних службовців трапляються мовленнєві помилки, використання суржику через змішування української та російської мов, що засмічує мовлення; нелітературні елементи (жаргонні, вульгарні, діалектні, просторічні слова); слова-паразити, які не несуть жодної інформації; зловживання запозиченими іноземними словами тощо [68, с. 8].

Не менш важливим у формуванні комунікативної компетентності є розуміння „мови невербальних сигналів” та володіння ними. **Засоби невербальної комунікації** (жести, поза, міміка, інтонація, паузи, дистанціювання) як „мова почуттів” є продуктом суспільного розвитку людей. Вони значно посилюють смисловий ефект вербальної комунікації, а за певних обставин можуть її замінювати. Міміка та жести в процесі вербального спілкування дають можливість підкреслювати смислові наголоси інформації, що передається, посилювати емоційний ефект від усвідомлення її значущості. Водночас невиправдано гіпертрофована міміка та жестикуляція, позбавлені змістовного підґрунтя, можуть ускладнити сприйняття інформації, й дезорієнтувати реципієнта (споживача інформації).

Підвищенню ефективності спілкування в комунікації сприяє однакове розуміння ситуації спілкування. А це можливо лише у випадку включення комунікації в якусь загальну систему діяльності. Під час спілкування можуть виникати специфічні **комунікативні бар'єри**. Найчастіше вони мають соціальний або психологічний характер. З

одного боку, вони можуть виникати, якщо немає єдиного розуміння ситуації спілкування або через розбіжності більш глибокого характеру, які існують між партнерами (соціальні, політичні, релігійні, професійні чинники, різне світобачення, світорозуміння тощо). З іншого боку, бар'єри комунікації можуть мати й більш „суто” виражений психологічний характер – унаслідок індивідуальних психологічних особливостей учасників спілкування (наприклад, надмірна сором'язливість одного, закритість іншого, некоммунікбельність) або через особливого роду психологічні відносини, які склалися між учасниками спілкування [68, с. 9].

Отже, комунікативна підготовка державних службовців сприяє налагодженню морально-психологічного клімату в установах, ділових відносин, інтеграції зусиль на досягнення загальної мети.

При дослідженні питання розвитку професіоналізму та компетентності державних службовців доцільно використовувати акмеологічний підхід, який дозволяє розглядати питання розвитку і вдосконалення управлінської компетентності на різних вікових етапах онтогенезу особистісної зрілості суб'єкта управлінської діяльності: від професійного самовизначення, одержання професійної освіти до самоактуалізації в професійній управлінській діяльності.

Управлінська компетентність розглядається А. Деркачем, як психолого-акмеологічна категорія, властива конкретному суб'єкту управлінської діяльності [28, с. 11]. Проявом високого рівня управлінської компетентності є досягнення високопродуктивної управлінської діяльності за допомогою індивідуально-своєрідного комплексу технологій, заснованих на сукупності професійних управлінських знань, умінь і навичок, реалізованих за наявності розвинених професійно важливих якостей, з мінімальними затратами особистісних та виробничих ресурсів.

У межах системної методології А. Деркач, виокремлює загальні, особливі та одиничні фактори. Загальні фактори: високий рівень мотивації, потреба в досягненні неординарних результатів, професійно-особистісні стандарти, рух до верхівок професіоналізму. Також до загальних факторів відносяться високий рівень професійного сприйняття і мислення.

До особливих факторів відносяться ті, які сприяють досягненню високих показників у конкретних видах професійної діяльності: точності, надійності, організованості, стабільності. Наприклад, такими факторами є стресостійкість, розвинена психомоторика, розвинені функції уваги та ін., тобто психологічні професійно важливі якості, а також спеціальні вміння.

Одиничні фактори відбивають індивідуальні прояви в діяльності [1, с. 152].

Отже, при розгляді питання щодо ефективності розвитку управлінської компетентності державних службовців варто виокремити три різновиди факторів – **об'єктивні, об'єктивно-суб'єктивні та суб'єктивні**.

До **об'єктивних факторів** розвитку управлінської компетентності державних службовців належить: прояв відкритих вимог до управлінської діяльності в системі державної служби. Це своєрідні соціальні фактори, що розкривають за суттю акмеологічні ознаки управлінської діяльності державних службовців: професіоналізм та компетентність, зацікавленість держави і самих державних службовців у підвищенні професіоналізму кадрового складу державної служби, розуміння відповідальності перед суспільством та його соціальними інститутами, а також престиж професійної майстерності керівників на державній службі.

До **суб'єктивних факторів** розвитку управлінської компетентності державних службовців належить: високий рівень теоретичних знань,

практичних управлінських умінь і навичок, творче мислення; самооцінка і саморегуляція; ставлення до професії; професійно-управлінське спрямування; професійно важливі якості.

Характер спеціальної підготовки державних службовців відіграє важливу роль у розвитку їх управлінської компетентності. Навчаючись у вищих навчальних закладах, проходячи курси підготовки й курси підвищення кваліфікації, держслужбовці одержують спеціальні професійні, управлінські та психолого-педагогічні знання, в них формується спрямованість на продуктивне виконання своєї управлінської діяльності. На практиці державні службовці, стикаючись з конкретною управлінською ситуацією або проблемою, у першу чергу керуються наявними знаннями. У діяльності таких керівників відбувається поєднання знань із досвідом. Саме тому для успішного розвитку управлінської компетентності державних службовців потрібен високий рівень теоретичних знань і творче мислення.

Також важливими суб'єктивними факторами розвитку управлінської компетентності державних службовців є розвиток: самооцінки, рефлексивної компетентності та вміння саморегуляції. Роль самооцінки є важливою для формування мотивації досягнення та саморозвитку держслужбовців. *Самооцінка особистості* розглядається як важлива детермінанта професійного пізнання. Уявлення про бажаний результат діяльності та самооцінка досягнутого рівня управлінської компетентності зумовлюють напруженість пошуку держслужбовцями способів підвищення продуктивності діяльності і розвитку управлінської компетентності. *Завищена самооцінка* щодо свого рівня управлінської компетентності держслужбовцями є захистом від подальших пошуків. Вони вважають, що працюють дуже добре і мають високий рівень управлінської компетентності, що підвищувати його додатково не

варто. *Занижена самооцінка* управлінської компетентності держслужбовцями є свідченням незадоволеності досягнутим рівнем і напруженим пошуком більш високих результатів у розвитку цього феномену. Завдяки здатності до самооцінки, державні службовці знаходять можливість значною мірою самостійно спрямовувати та контролювати свою діяльність, а також розвивати себе (самоконтроль і саморозвиток).

Основним змістом професійної самооцінки є ставлення до власних професійно важливих якостей, розвиненість управлінських знань і вмінь, а також продуктивність управлінської діяльності порівняно з наявними професійними стандартами та нормативними еталонами. Рівень професійної самооцінки позначається на мотивації суб'єктів управлінської діяльності щодо їхніх досягнень.

Рефлексивні процеси супроводжують самоаналіз і самооцінку державних службовців. Вони забезпечують зворотний зв'язок з колегами та підлеглими, з якими вони взаємодіють в процесі управління. За допомогою рефлексії держслужбовці переосмислюють свою управлінську діяльність, оцінюють свій рівень розвитку управлінської компетентності та обирають напрямки її розвитку.

Варто виокремити ще один важливий суб'єктивний фактор розвитку управлінської компетентності керівників державної служби – це *сформованість професійно важливих якостей*, необхідних для успішної управлінської діяльності. Найбільш істотними якостями для управлінців є – сформованість організаторських, лідерських, інтелектуальних, вольових, аутопсихологічних, комунікативних професійно важливих якостей держслужбовців. Одним із суб'єктивних факторів, що забезпечують вищий рівень управлінської компетентності, є висока професійно-управлінська спрямованість, яка характеризується мотивами, що спонукають державних службовців підвищувати свою управлінську компетентність.

Наступний фактор – *ставлення державних службовців до своєї управлінської діяльності*. Це складна інтегральна властивість, що виражає ступінь залучення особистості у свою управлінську діяльність на державній службі. Воно являє собою динамічну властивість, яка формується та змінюється на різних етапах і за різних обставин діяльності. Воно також є вираженням цілісної управлінської позиції державних службовців, оскільки ставлення до професії керівника на держслужбі не можна відірвати від усієї системи життєвих цінностей суб'єкта управлінської діяльності. У державних службовців, які ставляться до своєї управлінської діяльності сумлінно управлінська компетентність більш розвинена. Такі державні службовці не прагнуть залишити свою професію держслужбовця, змінити роботу. Такі державні службовці бачать реальну перспективу індивідуально-професійного і службового зростання, одержали суспільне визнання своєї ролі, були відзначені за досягнення позитивних результатів в управлінні. Ставлення до професії керівника державними службовцями це ступінь особистої відповідальності держслужбовців за ухвалені ними управлінські рішення. Саме в цьому значенні ставлення і постає регулятором професійної поведінки управлінців. Керівники, які байдуже ставляться до розвитку управлінської компетентності, відрізняються суто формальним осягненням норм та вмінь. Це позначається як на результатах управлінської діяльності, так і на рівні управлінської компетентності.

До **об'єктивно-суб'єктивних факторів** розвитку управлінської компетентності державних службовців відносяться: розвинена соціально-психологічна компетентність; високий рівень розвитку комунікативної та соціально-перцептивної компетентності.

Соціально-психологічна компетентність державних службовців відіграє важливу роль у процесі розвитку управлінської компетент-

ності, оскільки вона забезпечує розвиток поінформованості управлінців щодо соціально-психологічних явищ та знань про комунікацію; розширення соціальних контактів; вирішення проблем міжособистісного спілкування та взаємодії; здатність впливати на людей; подолання стереотипів; формування знань і вмінь, що сприяють ефективному здійсненню комунікативного процесу; підвищення авторитету державних службовців серед колег та підлеглих.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОДІАГНОСТИКИ:

1. Що таке „спілкування”? Визначте елементи та типи спілкування.
2. Які існують сторони (плани) спілкування?
3. Чи може спілкування не включати словесну комунікацію?
4. Надайте визначення комунікативної особистості та комунікативних умінь.
5. Які існують різновиди мовленево-комунікативних умінь?
6. Від чого залежить результативність комунікативної підготовки державних службовців?
7. Які Ви знаєте компоненти комунікативної компетентності особистості?
8. Від чого залежить мовленнєва майстерність державного службовця?
9. Що таке комунікативні бар'єри?
10. Що таке управлінська компетентність?
11. Розкрийте фактори, що впливають на розвиток управлінської компетентності.

ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ:

1. Вид спільної діяльності, між учасниками якої відбувається суб'єкт-суб'єктна взаємодія, в якій партнери однаково активні і розглядають один одного як мету, а не як засіб – це:

а) діалог; б) монолог; в) спілкування; г) дискусія.

2. До типів спілкування не відносяться:

а) продуктивне; б) дружнє; в) ділове; г) партнерське.

3. Що не відноситься до спілкування?

а) перцептивна сторона; б) інтерактивна сторона; в) комунікативна сторона; г) партнерство.

4. Процес пізнання людьми один одного – це:

а) перцепція; б) комунікація; в) емпатія; г) агресія.

5. Людина, яка володіє вміннями й навичками вільно, комунікативно доцільно користуватися засобами рідної мови – її стилями, типами, жанрами в усіх видах мовленнєвої діяльності – це:

а) поліглот; б) комунікативна особистість; в) співрозмовник; г) лінгвіст.

6. Що не відноситься до невербальної комунікації?

а) жести; б) поза; в) міміка; г) мова.

7. Які фактори не впливають на розвиток управлінської компетентності?

а) об'єктивні; б) суб'єктивні; в) об'єктивно-суб'єктивні; г) індивідуальні.

ДІЛОВА ГРА

Тема: „Ефективність розвитку управлінської компетентності державних службовців”.

Підрозділ 2

ОСНОВИ КОМУНІКАЦІЇ

Ключові поняття: інформація, комунікація, моделі комунікації, повідомлення, джерело повідомлення, кодування повідомлення, декодування, адресат повідомлення, рівні нерозуміння повідомлення, комунікативний процес, політичні комунікації.

2.1. ОСНОВНІ СКЛАДОВІ КОМУНІКАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ

Існує упереджена думка, що передача інформації і комунікація – це одне й те саме. Власне кажучи, поширення інформації часто плутають із комунікацією. Така плутанина зустрічається в тих випадках, коли переданий засобами масової інформації матеріал (відеокліпи, радіо-сюжети, повідомлення в газеті і т. д.) вважають актом комунікації.

Така точка зору базується на одній із ранніх моделей комунікації, запропонованої ще наприкінці 40-х років американськими вченими у сфері інформації **К. Шенноном** і **У. Вейвером**. Вони керувались очевидним фактом, що процес комунікації включає: джерело інформації, повідомлення, передавач, що перетворює (кодує) повідомлення в сигнал, зручний для передачі, канал зв'язку (середовище), за допомогою якого сигнал передається від передавача приймачу; приймач або пункт призначення (адресат) [62, с. 187].

Такий підхід базувався переважно на принципі роботи телефону і може бути представлений наступною схемою (див. рис. 1):



Рис. 1. Модель комунікації К. Шеннона і У. Вейвера

Ця схема передбачала відносно прості й нечисленні проблеми. „Питання, які необхідно вирішити в системі комунікації, – відзначав Вейвер, – пов’язані з обсягом інформації, потужністю комунікаційного каналу, процесом кодування, що використовується для перетворення повідомлення в сигнал, і впливом перешкод” [62, с. 188].

Ця модель комунікації, концентрувала увагу головним чином на технічних питаннях роботи засобів масової інформації і не звертала уваги на проблеми соціального середовища та інші важливі фактори впливу на аудиторію, які є набагато ширшими за суто технічні. Зокрема, одним із найголовніших факторів комунікації є людський фактор. Саме він найбільше ускладнює процес комунікації, інформаційної взаємодії людей, їх груп, суспільних і політичних об’єднань у процесі спілкування. Щоб зрозуміти процес людської комунікації, необхідно зрозуміти, як люди спілкуються між собою.

Концепція комунікації **У. Шрамма** насамперед передбачає модель двостороннього процесу зв’язку, коли і відправник, і отримувач інформації діють у межах властивих їм меж співвідношення, взаємин, що склалися між ними, і оточуючою їх соціальною ситуацією. Таку модель процесу комунікації фахівці зображують у вигляді наведеної нижче схеми (див. рис. 2) [62, с. 188]:

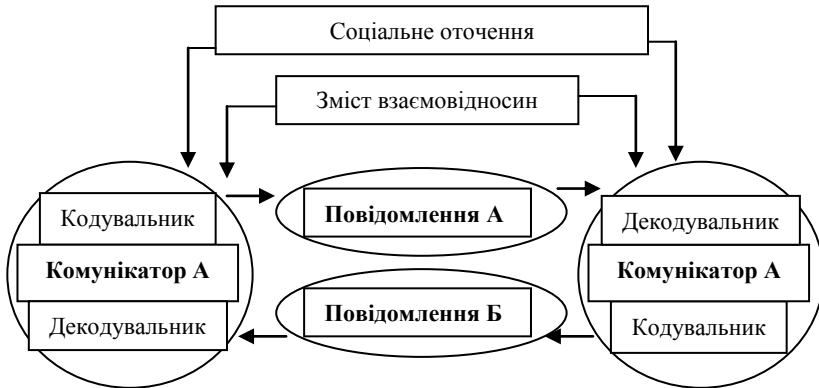


Рис. 2. Модель процесу комунікації У. Шрамма

Як бачимо, **комунікація** – це двосторонній процес обміну повідомленнями (сигналами), що базується на загальноновизнаних поняттях і зумовлений як змістом взаємин комунікаторів А і Б, так і соціальним оточенням.

Повідомлення або сигнали посилають, як правило, з метою інформування, інструктування або переконання тих осіб, об'єктів, на яких розраховані ці повідомлення. Але при цьому кожне таке завдання має певні особливості. Наприклад, **процес інформування** містить наступні чотири стадії: 1) привернення уваги до комунікації; 2) досягнення сприйняття повідомлення; 3) інтерпретацію повідомлення в заздалегідь передбаченому виді; 4) збереження інформації для подальшого використання. Інструктування як процес із більшими вимогами додає ще одну стадію: 5) стимулювання активного навчання й практичних дій [62, с. 189]. Процес переконання додає ще й шосту стадію: 6) сприйняття зміни (готовність до дії відповідно до бажання або точки зору відправника звернення). Зрозуміло, що перешкоди на шляху до досягнення бажаних результатів за допомогою інформування, інструктування

й переконання зростають із виникненням п'ятої й шостої стадій у процесі комунікації.

У запропонованій моделі комунікації особливе значення мають два елементи: а) стадія кодування (повідомлення, підготовлене джерелом – комунікатором А, має бути переведене на певну мову й відправлене тому, хто отримує повідомлення – комунікаторові Б; б) стадія розкодування (перш ніж вдатися до дій той, хто сприймає повідомлення повинен його інтерпретувати, розшифрувати). Саме на цих стадіях процесу комунікації виникає безліч колізій у досягненні взаєморозуміння між джерелом повідомлення і його адресатом.

Отже, розглянемо та охарактеризуємо безпосередньо елементи комунікації [62, с. 189].

1. Відправник (джерело) повідомлення. Це центральний суб'єкт, що ініціює комунікаційний процес. Джерелом повідомлення (інформації) може бути державний службовець, що виступає з промовою, партійна організація, або державна установа, що поширює прес-реліз, чи влаштує конференцію, презентацію та ін.

У відправника (джерела) повідомлення звичайно заздалегідь складається уявлення про те, як його інформація повинна бути сприйнята. Однак, незважаючи на це, немає жодної гарантії, що одержувач інформації зрозуміє відправника саме так, як останній того бажає. У більшості випадків, скажімо, під час проголошення промови, оратор має відносно обмежені можливості вплинути на інтерпретацію свого повідомлення. Він може, звичайно, використовувати які-небудь жести, тональність голосу, наголос на окремих важливих положеннях і т. д., але от чи зрозуміє аудиторія те, що він прагне довести, повірить або не повірить йому залежить від багатьох факторів.

Найбільш важливими серед них є якісні характеристики джерела повідомлення: його статус, надійність, кваліфікація. Поінформованість аудиторії про статус, надійність і загально визнану кваліфікацію оратора впливає як на перше сприйняття цінності інформації, „вагомість” повідомлення, довіру до нього, так і на тривалість впливу на аудиторію [62, с. 190].

Іншим важливим фактором, що впливає на процес комунікації, силу впливу повідомлення оратора, постає загальна ситуація, тема повідомлення й час його оприлюднення. І, нарешті, ще одним дуже важливим фактором ефективності комунікації, того, чи правильно зрозуміє оратора аудиторія, є фактор кодування повідомлення.

2. Кодування. Задум оратора, ідею, яку він прагне донести до аудиторії, потрібно перевести на мову комунікації, тобто мову, зрозумілу конкретній аудиторії. Якщо розглянути, наприклад, промову політичного діяча, його вихідна ідея (задум) може стати предметом переробки, інтерпретації як мінімум трьох кодувальників.

1. Політичний діяч чи державний службовець можуть звернутися до фахівця з написання промов (спічрайтера) з проханням викласти свої ідеї в писемній формі. Виступаючи в ролі кодувальника, спічрайтер від самого початку повинен чітко усвідомити, що саме має на увазі політичний діяч, у чому полягає зміст його повідомлення, а потім уже перевести все на мову, зрозумілу аудиторії.

2. Далі написана промова повинна бути викладена (закодована) у формі прес-релізу. В такому випадку кодувальник, а ним може бути інша людина, наприклад прес-секретар, обирає з тексту написаної мови те, що, на його думку, є найістотнішим, і передає це до засобів масової інформації для публікації в стислому вигляді.

3. Редактор газети може узяти поданий прес-реліз і, перед тим як надрукувати, переробити його з урахуванням ментальності групи населення, що має найбільше значення для цієї газети [62, с. 191].

Отже, ідею, яку мав на увазі політик, тричі передадуть ланцюжком і оброблять, перш ніж вона дійде до справжнього одержувача (аудиторії, на яку розраховувалася). І щораз конкретний кодувальник (спічрайтер, прес-секретар, редактор) внесе щось своє, суб'єктивне, в ідею політика. У цьому випадку кожний акт кодування в значній мірі залежить від професійного досвіду кодувальника.

3. Повідомлення. Після того, як кодувальники осмислили ідеї відправника (джерела) і перевели їх на мову, зрозумілу одержувачу, ці ідеї треба передати у формі повідомлення. Повідомлення можна зробити за допомогою різних засобів комунікації: виступу, газети, прес-релізу, прес-конференції, радіорепортажу, телевиступу, зустрічі віч-на-віч. Однак фахівці продовжують сперечатися щодо того, що являє собою повідомлення (message). Існує щонайменше три найпоширеніші точки зору.

1. Повідомлення – цей *зміст інформації*. Тобто вважається, що зміст комунікації, те, що повідомляється, саме і є повідомленням. Основне тут те, що становить зміст статті, виступу і т. д. При цьому не важливо, у якому середовищі, яким чином, за допомогою яких засобів було здійснено спілкування й хто саме його здійснив.

2. Повідомлення – це *середовище (medium)*. Із цього погляду змістовний бік комунікації має мало спільного з повідомленням. Головне – це де і яким чином здійснюється комунікація, які засоби для цього використовуються. Подібні твердження в основному спираються на той факт, що з настанням епохи телеполітики, люди, що стежать за ходом подій по телебаченню, здатні легко схопити суть справи,

особливо не заглиблюючись у зміст виступів, аргументацій та ін. [62, с. 192].

3. Повідомлення – це *особистість*. Прихильники такого підходу вважають, що ключовим моментом повідомлення виступає не зміст або середовище поширення інформації, а сам виступаючий. Наприклад, майстром переконувати був Гітлер. Він вдавався скоріше не до поглиблення змісту своїх виступів, а до вдосконалення форми й стилю їх подання. Тобто Гітлер як персона був головним елементом комунікативного повідомлення. Щось подібне являють собою нинішні харизматичні лідери. Їхні популістські заклики виявляються вагомішими, ніж те, що вони особисто думають як політики. Люди зазвичай не здатні розрізнити слова й особу, що їх промовляє. Слова, вираз обличчя, очі, поведінки, кмітливість, сама присутність улюбленого лідера – усе це разом і є повідомлення, що впливає на аудиторію.

4. **Декодування.** Передане повідомлення повинне бути розкодованим, перш ніж одержувач почне діяти. Ця стадія комунікативного процесу нагадує роботу дешифрувальника, який бере закодоване повідомлення й переводить його на мову загальноновизнаних термінів. Отут знов-таки виняткову роль відіграє мова. Приступаючи до роботи, декодувальник повинен повністю зрозуміти зміст повідомлення. Якщо повідомлення малозрозуміле або ж декодувальник не певен у надзадачі, яку воно покликане виконати, то залишеться мало шансів на те, що дії, до яких потім вдасться отримувач, будуть саме такими, які очікував відправник (джерело) повідомлення [62, с. 193].

Те, як одержувач розшифрує повідомлення, у значній мірі залежить від особистого сприйняття людини. Тобто ефективна комунікація зумовлена тим, як адресат розглядає спілкування і розуміє його. Кожній людині властива упередженість; неможливо знайти двох людей,

які б абсолютно однаково сприйняли повідомлення. Особиста упередженість пояснюється дією багатьох факторів, зокрема, стереотипів, символів, семантики, тиску групи, до якої відноситься індивід, і особливо такою складовою сучасної політики, як засобу масової інформації.

Стереотипи. Це стійкі, емоційно пофарбовані, спрощені моделі певної об'єктивної реальності, що викликають у людини почуття симпатії або антипатії до явищ. Нині кожна людина живе й діє у світі стереотипних образів. Наприклад, такі образи – поняття, як номенклатура, клан, еліта, бізнесмен, олігарх, мафія, ветеран, пенсіонер, фермери та ін, викликають у людей певні почуття. Представники тих або інших політичних сил, партій теж сприймаються на підставі стереотипів. Серед них: „коммуняки”, націоналісти, патріоти, зрадники, ліві, центристи, праві, екстремісти, партія влади і т. д. Прагнемо ми того чи ні, але всі ми стали жертвами подібних стереотипів.

Символи. Піднятий догори стислий кулак, свастика, червона зірка, тризуб – усе це у більшості людей викликає ті або інші емоції. Розташовані в певному порядку, символи можуть виступати ефективними елементами переконання.

Семантика. У політичній діяльності для ефективного впливу на людей потрібно вміти використовувати точні слова й поняття. Це велике мистецтво, оскільки одні й ті ж самі слова різними людьми сприймаються по-різному [62, с. 194].

До семантики (слів, понять, ярликів) потрібно підходити дуже обережно, оскільки мова й значення слів постійно змінюються. Досвідчений комунікатор зобов'язаний завжди думати про наслідки вживання тих або інших слів, перш ніж наважитись їх використовувати.

Тиск групи. Група, до якої належить людина (peer group), часто впливає на сприйняття нею рішень.

Засоби масової інформації (ЗМІ). На процес прийняття того або іншого рішення особливо впливають засоби масової інформації. Вони зачіпають найболючіші життєві проблеми, залучаючи до них увагу громадськості, формуючи суспільну думку і лінію поведінки окремих груп населення [62, с. 195].

Говорячи про фактори, здатні виробити в людей упереджене ставлення до інформації, необхідно пам'ятати про бар'єри на шляху комунікації. Наприклад:

- штучна (політична) цензура;
- фактори, що лімітують соціальні контакти;
- обмеженість часу на запитання суспільних відносин;
- викривлення змісту реальних подій унаслідок необхідності стисло інформувати про них;
- неточності, що виникають при спробі простими словами викласти складні проблеми;
- побоювання торкнутися фактів, що являють загрозу сталим нормам життя людей.

5. Одержувач (адресат) повідомлення. Процес комунікації не відбудеться доти, доки хто-небудь на протилежному кінці ланцюга не почує або не зрозуміє того, про що говорить відправник. Комунікації не буде, якщо повідомлення не досягне запланованої аудиторії громадськості і не викличе потрібної реакції в одержувачів.

Але навіть якщо одержувачі чітко зрозуміли передане повідомлення, однаково немає ніяких гарантій, що відповідною реакцією буде саме та дія, на яку розраховував відправник повідомлення. У дійсності повідомлення може призвести до різних **наслідків**:

– *Змінити установки*, тобто загальну орієнтацію людини на певний соціальний об'єкт. Однак таке трапляється вкрай рідко, оскільки зміна установок – процес складний.

– *Кристалізувати установки*. Це найбільш поширений наслідок. Часто повідомлення може вплинути на таку поведінку аудиторії, до якої вона була внутрішньо готова, не вистачало лише додаткового поштовху ззовні [62, с. 196].

– *Викликати сумніви*. Передане повідомлення здатне змусити одержувачів змінити свою точку зору. Переконливе повідомлення може поставити під сумнів думку людей щодо будь-якої проблеми.

– *Не викликати жодних наслідків*.

Для процесу комунікації особливе значення має **зворотній зв'язок**. Комунікатор повинен знати реакцію адресата, щоб переконатися, що його інформація дійшла, з'ясувати, як вона вплинула, і якщо буде потреба змінити подальшу комунікацію. Трапляється, що професійні комунікатори зневажають зворотний зв'язок. Це велика помилка.

Критерієм ефективності дії комунікації може слугувати, наприклад, кількість телефонних дзвінків, листів, що надійшли після поширення повідомлення, або кількість голосів, що виборці віддали політику, коли він балотувався на виборах.

Якщо люди, одержавши повідомлення, не починають діяти, потрібно з'ясувати, у чому справа. У деяких випадках, якщо одержувачі не вдалися до активних практичних дій, вони, проте, можуть зрозуміти й передати повідомлення іншим людям. Така передача отриманих повідомлень від одного до іншого утворює двоступеневий зв'язок: вертикальний – від якогось джерела до адресата й горизонтальний – міжособистісні контакти. Націлення повідомлень у першу чергу на лідерів громадської думки засноване на надії, що вони самі будуть

поширювати отримане повідомлення по горизонталі серед громадськості, у якої вони мають авторитет.

6. Зміст взаємин. Комунікація здійснюється за наявності певних особистісних відносин, що склалися між комунікаторами. Характер цих відносин може бути різним, наприклад: близькі – між друзями; інтимні; формальні – між колегами-товаришами по службі; конфліктні – між політичними конкурентами; ворожі – між непримиренними супротивниками і т. д. Взагалі, за твердженням учених, комунікативні взаємовідносини будуються на чотирьох основних принципах: 1) емоціональних почуттях, холодних розрахунках і формалізмі; 2) інтимності й схожості; 3) безпосередності й симпатії; 4) домінуванні – підпорядкованості. Зрозуміло, усе це не може не впливати на процес комунікації [62, с. 197].

7. Соціальне оточення. Комунікація впливає на соціальне оточення і відчуває його вплив. Так, комунікація як певний структурований процес здійснюється між компонентами системи, яка постійно розвивається, у якості яких постають родина, група, організація, установа, різного роду колективи й суспільні формування, що є одночасно й продуцентами, і продуктами комунікації.

Здійснюючи процес комунікації, ми постійно апелюємо до соціального досвіду, соціальних норм і цінностей людського співтовариства, враховуючи конкретний стан економічних, політичних, а можливо, і міжнародних умов. Тобто всі компоненти комунікаційного процесу органічно пов'язані між собою й перебувають у стані динамічного розвитку.

Отже, проаналізовані складові частини комунікативної моделі прості, будуються на здоровому глузді й завжди залишаються стійкими, які б нові технічні засоби інформації не використовували. Комунікацію

ініціюють і організовують люди і роблять вони це заради людей. Однак, як би ефективно не спрацьовували всі ланки комунікаційного процесу, якими б переконливими не були слова і повідомлення, вони мають супроводжуватися дією [62, с. 198].

Для того, щоб домогтися справжньої підтримки від людей, слова потрібно підкріплювати відповідними справами.

2.2. КОМУНІКАЦІЯ ЯК АКТ СПІЛКУВАННЯ. ПОМИЛКИ КОМУНІКАЦІЇ ТА ЇХ ПОДОЛАННЯ

Стандартна модель комунікації, що визнана всіма, складається з наступних основних елементів: джерело кодування → повідомлення → декодування → одержувач. Часто процес переходу до повідомлення будується з деякою затримкою, що включає процеси різноманітної трансформації початкового тексту, як вже було наведено вище. Процес комунікації носить динамічний характер, і тому інколи ми довідуємось про те, що заважало вдалому його завершенню, тільки після того, як процес вже завершений, і вже не має можливості ні повторити, ні змінити його.

Ф. Зейтель виокремлює наступні різновиди помилок, що виникають під час здійснення комунікації [93, с. 239]:

- погане слухання – слухання повинне бути активним;
- невикористання орієнтації на слухача – люди зацікавлені в тому, що вони особисто, а не організація можуть одержати, тому основним повинен стати „ви” – підхід, що спирається на інтереси аудиторії;
- помилкові невербальні сигнали – за різними дослідженнями комунікація, передана невербально, виражає до 65 % того, що передає

промовець. При сприйнятті повідомлення люди одночасно враховують мову тіла, контакт очима, використання мовчання і т. д.;

- невміння писати так, щоб бути зрозумілим – гарний письмовий текст – це особливе мистецтво. Часто тому, хто пише може здаватися, що він усе робить чудово, але читач не відчуває цього;

- незнання аудиторії – повідомлення повинне спиратися на інтереси, характеристики, потреби конкретної аудиторії;

- неврахування того, що комунікація є двостороннім процесом – процес надання інформації ще не є комунікацією, велику роль відіграє зворотний зв'язок;

- неврахування елементарних правил ввічливості – агресивного й брутального комунікатора будуть сприймати інакше, ніж ввічливого й зацікавленого в аудиторії.

Є багато прикладів сильних комунікаторів, які демонструють значну роль багатоканального впливу. Як пише консультант по іміджу **Д. Малевіль**: „Те, що ми говоримо про себе мовчки, більше розкриває нас, ніж будь-які слова, які ми виголошуємо” [93, с. 240]. Багато комунікативних перемог були досягнуті в позасловесній дуелі.

Уїлкокс і Нольте підкреслюють наступні вимоги до ефективної промови [93, с. 241]:

- промова слухається, а не читається – тому виникають певні суто комунікативні вимоги, наприклад той, хто слухає не може повернутися до того, що він не зрозумів;

- промова повинна відповідати аудиторії – необхідний опір на знання факторів віку, професії, освіти, релігії, інтересів, відносин, належності до громадських організацій, рівня прибутків і т. д.;

- промова повинна бути конкретною – це пов'язано з тим, що в пам'яті слухачів залишається дуже мало, однак конкретні пропозиції мають більше шансів бути засвоєними;

- промова повинна одержати реакцію – промова, яка нікого не зачепила, нікому не потрібна, вона не виконала своєї функції;
- промова повинна мати мету – промова повинна переконувати, інформувати;
- промова повинна відповідати своєму часу – вона повинна нести нову інформацію.

Значно знижує ефективність спілкування або робить його неможливим нерозуміння самого повідомлення. Виділяють *чотири рівні нерозуміння*: **фонетичний, семантичний, стилістичний, логічний.**

Перший рівень нерозуміння – **фонетичний**. Якщо говорять незрозумілою для нас мовою, іноземною, наприклад, тоді – вплив нам не загрожує. Фонетичне нерозуміння має діапазон від незначного (наприклад, у проголошенні деяких слів) до повного й може мати різні джерела. Неповне розуміння буде не тільки тоді, коли говорять незрозуміло, але й коли говорять швидко, невиразно, з акцентом, коли використовують невідомі слова, невідповідні контексту жести або жестикуляція занадто активна й швидка. Фонетичний бар'єр, як і всі інші, працює автоматично. Але, у випадках, якщо дуже потрібно зрозуміти (мова маленької дитини або вмираючого хворого), то, доклавши зусиль, можна „розшифрувати” і зрозуміти складну мову.

Для того, щоб *бути зрозумілим*, треба говорити виразно, розбірливо, досить голосно, уникати скоромовки і т. д. Для кожного зрозуміло, що виконання таких умов поліпшує „доступність” інформації, оптимізує комунікацію. Загалом відносно кожного фонетичного параметра існують верхня й нижня межа сприйняття, що визначається психофізіологічними можливостями людини. Наприклад, для швидкості вимови можна знайти таку швидкість (верхня межа), при якій сприйняття неможливе за будь-яких зусиль слухача, тому що вимова промовця зливається для

нього в один суцільний потік, і таку швидкість (нижня межа), коли проміжки між словами стають настільки великими, що знов-таки неможливо встановити між ними зв'язок. Такі ж межі можна зазначити і для інших параметрів. Однак комунікація рідко відбувається на межі, звичайно принципова можливість розуміння існує.

Варто виокремити найбільш оптимальні значення параметрів, за яких відбувається найбільш повне сприйняття. Наприклад, оптимальна швидкість мови залежить від багатьох змінних. Від ступеня знання мови – чим гірше знає людина мову, тим повільніше треба говорити. Оптимальна швидкість мови залежить і від ступеня знайомства зі змістом – чим гірше людина знає предмет обговорення, тим повільніше треба говорити. На сприйняття швидкої або повільної мови впливають: освіта (чим вона вище, тим краще слухач розуміє швидку мову), прийняті норми (в різних країнах говорять з різною швидкістю), вік, індивідуальні особливості. Зрозуміло, що багато хто враховує ці особливості інтуїтивно, але іноді це треба робити усвідомлено. Особливо, якщо випадає розмова не з однією людиною, а з великою аудиторією: наприклад, люди літні зрозуміють швидку мову гірше, а молоді – повільну. До того ж, для подолання фонетичного бар'єра дуже важливий зворотний зв'язок. У конкретному спілкуванні оптимальну швидкість мови або дикцію можна встановити дивлячись по ситуації, спираючись на реакцію слухача. Майже в кожній людини вистачить досвіду та знань, щоб подолати цей бар'єр, якщо його враховувати.

Семантичний рівень нерозуміння виникає, якщо фонетично мова „своя”, але зміст „чужий”, „чужа” семантика. Значеннєві поля в різних людей різні, і, отже, ті ж самі (на перший погляд) слова й дії можуть з різних причин мати різний (від іншого до суто протилежного) зміст для різних людей.

Особливо добре це спостерігається на прикладі використання жаргонів і таємних мов. У таких мовах відомі всім звичайні слова „наділяються” зовсім новими значеннями, завдяки чому непосвячена людина не в змозі що-небудь зрозуміти. Однак далеко не завжди при використанні жаргону або подібної до нього мови спеціально переслідується мета „бути незрозумілим”. Існує науковий жаргон, студентський, професійний.

Дія семантичного рівня нерозуміння призводить до дуже різкого зниження ефективності спілкування. Це пов’язане не тільки з тим, що якісь наші переживання та слова „не дійдуть” до партнера, або семантичний бар’єр затримає незрозумілу інформацію, через семантичні відмінності, може з’явитися інший зміст, замість однієї емоції бачиться інша, в результаті виникає невірне, інше розуміння, часто несподіване. Інакше кажучи, ефект спілкування є, а ефективність низька. Для подолання семантичного бар’єра нерозуміння необхідний загальний культурний контекст, який визначається рівнем освіти, професією, індивідуальними здібностями й особливостями людей, які спілкуються.

Семантичний бар’єр є наслідком розбіжності тезаурусів людей. Внаслідок того, що кожна людина має неповторний індивідуальний досвід, вона має й неповторний тезаурус. Інколи взагалі принципово неможлива наявність однакових тезаурусів у різних людей. Однак це не означає, що неможливе й взаєморозуміння. У будь-якому спілкуванні в процесі розуміння завжди є певна невідповідність – кожне слово, кожне повідомлення буде мати для сприймаючого трохи інший, новий зміст. Однак важливо, щоб це „трохи” не перетворювалося на „зовсім”. Якщо людина зрозуміла зовсім не те, що їй сказали, то можна говорити про семантичний бар’єр і про неефективну комунікацію.

Подолати цей бар’єр можливо при більш повному уявленні про тезаурус партнера. Ми постійно враховуємо тезаурус партнера в спіл-

куванні, хоча й робимо це мимоволі. Навряд чи хтось у бесіді з дитиною буде вживати спеціальні терміни, всім очевидно, що вона їх не зрозуміє. Пояснюючи якусь спеціальну проблему непрофесіоналу, ми також будемо намагатися говорити зрозумілою його розумінню мовою.

Ми постійно недооцінюємо різницю тезаурусів, виходячи з презумпції „усі розуміють так, як я”. Однак правильне зворотнє „всі розуміють по-своєму”. За такого підходу ми вживаємо певних зусиль: або говоримо максимально просто, або заздалегідь домовляємося про розуміння ключових моментів. Саме так відбувається в спілкуванні з дітьми – єдиною категорією партнерів, про яку ми точно знаємо, що вони все розуміють, не так, як ми. Мабуть, тієї ж тактики треба дотримуватись й у будь-якому іншому випадку, якщо ми не прагнемо, щоб нас зрозуміли хибно.

Не тільки явне порушення граматики, але й стилю викликає нерозуміння. Це відбувається через невідповідність форми та змісту повідомлення. **Стилістичний рівень нерозуміння** виникає під час явного порушення стилю висловлювання, за невідповідності форми й змісту повідомлення, за невідповідності вербальних і невербальних елементів, за невідповідності словесної форми та емоційного стану промовця. Якщо стиль комунікації „поганий” – недоречний, занадто важкий, зайве легковажний, не відповідає змісту, то слухач його не розуміє.

Щоб добре сприйматись, повідомлення повинне бути добре викладене, побудоване. Для *подолання стилістичного бар'єра* необхідно вміти правильно структурувати передану інформацію. Важливо також підкреслити, що добре структурована інформація не тільки краще розуміється, але й краще запам'ятовується, що теж дуже важливо для збільшення ефективності спілкування.

Якщо не враховується логіка та міркування іншого, виникає **логічний рівень незрозуміння**. У кожної людини своя логіка, і якщо логіки партнерів із спілкування не співвіднесені, то ефективність комунікації мінімальна, тому що до „нелогічної” інформації, як правило, ставляться недовірливо й зневажливо.

Перераховані бар’єри являють собою певний фільтр, який не пропускає вплив „всередину” людину, якщо за зовнішніми ознаками партнер із спілкування віднесений до „чужих”, не авторитетний, якщо його мова „чужа”, нелогічна, або ним використовуються незрозумілі слова.

Практично для всіх людей важливо вміти спілкуватися таким чином, щоб їх вірно розуміли, щоб їх слухали й чули. Але для людей, що працюють у системі „людина-людина”, вміння „донести” свою думку, точку зору, свої знання до партнера – необхідна частина професії. Для всіх, хто зацікавлений в ефективній комунікації, важливо знати головні способи подолання комунікативних бар’єрів.

2.3. Види та форми комунікації. Принципи ефективної комунікації

Комунікативний процес – це обмін інформацією між двома або більшою кількістю осіб. Основні функції комунікативного процесу полягають у досягненні соціальної спільності при збереженні індивідуальності кожного з елементів. У комунікаціях реалізуються *управлінська, інформативна, емотивна (така, що викликає емоції) та контактна (пов’язана зі встановленням контактів) функції*.

Як вже зазначалося вище, в процесі обміну інформацією виокремлюють вісім базових елементів: відправник, кодування, повідомлення, канали передання, декодування, приймач, відгук, зворотній зв’язок. За

наявності зворотнього зв'язку відправник і одержувач обмінюються комукаційними ролями. Тобто ефективний обмін інформацією повинен бути двобічно спрямованим: зворотній зв'язок є необхідним, щоб мати підтвердження того, як повідомлення було сприйняте й чи виявилось зрозумілим. Керівник не має підстав думати, що все сказане ним або написане буде сприйняте так, як він замислив. Тому, якщо зворотній зв'язок заблокований, керівник врешті-решт виявиться недієздатним або обдуреним.

Зворотній зв'язок помітно підвищує шанси на ефективний обмін інформацією, дозволяє обом сторонам позбавитись шуму. У теорії передавання інформації шумом називають те, що спотворює зміст повідомлення. Це може бути мова у вербальному (усному) і невербальному оформленні, різне сприйняття, різниця у статусі керівника і підлеглого. Зменшення шуму досягається багатьма способами. Одним із них є повторення повідомлення або певної його частини.

У діяльності державних установ, використовуються різні засоби, **види і форми комунікацій**. *За характером і виявом комунікація* визначається як: а) **інформаційна** – передання інформації аудиторії, одній особі або групі осіб, інформування про якісь події (виступ на радіо); б) **експресивна** – виразна, що характеризується експресією, силою вияву почуттів, переживань (несподівана зустріч); в) **переконуюча** – прагнення вплинути на інших (висловлення захоплення, прохання); г) **соціально-ритуальна** – використання норм і звичаїв соціально-культурної поведінки (процедура знайомств, звичаї); д) **паралінгвістична** – спілкування за допомогою міміки, виразу очей і рота, а також поз і рухів (передання різних відтінків повідомлення, його прихованого змісту).

Можливості невербальних повідомлень, які становлять значну частину людського спілкування, не слід применшувати. Справа в тому, що досить часто одними словами не можна передати емоції, душевний стан, занепокоєння і т. п., якщо не скористатись мімікою, певними рухами, виразом обличчя, тональністю голосу тощо.

Різноманітні види і способи комунікації можна поділити на три групи: **усну, письмову та візуальну**. На думку психологів, у багатьох ситуаціях найефективнішим є безпосередній усний контакт, за допомогою якого можна передавати деталі, уточнити незрозумілі питання і цим виключити неправильне розуміння завдання. Якщо людина ставить запитання, то, на думку американських дослідників, ймовірність того, що вона правильно зрозуміла повідомлення, підвищується на 20 %, а якщо вона робить зауваження, то її розуміння підвищується ще на 15 %.

Ключем до ефективною письмовою комунікації є дотримання певних вимог: чіткість, повнота, надійність і вірність. Письмова комунікація іноді доповнює й посилює усну (наприклад, коли потрібно передати важливе повідомлення, яке не допускає найменших похибок).

За цільовою спрямованістю комунікації визначають як: **інструктивні, мотиваційні та інформативні**, які постачають інформацію для прийняття управлінських рішень, їх реалізації й контролю за виконанням. Для досягнення цілей державної установи та **ефективного обміну інформацією** використовуються **висхідні, нисхідні, вертикальні й горизонтальні комунікації**. *Висхідні комунікації*, як правило, здійснюються у формі звітів, пропозицій і пояснювальних записок. Метою їх є ознайомлення вищого рівня керівництва про те, що робиться на більш низьких рівнях ієрархічної системи. Перед *нисхідними комунікаціями* постає завдання довести до відома підлеглих та інших організацій зміст рішень, які ухвалюються на вищих рівнях (стратегічні напрями

майбутньої діяльності). До висхідних та висхідних комунікацій відносять обмін інформацією між державними установами та зовнішнім середовищем.

Існують певні правила успішного здійснення *вертикальних комунікацій*: а) правильний, ввічливий стиль мови; б) достатня гласність, що унеможливує домисли, плітки; в) недопущення передання інструкцій і вказівок від вищого керівництва безпосередньо останньому адресатові, що веде до втрати відповідальності й порушення встановленої ієрархії.

Прикладом *горизонтальних комунікацій* є міжрівневі комунікації в державних установах, тобто обмін інформацією між структурними підрозділами.

Велику питому вагу посідає *особиста комунікація*, або безпосередні контакти між працівниками. Особиста комунікація включає усі види обміну інформацією, що мають місце між людьми. Вона може набувати таких форм: комунікація між людьми, комунікація між індивідом і групою осіб, комунікація між членами групи.

Крім *формальних (офіційних) комунікацій*, в управлінні важливу роль відіграють *неформальні (неофіційні) комунікації*. Неформальні комунікації неминучі й мають різноманітний характер. На практиці офіційні структури та офіційні комунікації – це лише частина комунікаційних процесів. Чимало питань розглядаються і вирішуються неформальними групами, які не наділені офіційними повноваженнями та які створені на базі дружніх відносин, старих шкільних зв'язків, належності до однієї партії, національного походження, релігії та інших спільних інтересів. Керівники усіх рівнів часто підтримують ділові зв'язки з однією або кількома неофіційними групами всередині або за межами підприємства, іноді поділяють свою владу з неофіційним

„кухонним осередком”. Природнім джерелом неофіційних відносин є поліархія, яка характеризує взаємовідносини між різними партіями або групами, а також різні чутки: про скорочення штатів, переміщення кадрів, випровадження на пенсію, чвари між керівником та заступниками та ін.

Для розвитку неформальних комунікацій використовуються неофіційні правила і ритуали, система облаштування скриньок для анонімого внесення пропозицій, яка сприяє вільному потоку новаторства різних рівнів. У цьому руслі можуть діяти спеціальні комісії для розгляду скарг, „дні відкритих дверей”, різні збори і наради.

Аналізуючи сутність комунікативної складової реалізації програми паблік рілейшнз в органах державної влади, слід виокремити наступні **принципи**, дотримання яких допоможе державним службовцям долати труднощі, що неминуче виникають на шляху розгортання комунікативного процесу. Серед них [62, с. 269]:

– **Правдивість.** Комунікація починається зі встановлення клімату довіри. Такий клімат повинен формуватися завдяки зусиллям державної установи, що підкреслює її прагнення слугувати інтересам громадськості. Люди повинні значною мірою довіряти державній структурі або тим, хто виступає на її підтримку, поважати їх як компетентні джерела з певного питання.

– **Контекст.** Зміст комунікаційних зусиль повинен відповідати реальній ситуації. Засоби масової інформації лише доповнюють повсякденне життя, думки й дії людей. Контекст ситуації повинен надавати людям можливість участі в подіях і реагування на комунікативні зусилля державних установ. Сама ситуація, життєві обставини повинні підкріплювати повідомлення державної структури, а не суперечити їм.

Тобто ефективна комунікація вимагає сприятливого соціального клімату, у формуванні якого беруть участь засоби інформації.

– **Зміст.** Повідомлення повинно мати значення для тих, хто його одержує, збігатися з системою їх цінностей. Потрібно, щоб воно було релевантним ситуації, у якій перебуває одержувач. Люди переважно зосереджуються на тій інформації, яка обіцяє їм найбільшу винагороду. Зміст інформації детермінує аудиторію.

– **Зрозумілість.** Повідомлення слід подавати в простій формі. Слова й формулювання повинні бути однаково зрозумілими для того, хто одержує повідомлення, й для того, хто його відсилає. Складні проблеми необхідно вкладати в прості і зрозумілі теми, гасла й стереотипи. Чим більше коло людей повинні одержати повідомлення, тим зрозумілішим воно повинно бути. Державній установі варто розмовляти з громадськістю одним голосом, а не безліччю голосів.

– **Безперервність і послідовність.** Комунікація – нескінченний процес. Вона потребує повторень, щоб дійти до людей [62, с. 270]. Повторення (в різних варіантах) сприяє як збагаченню знань, так і переконанню. Виклад повинен бути послідовним.

– **Канали.** Потрібно користуватися тими наявними каналами комунікації, до яких звертаються і яким довіряють люди. Створення нових каналів може бути складною, тривалою й коштовною справою. Різні канали по-різному впливають та ефективно працюють на різних етапах процесу поширення інформації. Коли треба вийти на цільові групи громадськості, необхідно підбирати спеціальні канали. Багато каналів комунікації асоціюються в людей із різними системами цінностей.

– **Готовність аудиторії.** Комунікацію слід здійснювати з урахуванням здатності аудиторії. Спілкування приносить найбільший ре-

зультат, коли люди, яким адресовано повідомлення, докладають менше зусиль для його розуміння. Це залежить від таких факторів, як можливість, звички, здатність читати та рівень освіти.

Перераховані принципи зовсім не вичерпують умов ефективної комунікації. Однак варто відшукувати й надалі можливі шляхи для здійснення найбільш ефективної комунікації та спілкування з громадськістю.

2.4. Політичні комунікації

Політична комунікація є своєрідним соціально-інформаційним полем політики, що поєднує всі компоненти політичної сфери суспільства та структурує політичну діяльність [8, с. 68].

На думку **К. Дойча**, політична система ніколи не перебуває в стані рівноваги, оскільки постійно бере участь у динамічних процесах. Наскільки повним є інформаційне забезпечення діяльності політичної системи? Як вона реагує на зміну ситуації? Які можливості вона має щодо прогнозування, передбачення розвитку подій? Чи може вона адекватно впливати на небажані зміни? Усе це – життєво важливі проблеми. Відтак необхідними та першочерговими для політичної системи є політична комунікація та інформування як умова ефективного функціонування [8, с. 68].

Початок вивчення проблем політичної комунікації пов'язують із дослідженням пропаганди в період Першої світової війни (1914–1917 рр.). Але фундаментальні праці та власне термін „**політична комунікація**” з'явилися наприкінці 40-х років ХХ ст. Виокремлення цього напрямку на межі соціальних і політичних наук було зумовлене розвитком кібернетичної теорії та наступом нових комунікаційних систем і технологій.

Нині особливу увагу дослідники політичної сфери суспільства приділяють його комунікативним аспектам, проблемам функціонування засобів масової інформації та зв'язкам влади з громадськістю. Якість політичних і насамперед урядових рішень, передбачення та випередження залежать від інформації, якою володіє політична система. Остання може мати серйозні проблеми через недостовірність або неповноту інформаційних даних. Нову інформацію вона мусить порівнювати з раніше отриманою, що відбиває її політичний досвід.

Процес передачі політичної інформації, яка циркулює від однієї частини політичної системи до іншої, між політичною та суспільною системами, а також між політичними структурами, суспільними групами та індивідами, називається політичною комунікацією [8, с. 69].

Кожна політична система розгортає власну мережу політичної комунікації відповідно до своїх можливостей. Ця мережа розвивається одночасно з політичними структурами. Однак існує безпосередній зв'язок між рівнем економічного розвитку суспільства та рівнем розвитку структур політичної комунікації. Останній визначається як технічним рівнем передавання інформації, так і базовою ідеологією політичної системи.

Суспільства як і політичні системи можуть бути ліберальними або авторитарними чи тоталітарними. Відповідну типологію мають і системи політичної комунікації.

Ліберальні структури політичної комунікації мають демократичний підхід, якщо існує постійний діалог між владою та суспільством. З погляду цієї концепції можна говорити про „уряд громадської думки”, який є виявом демократії крізь призму взаємообміну інформацією між правителями та підлеглими. Комунікація життєво необхідна політичній системі [8, с. 69]. Політичний аналіз має враховувати проблеми інфор-

мації та політичної комунікації в поєднанні з іншими проблемами, як це робиться в межах функціональної концепції дослідження політичної сфери суспільства.

У розвинених суспільствах політичні „послання” (тексти, повідомлення), як правило, розуміють усі пересічні громадяни. Вони знають певні загально визнані „правила гри”. А в суспільствах, що розвиваються, політична інформація має бути диференційованою залежно від адресата (жители міста чи села, робітники чи підприємці, безробітні чи науковці). Хоча, звичайно, абсолютно гомогенних систем політичної комунікації не існує. Може йтися лише про середній загальний рівень культурного та політичного розвитку країни [8, с. 70].

Аналогічно можна класифікувати системи політичної комунікації з погляду мобільності, оперативності інформації, що циркулює її каналами. Якщо, скажімо, газети й журнали доходять до читачів лише через тиждень після виходу, це, безперечно, не є ознакою високого рівня розвитку політичної системи взагалі та системи політичної комунікації зокрема. Те саме можна сказати й про обсяги інформації та її спрямованість. У розвинених у цьому сенсі політичних системах інформація надходить не тільки згори вниз директивним шляхом, а й навпаки: від пересічних громадян до урядових структур найвищого рівня.

Отже, політична комунікація є специфічним видом політичних відносин і розглядається як невід’ємний елемент політичної сфери суспільства, частина його політичної свідомості.

Масова комунікація (або інформаційно-пропагандистська діяльність) є діяльністю соціального суб’єкта з виробництва й поширення соціально-політичної інформації, налаштованої на формування суспільної свідомості суб’єктів політики та спрямування їхньої діяльності [8, с. 70]. Ця

діяльність здійснюється за допомогою специфічних соціально-політичних інститутів – засобів масової комунікації.

Взагалі *політична та інша інформація* може передаватися *трьома основними способами комунікації*: завдяки **засобам масової комунікації**, через **організації** та **неформальні контакти**. У першому випадку йдеться про друковані (газети, журнали, книжки, плакати, листівки) або електронні (телебачення, радіо, комп'ютер тощо) засоби масової комунікації. У другому випадку мають на увазі комунікативні можливості урядових організацій, політичних партій, суспільних організацій, рухів, груп тиску та ін. Останні використовуються як двосторонні ланцюги обміну політичною інформацією між правителями та підлеглими громадянами. Процес здійснення комунікації через неформальні контакти характеризується двома ступенями передачі інформації. Аудиторія сприймає інформацію не безпосередньо від джерела інформації, а від лідерів громадської думки. Отже, перша хвиля переважно впливає на лідерів громадської думки, а друга вже поширюється від них. Останні є по суті ретрансляторами. Тому політична, й особливо правляча, еліта намагається переконати більшість населення у правильності своїх дій і доцільності свого перебування при владі.

У цьому контексті виокремлюють *констатуючу (нейтральну), спонукальну (яка закликає до певних дій) і мотивуючу політичну інформацію*. Спонукальна інформація може бути спрямована на активізацію („підштовхування” до дій у певному напрямку) і дестабілізацію (руйнування політичних структур, норм і форм поведінки або діяльності). Якщо подивитися на політичну інформацію з точки зору засобів аргументації, то можна виокремити логічне та емоційне переконання [8, с. 73].

Логічне переконання орієнтується на раціональній, доказовій, науковій аргументації. *Емоційне переконання* покликане впливати на емоційний елемент людської психіки. Мета – змінюючи систему ціннісних орієнтацій особистості, примусити її діяти в заданому пропагандистами напрямку.

Політична інформація, що надходить до її споживача, може сприйматися повністю, частково (після внутрішньої „цензури”) або не сприйматися взагалі. У цьому контексті велику роль відіграє соціокультурна група, до якої належить споживач інформації.

Основні принципи політичної комунікації [8, с. 74]:

- пріоритетність якостей і цінностей певної культури (ієрархія);
- рівні права усіх громадян на отримання інформації (демократія);
- наближеність до культури нації, етносу, конфесії, класу тощо (ідентичність);
- урахування морально-етичних норм (мораль).

Характер політичної комунікації в суспільстві, рівень її розвитку визначаються рівнем загальної та політичної культури суспільства, опосередковуються їх цінностями й нормами. Але політична комунікація як засіб існування та передачі політичної культури сама визначає рівень політичної сфери суспільства.

Основні функції політичної комунікації [8, с. 74]:

- поширення ідейно-політичних цінностей, знань, політичної інформації;
- формування політичної свідомості;
- поширення норм політичної культури, здійснення політико-культурного обміну, розвиток політичної культури суб’єктів політики (індивідів, груп, політичних структур);
- інтеграція та регулювання політичних відносин;
- підготовка громадськості до участі в політичній діяльності.

Отже, політична комунікація має бути засобом координації суспільно-політичних інтересів на основі повного інформування, поваги до прав і свобод особистості, демократичної політичної культури та свободи мас-медіа від владних структур.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОДІАГНОСТИКИ

1. У чому схожість та відмінність понять: „передача інформації” та „комунікація”?
2. Розкрийте сутність концепції комунікації У. Шрамма.
3. Які існують основні елементи комунікації? Охарактеризуйте їх.
4. Якими факторами пояснюється особиста упередженість комунікантів?
5. Які наслідки може спричинити отримане повідомлення?
6. Які існують основні помилки при здійсненні комунікації державними службовцями?
7. Вимоги до ефективної промови за Уіллокс і Нольте.
8. Охарактеризуйте рівні нерозуміння повідомлення.
9. Які існують види та форми комунікації, що використовуються в діяльності державних установ?
10. Назвіть принципи ефективної комунікації в органах державної влади.
11. Що таке „політична комунікація”?
12. Охарактеризуйте ліберальні, авторитарні, тоталітарні структури політичної комунікації.
13. Які бувають основні принципи та функції політичної комунікації?

ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ:

1. Що не відноситься до елементів комунікації?

а) джерело повідомлення; б) кодування; в) повідомлення; г) інтерв'ю.

2. Повідомлення – це:

а) середовище; б) зміст інформації; в) особистість; г) спілкування.

3. Стейкі, емоційно пофарбовані, спрощені моделі певної об'єктивної реальності, що викликають у людини почуття симпатії або антипатії до явищ – це:

а) стереотипи; б) міфи; в) ярлики; г) фрази.

4. Вкажіть на хибну відповідь. Рівні нерозуміння повідомлення:

а) фонетичний; б) семантичний; в) логічний; г) лінгвістичний.

5. Вкажіть на хибну відповідь. За характером і виявом комунікація визначається як:

а) інформаційна; б) експресивна; в) паралінгвістична; г) двостороння.

6. Вкажіть на хибну відповідь. За цільовою спрямованістю комунікації визначають як:

а) інструктивні; б) мотиваційні; в) інформативні; г) спонукальні.

7. До принципів ефективної комунікації в органах державної влади не відносяться:

а) правдивість; б) контекст; в) готовність аудиторії; г) прогнозування.

8. Процес передачі політичної інформації, яка циркулює від однієї частини політичної системи до іншої, між політичною та суспільною системами, а також між політичними структурами, суспільними групами та індивідами – це:

а) політична комунікація; б) дезінформація; в) політичний менеджмент; г) спілкування.

9. Інформаційно-пропагандистська діяльність, що є діяльністю соціального суб'єкта з виробництва й поширення соціально-політичної інформації, налаштованої на формування суспільної свідомості суб'єктів політики та спрямування їхньої діяльності – це:

а) масова комунікація; б) суспільна комунікація; в) дезінформація; г) містифікація.

Розділ 2

НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ У СФЕРІ ЗВ'ЯЗКІВ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ ТА СОЦІАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Підрозділ 1

ЕЛЕКТРОННА КОМУНІКАЦІЯ

Ключові поняття: усна, документна, електронна комунікація, комунікативні бар'єри електронної комунікації, Інтернет.

1.1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Головний принцип навчання, на думку М. Маклюєна, який досліджував проблему соціальної комунікації, можна сформулювати так: духовний і матеріальний прогрес людства визначають не знаряддя праці або освоєння природи, не економіка, політика чи культура, а технологія соціальної комунікації, т. б. комунікаційні канали, які є в людей. *Залежно від домінуючих засобів масової комунікації історія людства поділяється на чотири епохи* [116, с. 197]:

Епоха „дописемного варварства” характеризується наївно-безпосереднім ставленням людей до навколишнього середовища. Їхнім вищим комунікаційним досягненням була *чітка мова*, що сприймалася на слух, звідси – формування „людини, яка слухає”. „Людина, яка слухає”, використовує природні комунікаційні канали, живе у відкритому акустичному просторі, була особисто причетна до подій, що відбувалися довкола неї, що сприяло гармонійному розвитку її психічного світу.

Епоха письмової кодифікації порушила духовну гармонію і „сенсорний баланс” неписемного варвара; тепер у комунікації лідує не слух, а зір, не акустичне повідомлення, а зрозумілі *тексти*, закодовані

писемністю. Долучення до розумових операцій кодування-декодування змістів зробило людину раціоналістичною і розважливою „стороннім спостерігачем історичного процесу”. На зміну племінному братерству прийшла феодална роздробленість (детрибалізація). Однак аж до XV століття акустичний (усний) і візуальний (письмовий) канали комунікації перебували в умовах рівноваги.

Епоха Гутенберга остаточно знищила природну гармонію первісної людини. Настала „друкарська ера”, що надала можливість звертатися до масової „безособової” аудиторії. Людина стає „розумнішою” не за рахунок спілкування з іншими людьми, а за рахунок *індивідуального читання*. Замість „людини, яка слухає” з’являється „людина, яка дивиться”, у якої атрофовані всі сенсорні канали – слух, нюх, дотик, смак, проте гіпертрофований зір. Особисте мислення все більше поступається місцем орієнтації на друковане слово й „книжкові” авторитети. Люди почали довіряти „мертвим літерам” більше, ніж живому слову, відчуження набуло в суспільстві загрозливих масштабів. Залежність людей від продукції „Гутенбергівської Галактики” призвело до сумних наслідків. На думку М. Маклюена, масові політичні і релігійні рухи, криваві революції, світові війни – усе це наслідок гіпнотичного впливу друкованих видань. Такі риси європейської цивілізації, як індивідуалізм, егоїзм і загальне відчуження, націоналізм і безбожність, інформаційні перевантаження й психічні розлади, пояснюються тривалою монополією книги як панівного засобу комунікації [116, с. 199].

Сучасна епоха – синтез „людини, яка слухає” і „людини, яка дивиться” (стадія постнеокультури). *Електричні й електронні засоби зв’язку*, на думку М. Маклюена, це – „комунікаційна революція” в історії людства. Характерна риса сучасних комунікаційних засобів у тому, що вони справляють вплив не на окремі органи чуття, а на всю

нервову систему людини. Оточуюча реальність знову з'являється у своїй живій конкретності, а людина одержує ілюзію співучасті в поточних подіях. До людей вертається „сенсорний баланс” епохи дописмової комунікації. Електронні технології спілкування сприяють злиттю міфологічного (безпосереднього) і раціоналістичного (опосередкованого) способів сприйняття світу, створюють передумови для цілісного розвитку особистості. „Електронна галактика” тягне „ретрибалізацію” наявних суспільств і на новій технологічній основі відтворює „первісну єдність колективної свідомості”, перетворюючи нашу планету в єдине „глобальне село”. У цьому „селі” не буде індивідуалізму й націоналізму, відчуження, агресивності та військових конфліктів. Нова всесвітня цивілізація, – прококував М. Маклюен, – буде суспільством „гармонійної комунікації” і „образного мислення”, що є неодмінною умовою формування вищих культур.

М. Маклюен формулював свої передбачення в 60-ті роки, відштовхуючись від потенціалу телебачення, що виникло в цей час. Він прококував занепад „Галактики Гутенберга” і появу гармонійної „хомо-телевізійніс”. Він не враховував перспективи комп'ютерної техніки, тому що за його часів вона ще не стала комунікаційним інструментом; не було персональних комп'ютерів, банків даних із дистанційним доступом, електронної пошти, „світової мережі” Інтернет. Але Маклюен передбачив появу „*gipermedia*” – єдності звуку, статичних і динамічних зображень, реалізованої в системах мультимедіа. З позиції метатеорії соціальної комунікації великий інтерес представляють його періодизація комунікаційних „епох” і висновки про вплив комунікаційних технологій на людську історію.

1.2. ФУНКЦІЇ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У наші дні існують *три види комунікації: усна, документна, електронна*. М. Маклюен зазначав про кризу „Галактики Гутенберга”, звинувачуючи її в багатьох проблемах і обіцяючи духовне відродження людства, що живе в „глобальному селі”. Отже, мова йде про конкуренцію штучних соціально-комунікаційних систем. Якщо телевізійно-комп’ютерна система зможе виконувати *соціальні функції* краще, ніж документна, і при цьому комунікаційні бар’єри будуть подолані, документна комунікація втратить свої соціально-культурні пріоритети й буде витіснена на периферію соціальних комунікацій. Що стосується усної комунікації, то вона завжди буде мати свої переваги, тому що вона ґрунтується на природніх комунікаційних каналах – вербальному та невербальному, які не підлягають заміні. Замінити можна лише штучні, але не природні канали передачі змісту.

Слід зазначити, що існують певні функціональні властивості документів, які можна спробувати замінити телевізійно-комп’ютерними засобами.

Мнемічна функція поширення змісту у соціальному просторі і *ціннісно-орієнтаційна функція* можуть бути здійснені більш повно, оперативно, комфортно та економічно електронною системою. Причому, не в національному або регіональному, а в глобальному масштабі, а це є корисним для суспільства. Споживчі вимоги, які діяли в умовах документної системи не зміняться, але покращаться можливості компіляції, довідкової розвідки, редагування й оформлення нових текстів; праця майбутніх письменників, учених, журналістів та інших творчих особистостей буде полегшена, за умови використання електроніки.

Соціально-прагматичні функції, такі як освітня, ідеологічна, допоміжна, бюрократична, вже зараз вдало використовуються телебаченням і комп'ютерною технікою, тому тут питання про конкуренцію не постає. Безсумнівно також й те, що класична художня література, а можливо, і постмодерністські видання не змінять книжкової форми, збережеться і книжковий ринок, і соціальний престиж книги, що робить її коштовною та привабливою. Отже, залишаться незмінними художньо-естетична функція документів, товарна функція і меморіальна функція. У повсякденній сфері пізнавальна та гедоністична функції будуть перехоплені телевізорами та комп'ютерними системами, які здатні віддавати не тільки знання, запаковані в тексти й зображення, але й уміння (комп'ютерні тренажери, програмоване навчання тощо); проте бібліофільська функція, представницька функція і функція особистих реліквій залишаться. Що стосується індивідуально-користувальних функцій, то вони збережуться, якщо збережеться документна система, і відірвуть, якщо вона зникне.

Отже, незважаючи на деякі застереження, в цілому склався несприятливий для документної системи прогноз: майже всі функції документної комунікації можуть так само або краще здійснюватися електронною комунікацією. При цьому потенціал електронної комунікації ще не реалізувався повною мірою. Здібності комп'ютерної техніки середини ХХІ століття ще повністю не усвідомлені. Можуть виникнути телевізійно-комп'ютерні види мистецтва, які відкриють небачений простір для творчого самовираження письменників, художників, режисерів, акторів. Відповідно – зросте масова аудиторія, вихована не в атмосфері книжності, а в атмосфері мультимедіа. Саме вона і розв'яже суперечку щодо переваг між документною та електронною комунікацією.

1.3. КОМУНІКАЦІЙНІ БАР'ЄРИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Технічний бар'єр у телевізійно-комп'ютерних системах, можливо, не буде загрожувати якості комунікації, тому що надійність і якість електронної техніки ХХІ століття є дуже потужною. Говорячи про соціальну комунікацію нового століття, людству слід побоюватися не слабкості техніки, а залежності від техніки. Наприклад, проблеми інформаційного пошуку будуть успішно вирішені, тому що для автоматичного ретроспективного пошуку в документних фондах минулих років потрібно їх відповідним чином обробити. Є висока імовірність того, що тут будуть як і раніше панувати традиційні документні інформаційні системи в модернізованій електронній формі, але з тими ж високими показниками втрати інформації та інформаційного шуму. Інша справа – пошук у базах даних та інформаційних системах, реалізованих згідно з інформаційними технологіями електронної комунікації. У них пошукові проблеми навряд чи будуть носити кризовий характер.

Психічні бар'єри, що виникають в електронній комунікації, викликають заклопотаність у сучасних учених. Вони звертають увагу на наступні негативні наслідки постійного спілкування з телевізійною технікою для нормального розвитку людської психіки:

- послаблення уваги, оскільки телеперегляд не потребує тієї зосередженості, яку вимагає читання;
- не можна читати й розмовляти, читати й мити посуд, а телеперегляд можна поєднувати з різними іншими заняттями, що не зачіпають візуальний канал;
- зниження інтелектуальної сприйнятливості, внаслідок полегшеного доступу до аудіовізуальних повідомлень; читання ж вимагає

розумових зусиль для розуміння змісту тексту; звідси – „лінощі думки” у телеглядача й інтелектуальна працездатність у читача;

– мозаїчність індивідуальної пам’яті складається в телеглядачів через незв’язність і різнобарвність пропонованих їм повідомлень; читання ж може бути систематичним і цілеспрямованим [116, с. 203].

У результаті людина, що читає краще підготовлена до творчої й комунікаційної діяльності, вона більш повноцінна соціально і багатша духовно, ніж люди „опромінені телебаченням”. Соціолог **С. Тесль**, описує два образи „*читачів*” і „*не читачів*”. Перші, за його словами, „здатні мислити в категоріях проблем, схоплювати ціле, виявляти суперечливі взаємозв’язки; більш адекватно оцінюють ситуацію і швидше знаходять правильні рішення; мають більшу пам’ять і активну творчу уяву; краще володіють мовою – вона виразніша, чіткіша щодо думки та багатша за запасом слів; точніше формулюють і вільно пишуть; легше налагоджують контакти й приємні в спілкуванні; мають більшу потребу в незалежності й внутрішній волі, більш критичні, самостійні в судженнях і поведінці”. „*Не читачі*” ж припускаються більшої кількості помилок у мові, переходять у розмові з одного предмета на інший, мають пасивну, мозаїчну свідомість, яка легко підпадає під маніпулювальний вплив іззовні.

Звичайно, ці образи гіперболізовані, можна сказати, шаржовані. Читацька праця, що потрібна для комунікаційного пізнання, легко дається не всім читачам (нагадаємо, що лише 10 % читачів художньої літератури ставлять завдання осягнути її глибинний зміст), а масове читання газет, ілюстрованих журналів, детективів і трилерів навряд чи можна вважати „гімнастикою для розуму” і „вихованням душі”. Справжнім полігоном для розвитку логічного мислення, кмітливості, здатності „мислити в категоріях проблем, схоплювати ціле, виявляти супереч-

ливі взаємозв'язки” є комп'ютерна техніка, яка разом із телебаченням складає основу електронної комунікації. Досвід доводить, що „не читачами-телеглядачами” є здебільшого люди старшого покоління, у минулому – старанні читачі; а „не читачі-комп'ютерники” – молодь, яка користується інтернетом, читає і дивиться телебачення. Однак психологічні бар'єри в електронній комунікації, безумовно, існують і вони потребують свого дослідження.

Соціальні бар'єри. Електронна комунікація вже наприкінці ХХ століття набула глобального характеру: споживачами телепрограм і користувачами комп'ютерів є більша частина людства, і це, безперечно, значне досягнення освіти, науки й культури. Створюються матеріально-технічні основи для перетворення людства на жителів „глобального села”, для формування Всесвітньої цивілізації, що охоплює всі народи. Головні перешкоди на цьому шляху – не технічного або економічного плану, а соціально-культурного й політичного.

Загальнолюдська єдина й уніфікована культура становить загрозу для вільного розвитку самобутніх національних культур, і отже, – духовної незалежності націй. Звідси – недовіра національно орієнтованої інтелігенції до гасел „відкритого суспільства”, космополітизму й інтернаціоналізму та прагнення перешкодити їхній реалізації. Варто говорити про те, що уніфікувати національні культури не вдасться. У зв'язку з цим виникає проблема крос-культурної комунікації, що відкриває загальнолюдське в національному.

Електронна комунікація – величезна та приваблива сфера вкладення капіталу, капіталізація телебачення й комп'ютерного виробництва – необхідна передумова їх розвитку й удосконалення. Але капітал небезкорисливий. Масові аудиторії, залучені в глобальні комунікаційні мережі, є об'єктом експлуатації, вони повинні не тільки відшкодувати капіталістам їх витрати, але й принести бажаний прибуток [116, с. 206].

Комерціалізація комунікаційних систем означає їх продажність. Продажність „жовтої преси” – загальновідомий факт документної комунікації, але все ж існують незалежні видавництва, журналісти, письменники. Монополізовані телекомпанії та комп’ютерні мережі не визнають свободи слова, крім показової демагогії. Звідси – *бар’єри неправди і обману*, що будуються електронними засобами масової комунікації між правдою та довірливою багатомільйонною аудиторією.

Демократична західноєвропейська преса на початку ХХ століття завоювала зобов’язуючий титул „четвертої влади” у значенні впливу на соціально-політичне життя. Електронна комунікація зберігає цей титул, причому її потенціал впливу на населення значно зріс. Роль засобів масової комунікації в політичній боротьбі часто є вирішальною. Але ці засоби залежать від своїх власників, вони відпрацьовують замовлення, отримані від них. Тому масові аудиторії стають жертвою політичних махінацій з боку корисливих власників телекомпаній і комп’ютерних мереж. Є, щоправда, один виняток – це мережа Інтернет, що заслуговує на особливий розгляд.

Огляд психологічних і соціальних бар’єрів, спокус і укладень, що виникають у зв’язку зі становленням електронної комунікації, дозволяє усвідомити суть проблеми екології культури, що здобуває актуальність у наші дні. Екологічно безпечний розвиток – це такий розвиток, за якого людина, задовольняючи свої сьогоденні потреби, не ставить під загрозу можливість майбутніх поколінь задовольняти свої потреби. Нерозсудливе руйнування документної системи, витіснення читання, знищення книжкових фондів, абсолютизація комунікаційної могутності електронних засобів може завдати значної шкоди національним культурам і загальнолюдській культурі в цілому. Нинішні тенденції розвитку соціальних комунікацій не гарантують, що таких збитків можна уникнути.

1.4. ГЛОБАЛЬНА КОМУНІКАЦІЙНА СИСТЕМА ІНТЕРНЕТ

Наприкінці 60-х – на початку 70-х років Агентство перспективних досліджень Міністерства оборони США створило комп'ютерну мережу, що охоплює всі наукові центри країни (в основному – університети), для забезпечення інформаційного обміну між ними й збереження коштовної інформації у випадку поразки деяких із цих центрів під час ядерної війни. Була розроблена технологія зв'язку між мережею та комп'ютером за допомогою протоколів, яка використовується дотепер. Поступово комп'ютерна мережа охопила всі ВНЗ США, до неї приєдналися приватні інформаційні і поштові системи, різні освітні, гуманітарні й комерційні служби.

На початку 90-х років у Європейському центрі ядерних досліджень у Женеві **Т. Бернерелі** розробив технологію „Всесвітньої павутини”. У цю „павутину” увійшли організації різних країн, та Інтернет став міжнародною, глобальною комп'ютерною мережею. Але вона була не загальнодоступною, а елітарним комунікаційним засобом.

У другій половині 90-х років спостерігається потужний розвиток мережі Інтернет і пов'язаних із нею комунікаційних технологій. Наприкінці ХХ століття в Інтернеті налічувалося більше 300 млн постійно підключених до неї серверів. **Сервер** – комп'ютер трохи більшої потужності порівняно зі звичайним персональним комп'ютером, який слугує фізичним носієм інформації, доступної користувачам мережі. Інтернет має всі можливості перетворитися на віртуальну державу зі своєї власною „кіберкультурою”, територією і населенням, що не залежать від національних або політичних кордонів.

Дефініція Інтернет постає з сутнісних функцій, властивих мережі, а саме:

✓ **Інтернет** – глобальний комунікаційний канал, що забезпечує у всесвітньому масштабі передачу мультимедійних повідомлень (комунікаційно-просторова функція);

✓ **Інтернет** – загальнодоступне сховище інформації, всесвітня бібліотека, архів, інформаційне агентство (комуникативно-тимчасова функція);

✓ **Інтернет** – допоміжний засіб соціалізації й самореалізації особистості та соціальної групи шляхом спілкування із зацікавленими партнерами, всепланетний клуб ділових партнерів з дозвілля.

Отже, **Інтернет** – це глобальна соціально-комунікаційна комп'ютерна мережа, призначена для задоволення особистісних і групових комунікаційних потреб за рахунок використання телекомунікаційних технологій. У цій дефініції враховано наступні важливі **ознаки Інтернету** [116, с. 210]:

– соціально-комунікаційна сутність мережі, зумовлена комунікаційно-просторовою та комунікаційно-тимчасовою функціями, тобто здатністю забезпечувати рух змістів у соціальному просторі і часі;

– призначення для задоволення комунікаційних потреб не суспільства в цілому, а окремих особистостей і соціальних груп, що зумовлено їхнім прагненням до соціалізації й самореалізації;

– входження до системи електронної комунікації, завдяки використанню комп'ютерної бази і телекомунікаційних технологій;

– глобальні масштаби Мережі.

Всесвітня павутина є просторово розподіленою інформаційно-пошуковою системою, що складається з наступних **елементів**:

– *інформаційних ресурсів* у вигляді: *веб-сторінок*, які є адресними, такими, що мають чітку адресу, машиночитабельні документи, що містять текст, графічну інформацію, в тому числі – багатокольорові

зображення, і посилання на інші документи, якимось пов'язані з даним; система посилань утворює гіпертекст, що полегшує інформаційний пошук сайтів – сукупності сторінок, що належать приватній особі або організації й розміщені на якомусь сервері; сайти мають свою адресу; на одному сервері може розташовуватися декілька сайтів; каталоги і файли – засоби організації інформаційних ресурсів;

– *інформаційно-пошукових мов словникового і класифікаційного типу*, що слугують для пошуку інформації з ключових слів і індексів ієрархічних класифікацій;

– *логічних операцій*, що використовуються при пошуку за допомогою операторів I, ABO, HE, а також розширення пошукової зони шляхом відкидання закінчень і суфіксів слів;

– *технічних засобів реалізації у вигляді серверів з розміщеними на них сайтами й сторінками* та засобами дротового і радіозв'язку, що утворюють вузли й глобальну структуру мережі;

– *програмного забезпечення*, що включає протоколи, які регламентують обмін інформацією між комп'ютерами (інтерфейс), систему адрес комп'ютерів, сайтів, документів, сторінок, гіпертекстові мови для опису змісту документів, спеціальні програми для руху в Мережі (браузери або навігатори) та ін.

Незважаючи на постійне підвищення комфортності діалогу з Інтернет, тематичний пошук релевантних сторінок в інформаційних ресурсах Павутини не простіший за традиційну бібліографічну розвідку й вимагає величезної працьовитості, наполегливості, логічності мислення, інтуїції, міцної пам'яті, якими завжди відрізнялися професійні бібліографи. Однак Інтернет – не тільки інформаційно-пошукова система; він вирішує завдання, яке зовсім не властиве інформаційній системі: формує віртуальні клуби духовно близьких користувачів Мережі. Цій меті слугують телеконференції, списки розсилок, чати.

Використання Інтернет – це по суті реалізація прикладних функцій Мережі. Існують певні *безприбуткові сфери застосування Інтернет*.

А. Освіта. Вчителі загальноосвітніх шкіл використовують Інтернет для спілкування один з одним і з батьками своїх учнів, для обміну професійним досвідом, іноді звертаються до ресурсів Мережі, щоб збагатити зміст уроків, але багато викладачів з настоорогою ставляться до прагнення дітей заглибитися у віртуальний простір, побоюючись небажаних наслідків. Інша справа – середня спеціальна та вища школа:

Тут активно розробляється ідея дистанційного навчання, суть якого полягає в заміні фізичного доступу студентів до джерел знання на віртуальний доступ знань до студентів. Дистанційне навчання особливо привабливе для заочної освіти. Більшість ВНЗ має в Інтернеті свої сайти, де знаходяться не тільки рекламно-ознайомчі матеріали, але й електронні версії навчальних посібників, методичні матеріали, контрольні завдання і т. д. Існують привабливі проекти віртуальних ВНЗ, що передбачають мобілізацію кращих викладачів і фахівців регіону для участі в педагогічному процесі.

Б. Бібліотеки використовують телекомунікаційні можливості Інтернет наступним чином: 1) для обслуговування читачів у режимі теледоступу, без відвідування читальної зали. Однак авторське право не дозволяє розташовувати на бібліотечних серверах тексти першоджерел, проте пошук інформації в електронних довідниках, енциклопедіях і бібліотечних каталогах цілком доступний; 2) для бібліотечної кооперації у вигляді звернень до електронних каталогів інших бібліотек, скачування бібліографічних записів з центру каталогізації, передачі фрагментів баз даних, замовлення літератури в книгарнях, книгообміну та ін.; 3) для розвитку професійних контактів з вітчизняними й закордонними колегами шляхом: електронної пошти, передплати на

тематичні аркуші розсилки, телеконференцій і т. п. Бібліотечні працівники високо оцінюють колосальні інформаційні ресурси Інтернет, і схильні розглядати їх як доповнення до довідково-бібліографічних фондів, а не як їхню заміну.

В. Музеї використовують свої сервери для надання наступних послуг: довідки про адресу, години роботи, телефони; попереднє замовлення квитків і організація екскурсій, публікація анонсів виставок і колекцій; проведення дискусій фахівців і аматорів мистецтва та ін.

Г. Охорона здоров'я в Інтернеті представлена телемедициною. Телемедицина – це використання телекомунікацій і комп'ютерної технології в комбінації з досвідом фахівців-медиків для надання лікарської допомоги у віддалених районах, у будь-який час доби і за будь-якої погоди. Телемедицина незамінна за надзвичайних обставин і при катастрофах. Крім телемедицини, Інтернет використовується для поширення медичних знань, фармакологічної інформації, екологічного моніторингу та підтримки екологічної безпеки [116, с. 214].

Д. Працевлаштування полегшується за допомогою баз даних Інтернет, де зібрані відомості про компанії-роботодавців, про наявні вакансії і вимоги до здобувачів. Крім того, є банк біржі праці, куди працівник може включити свої пропозиції щодо працевлаштування.

Е. Громадські ініціативи. Віртуальний простір Інтернет чудово підходить для розгортання громадських ініціатив незалежно від офіційного схвалення.

Треба визнати, що думки щодо значення та перспектив Інтернет не однозначні: одні бачать у ньому міф про демократичну рівність, про гармонію особистості та влади; інші розглядають його як потужний засіб інтелектуального й духовного розвитку людей; треті вбачають у ньому стимул для пробудження соціальної активності.

Отже, феномен Інтернету – привабливий предмет для метатеоретичних узагальнень. Джерелами матеріалу для узагальнюючих висновків можуть слугувати конкретні *науки*, що вивчають *різні аспекти явища Інтернет*. Серед останніх:

Філософсько-історичний аспект. З погляду історіософії (філософії історії) вбачається, що поява глобальної комунікаційної мережі – переконливий аргумент на користь формування Всесвітньої інформаційної цивілізації, тобто постіндустріальної інформаційної культури. По-перше, Мережа транснаціональна, вона долає державні й національні кордони, сприяючи діалогу та зближенню народів; по-друге, вона сприяє інтеграції національних і регіональних економічних зон у глобальну економіку; по-третє, вона здатна співіснувати з різними політичними режимами, культурними і мовними відмінностями; по-четверте, вона може стати платформою для формування всесвітнього універсуму знань людства та всесвітнього дистанційного університету. На думку деяких мислителів, Інтернет сприяє становленню нової форми існування людини – віртуальних соціумів, які в перспективі об'єднуються в глобальне віртуальне суспільство.

Організаційно-управлінський аспект. Головний організаційно-управлінський принцип Мережі, що створює їй репутацію абсолютно демократичного інституту, полягає в децентралізації, у відсутності верховного управлінського органа і ієрархії влади. Однак є рівень початкових організаторів-керівників – це *провайдери*. **Провайдер** – власник фрагменту віртуального простору, який стягує з клієнтів платню за користування доступом до Мережі, але ніяк не обмежує зміст їх діалогів. Якщо провайдер з якихось причин не влаштовує клієнтів, вони можуть розірвати укладену з ним угоду й перейти до іншого власника віртуальної області.

Етико-правовий аспект зумовлений суперечливістю ідеології Мережі: з одного боку, – повна гласність і відкритість, свобода слова й самовираження; з іншого боку – недоторканність приватного життя, дотримання етичних норм, виключення насильства. Справа в тому, що абсолютна гласність неминуче призводить до порушення недоторканності приватного життя. Відслідковуючи поведінку того або іншого клієнта в Мережі під час здійснення ним покупок, подорожей, лікування, спілкуванні і т. д., можна синтезувати інтимний вигляд людини, зовсім не призначений для публікації. Є шахраї, які в такий спосіб збирають і продають компромат на відомих людей. Відкритість Мережі сприяє поширенню по усьому світу наклепу і дезінформації, що провокується анонімністю авторів, які входять до Мережі. Для дітей і юнацтва, які складають широку аудиторію Мережі, морально небезпечні порнографічні, сексуальні, насильницькі сайти, якими переповнено простір Інтернету. З метою захисту дітей на персональних комп'ютерах встановлюються фільтри, що ведуть селекцію інформації, яка надходить ззовні. Але ефективність такої „домашньої цензури” дуже сумнівна.

Невирішеною проблемою глобальної Мережі залишається *дотримання авторського права*. Згідно з юридичними нормами, тільки власник авторського права на інтелектуальну власність зразка поліграфічного видання (книги) або віртуального документа має право робити з них копії. Іншим людям запропоновано обмежуватися невеликими витримками з обов'язковим посиланням на першоджерело з метою цитування, коментування, пародії і т. п. Але в той же час відсутні дієві засоби для того, щоб захищати інтелектуальні здобутки від несанкціонованого копіювання й поширення.

Соціальний аспект – це осмислення кола користувачів Мережі. У перший період становлення Інтернет – це були професіонали-техно-

крати та комп'ютерна „богема”, що створили фізичну структуру Мережі та її програмне забезпечення. Нині до них приєдналися менеджери і бізнесмени, службовці, викладачі та студенти, а також колективні користувачі – банки, лікарні, фірми, університети та школи, засоби масової комунікації, бібліотеки, музеї та ін. Для цих користувачів Інтернет – зручний і незамінний робітник, інструмент, що дозволяє успішно вирішувати виробничі або навчальні завдання. Склалася третя група – субкультурне співтовариство користувачів Інтернет, для яких Мережа – не допоміжний інструмент ділової активності, а життєве середовище, з яким пов'язані життєвий сенс особистості, місце само-реалізації людини.

Психологічний аспект особливо чітко виявляється при вивченні субкультурного співтовариства, що складається головним чином з молоді, що не досягла 30 років. Віртуальна реальність при глибокому зануренні впливає на всі органи почуттів людини, а також на її уяву та мислення. Свідомість роздвоюється через постійні переходи від віртуального світу до реальності, і навпаки. В результаті трансформується духовний світ людини, її образ мислення і спосіб життя. У неї виникає ряд психічних розладів – інтересів, мотивів, установок, прагнень, цілей, орієнтованих на віртуальність. Психіатри звертають увагу на появу таких психічних відхилень як тривожність під час роботи з комп'ютером, Інтернет-залежності, хакерства, поглинення комп'ютерною грою, соціальна інфантильність. Особливу заклопотаність психологів і педагогів викликає проблема „Інтернет і діти”.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОДІАГНОСТИКИ

1. Охарактеризуйте основні епохи розвитку історії людства залежно від домінуючих засобів масової комунікації за М. Маклюеном.
2. Які існують функції електронної комунікації? Охарактеризуйте їх.
3. Назвіть комунікаційні бар'єри електронної комунікації.
4. Дайте характеристику глобальній комунікаційній системі Інтернет.
5. Які є ознаки та елементи Інтернет?
6. Чи існують безприбуткові області застосування Інтернет?

ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ:

1. Поширення змісту в соціальному просторі – це:
а) мнемічна функція електронної комунікації; *б) ціннісно-орієнтаційна*; *в) допоміжна*; *г) бюрократична*.
2. До соціально-прагматичних функцій електронної комунікації не відноситься:
а) освітня; *б) ідеологічна*; *в) допоміжна*; *г) соціальна*.
3. Хто розробив технологію „Всесвітньої павутини”?
а) Т. Бернерелі; *б) Б. Гейтс*; *в) М. Макклюен*; *г) М. Іванов*.
4. Глобальна соціально-комунікаційна комп'ютерна мережа, призначена для задоволення особистісних і групових комунікаційних потреб за рахунок використання телекомунікаційних технологій – це:
а) пошукова система; *б) провайдер*; *в) веб-сторінка*; *г) Інтернет*.

Підрозділ 2

ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Ключові поняття: *інформація, знання, дані, інформаційні процеси, інформаційне суспільство, інформаційна культура, „інфосфера”, мас-медіа, засоби масової комунікації, медіакратія, „підкрутка повідомлення” (spin doctoring), державна інформаційна політика, інформатизація, публічна інформація.*

2.1. ІНФОРМАЦІЯ ЯК ФІЛОСОФСЬКА КАТЕГОРІЯ І СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЯВИЩЕ

Термін **інформація** походить від латинського слова *informatio*, що означає „*відомості, роз’яснення, виклад*”. **Інформація** – це *відомості про об’єкти і явища навколишнього світу, їх параметри, властивості і стан, які сприймають інформаційні системи у процесі життєдіяльності й роботи.*

Поняття „інформація” і „знання”, з філософської точки зору, є поняттями більш високого рівня, ніж „дані”, яке виникло відносно нещодавно. Поняття „інформації” безпосередньо пов’язане з сутністю процесів всередині інформаційної системи, тоді як поняття „знання” орієнтоване на якість процесів. Поняття „знання” тісно пов’язане з процесом ухвалення рішень.

У процесі руху нагору інформаційною пірамідою, обсяги даних переходять у цінність знань. Однак великі обсяги даних зовсім не озна-

чають і, тим більше, не гарантують одержання знань. Існує певна залежність цінності отриманих знань від якості й потужності процедур обробки даних. Типовим прикладом інформації, яку не можна перетворити на знання, є текст іноземною мовою. За відсутності словника і перекладача ця інформація взагалі не має цінності, вона не може перейти в знання. За наявності словника процес переходу від інформації до знання можливий, але тривалий і трудомісткий. За наявності перекладача інформація переходить у знання.

Інформацію можна: створювати, передавати, сприймати, використовувати, запам'ятовувати, ухвалювати, копіювати, формалізувати, поширювати, перетворювати, комбінувати, обробляти, ділити на частини, спрощувати, збирати, зберігати, шукати, вимірювати, нищити та ін. Усі ці процеси, пов'язані з певними операціями над інформацією, називаються *інформаційними процесами*.

Інформація має наступні властивості, що характеризують її **якісні ознаки**: *вірогідність, повнота, цінність, своєчасність, зрозумілість, доступність, стислість* та ін. Інформація **достовірна**, якщо вона відбиває дійсний стан справ. Недостовірна інформація може призвести до неправильного розуміння або ухвалення хибних рішень. Достовірна інформація згодом може стати недостовірною, тому що вона має властивість старіти, тобто припиняє відбивати дійсний стан справ.

Інформація **повна**, якщо її досить для розуміння та ухвалення рішень. Як неповна, так і надлишкова інформація здатна стримувати прийняття рішень, або може спричинити помилки.

Точність інформації визначається ступенем її близькості до реального стану об'єкта, процесу, явища тощо.

Цінність інформації залежить від того, наскільки вона важлива для розв'язання завдання, а також від того, наскільки в подальшому вона знайде застосування в певних видах діяльності людини.

Тільки **вчасно отримана** інформація може принести очікувану користь. Однаково небажані як передчасне подання інформації (коли вона ще не може бути засвоєною), так і її затримка.

Інформація стає **зрозумілою**, якщо вона виражена мовою, на якій говорять ті, кому призначена ця інформація. Інформація повинна подаватися в **доступній** (за рівнем сприйняття) формі.

Інформацію з того ж самого питання можна викласти коротко (стисло, без несуттєвих деталей), або докладно (багатослівно). **Стислість** інформації необхідна в довідниках, енциклопедіях, підручниках, інструкціях.

У випадках, коли говорять про автоматизовану роботу з інформацією за допомогою технічних засобів, в першу чергу цікавляться не змістом повідомлення, а тим, скільки символів це повідомлення містить. Щодо *комп'ютерної обробки даних*, під **інформацією** розуміють певну послідовність символічних позначок (літер, цифр, закодованих графічних образів, звуків тощо), значеннєве навантаження в зрозумілому для комп'ютера вигляді. Кожен новий символ у такій послідовності символів збільшує інформаційний обсяг повідомлення.

Інформація може існувати у вигляді:

- текстів, малюнків, креслень, світлин;
- світлових або звукових сигналів;
- радіохвиль;
- електричних і нервових імпульсів;
- магнітних записів;
- жестів і міміки тощо.

На думку **В. Бебика**, *інформація* – це змістовне відображення об'єктивних і суб'єктивних процесів, явищ і предметів Всесвіту [7, с. 25].

За рівнем та характером оцінки інформації виокремлюється два типи інформації:

- *об'єктивна* (хімічна, фізична, біологічна (генетична), економічна, правова);
- *суб'єктивна* (соціальна, політична, психологічна, культурна тощо).

Джерелом, наприклад, економічної інформації є економічна сфера суспільства, вирахувати яку можна за допомогою математично-статистичних способів відображення інформації: темпи економічного зростання, індекс інфляції, рівень життя та безробіття тощо [7, с. 26].

Джерелом психологічної інформації, суб'єктивної, є свідомість суб'єкта, що досліджується. Якщо це окрема людина – йдеться про індивідуальну свідомість, а якщо вивчаються соціопсихологічні настанови певної групи людей, мається на увазі, звичайно, групова, соціальна свідомість.

Індивідуальну, групову і суспільну свідомості об'єднують способи відображення психологічної інформації: поведінковий, візуальний, текстовий. Зрозуміло, що оцінка поведінки людини, її візуальне сприйняття (психологічне фотографування) та тестування за спеціальною методикою занадто суб'єктивні, оскільки практично неможливо формалізувати оцінку, наприклад розумових чи творчих здібностей людини.

За природою інформаційних сигналів та потоків інформація може бути **дискретною** та **аналоговою**. У першому випадку йдеться про цифровий спосіб відображення інформації, а в другому – про аналоговий.

Цифровий спосіб покладено в основу функціонування сучасної комп'ютерної та аудіовізуальної техніки. Перехід до цифрового кодування аналогових сигналів здійснив революцію в *кіно, на телебаченні і*

радіомовленні. Цей спосіб дозволяє „очистити сигнал” від шумів, значно покращуючи якість зображення та звуку. Зрозуміло, що тут існує певна проблема втрати якості зображення або звуку. Але рівень сучасної техніки дозволяє робити ці інтервали настільки малими, що якість відображення є майже ідеальною.

Існують також і *аналогові обчислювальні машини*. На самому початку розвитку комп’ютерної техніки аналогові обчислювальні машини (АОМ) серйозно конкурували з цифровими обчислювальними машинами (ЦОМ).

АОМ незамінні при *відстеженні аналогових фізичних сигналів*, наприклад при контролі за електричним струмом турбіни електростанції або траєкторією польоту ракети в реальному режимі часу. Проте, якщо є потреба обробляти великі масиви інформації з великою швидкістю, люди використовують ЦОМ. Абсолютну більшість сучасного світового комп’ютерного парку становлять ЕОМ, що використовують дискретний або цифровий спосіб відображення інформації.

За напрямом спрямованості відносно суб’єкта (об’єкта) інформації останню поділяють на *внутрішню* і *зовнішню*, а за ієрархічною виокремлюють *вертикально* і *горизонтально спрямовану інформацію*.

Якщо ж за параметр оцінки взяти *спосіб комунікації*, то варто назвати *вербальну* і *невербальну інформацію*, а відповідно і комунікацію. Вербальна інформація описується певним набором одиниць словника, з якого можна конструювати скільки завгодно повідомлень [7, с. 31].

Беручи за параметр оцінки функції комунікації, можна виокремити такі типи інформації, як *когнітивна (пізнавальна), інформативна та перцептивна*.

Когнітивна інформація, якою обмінюються суб’єкти комунікації, не має (майже) оціночних суджень. Як правило, – це очевидні факти, події, явища.

Уперше зустрічаючись з людиною, ви насамперед фіксуєте для себе стать, вік, зовнішність партнера по комунікації. Вступаючи з ним у контакт, ви переходите на обмін інтерактивною інформацією. Спілкуючись з будь-ким, ви не можете не сприймати цю людину й на перцептивному, чуттєвому рівні [7, с. 32].

У будь-якому випадку ви намагаєтесь відчутти партнера по спілкуванню. Це просто: ви робите для себе висновок, подобається вам ця людина чи ні. Є у неї так звана аура комунікації, чи манера спілкування цієї людини невідомо чому вас дратує і відштовхує. Цю інформацію важко описати і формалізувати текстово-знаковим чи іншим способом, позаяк комунікативний обмін у цьому випадку здійснюється, очевидно, на тонкому біоенергетичному та глибинно-психологічному, інтуїтивному рівні.

Переходячи від функцій комунікації до функцій управління, зазначимо, що є *загальні та спеціальні функції управління*. Відповідно при реалізації загальних функцій управління можна виокремити *когнітивну (пізнавальну) і мотивуючу інформацію*.

Тут варто підкреслити, що ці типи інформації збігаються, оскільки несуть дані про суб'єкт чи об'єкт комунікації або управління. У будь-якому випадку ця інформація вкрай потрібна як при спілкуванні, так і при ухваленні управлінських рішень.

Інструктивна інформація має командну спрямованість: що треба зробити, як, у які терміни. А мотивуюча інформація має спонукати об'єкт управління (тобто того, ким управляють) зробити роботу якомога краще, щоб цей об'єкт перейнявся важливістю поставленого завдання і сприйняв його як дуже потрібне не тільки для організації, а й для нього персонально.

Аналізуючи соціальні функції управління, доходимо висновку про необхідність виокремлення *первинної, організаційної, регулюючої, контрольної-облікової та аналітичної інформації*.

Дещо спрощено можна проілюструвати цю типологію інформації на прикладі вищого навчального закладу – Міжрегіональної Академії управління персоналом (МАУП) як об'єкта управління. Первинна інформація: МАУП – недержавний вищий заклад освіти, який має державну ліцензію на право освітньої діяльності за вищим, IV рівнем акредитації. Організаційна інформація: Академія складається з навчальних інститутів, ліцею, технікуму, лінгвістичного та комп'ютерного центрів, видавництва, бібліотеки, науково-методичного інституту та автошколи. Регулююча інформація: Діяльність МАУП регламентується Конституцією та законами України, наказами Міністерства освіти і науки, президента і ректора МАУП. Контрольно-облікова інформація: хід навчального процесу контролюється ректоратом, фінансові розрахунки – бухгалтерією тощо. Аналітична інформація: щорічний приріст студентського контингенту, починаючи з 1995 р., становить 27–28 % [7, с. 34].

2.2. ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЙОГО РОЗВИТКУ

На певному етапі розвитку інформаційної індустрії народжується інформаційне суспільство, у якому більшість населення, яке працює, зайняте виробництвом, зберіганням, переробкою та реалізацією інформації, тобто творчою працею, спрямованою на розвиток інтелекту й одержання знань.

Створюється єдине, не розділене національними кордонами інформаційне співтовариство людей. Формування інформаційного суспільства

спирається на новітні інформаційні, телекомунікаційні технології та технології зв'язку. Саме нові технології призвели до бурхливого поширення глобальних інформаційних мереж, що відкривають принципово нові можливості міжнародного інформаційного обміну.

Формування інформаційного суспільства практично означає формування світового інформаційного простору [20]. Кінець тисячоріччя збігся з переходом людства до третьої стадії розвитку (після аграрної та індустріальної), яку зазвичай позначають як інформаційне суспільство. *Загальновизнаної дефініції інформаційного суспільства немає, але більшість фахівців погоджуються з тим, що його сутність визначають кілька взаємозалежних процесів:*

- електронні інформаційні ресурси стають важливим ресурсом і дійсно провідною силою соціально-економічного, технологічного та культурного розвитку;
- формується ринок електронних інформаційних ресурсів як фактор виробництва разом із ринками природних ресурсів, праці й капіталу;
- розвинена інформаційна інфраструктура перетворюється на умову, що визначає національну та регіональну конкурентоспроможність;
- розвиток і активне впровадження в усі сфери діяльності нових інформаційно-телекомунікаційних технологій суттєво змінює модель освіти, праці, суспільного життя та відпочинку.

В інформаційному суспільстві діяльність людей усе більшою мірою залежить від їхньої здатності ефективно використовувати електронні інформаційні ресурси. Для вільної орієнтації в електронних інформаційних напрямках сучасна людина повинна вміти одержувати, обробляти і використовувати електронні інформаційні ресурси за допомогою комп'ютера, телекомунікацій та інших засобів зв'язку [20, с. 81].

При інформатизації суспільства основна увага приділяється комплексу заходів, спрямованих на забезпечення повного використання достовірного, вичерпного і своєчасного знання у всіх різновидах людської діяльності.

Інформаційна культура є продуктом різноманітних творчих здібностей людини та проявляється в таких *аспектах*:

- конкретних навичках із використання технічних засобів (від арифмометра до персонального комп'ютера та комп'ютерних мереж);
- здатності використовувати у своїй діяльності сучасну комп'ютеризовану інформаційну технологію, базовою складовою якої є численні програмні продукти;
- умінні отримувати інформацію з різних джерел, як з періодики, так і з електронних комунікацій, подавати її в зрозумілому виді та вміти ефективно використовувати;
- оволодінні основами аналітичної обробки інформації;
- умінні працювати з різною інформацією;
- знанні особливостей інформаційних напрямків у своїй сфері діяльності;
- використанні правових актів, що забезпечують інформаційні процеси;
- володінні основами ергономічної та інформаційної безпеки [20, с. 86].

Інформаційне суспільство як соціальна, економічна й культурна система є об'єктом уваги дослідників з **60-х рр. XX ст.**, коли стали чіткими риси зміни парадигми епохи. Водночас конституювався і сам термін „інформаційне суспільство”, введений до наукового обігу майже одночасно американськими і японськими дослідниками. Основною ознакою і якісним параметром суспільства нового типу була ви-

знана особлива роль знання й заснованих на ньому технологій, домінування інформації, прискорення технічного прогресу, зменшення частки матеріального виробництва в сукупному суспільному продукті, розвиток сектору послуг, підвищення якості життя [65].

Налаштованість на постійне споживання інформації цілком виправдана, тому що якість соціалізації визначається саме кількістю одержуваної інформації. На думку дослідників, картина світу сучасної людини складається зі знань, отриманих за допомогою власного досвіду, лише на 10–15 %. Основним каналом одержання інформації, способом долучення до світу і його подій, посередником у формуванні культури, а також найважливішим фактором, що трансформує всю систему духовного виробництва, є саме засоби масової комунікації, що створюють певний інформаційний моносвіт, особливу „інфосферу”, яка володіє рисами глобальності, як принципово нове середовище існування сучасної людини. Її відмінними рисами є універсальність і тотальність поширення.

Специфічною *якістю самої інформації* (на відміну від знання) є її **надмірність і фрагментарність**. Велика кількість інформації неминуче призводить до поверхневості – спочатку сприйняття, потім – можливо, і мислення. Відчуття „розгубленості” і „пригнічення” охоплює сучасну людину, яка має доступ до багатотомних енциклопедичних видань – причому й у цифровому форматі, до всіх художніх феноменів – нехай і в електронному вигляді. Людина, змушена постійно здійснювати переходи з однієї інформаційної системи до іншої, перебуває під загрозою дезорієнтації – причому, як чисто фізичної, так і ментальної. Втрата здатності здійснення комунікації з Іншим у межах реальності, зі світом, втрата самоідентичності – все це симптоми „фундаментальної втрати орієнтації”, коли буття людини постає як

постійна зміна в межах комунікативного простору стратегій: людина – приймач повідомлення і його відправник, людина – об’єкт комунікації і творець власної суб’єктивності. Цей новий суб’єкт культури позбавлений традиційних внутрішньогрупових зв’язків, тому що зміни у сфері комунікацій примножують ефект об’єктивних соціальних зрушень. Такий індивід, згідно з **П. Вирильо**, відрізняється розірваністю між життям у реальних координатах „*тут-і-зараз*” і життям усередині особливої матриці, де час („*зараз*”) превалює над простором („тут”).

Однак для людини цей стан множинності змістів, значень, цінностей, які належать до різних культурних світів, є психологічно складним. Людина втрачає міцні підвалини свого життя і починає зазнавати труднощів з визначенням власної самоідентифікації. **Е. Тоффлер** задається питанням щодо меж тих змін у соціокультурному середовищі, до яких людина може пристосуватися. Цей стан дезадаптації автор називає „*шоком майбутнього*”, тлумачачи його як „страждання, фізичне й психологічне, що виникає від перевантажень, які фізично відчувають на собі адаптивні системи людського організму, а психологічно – системи, відповідальні за прийняття рішень”. Іншими словами, шок майбутнього – це „реакція людини на позамежне нервово роздратування” [127, с. 352].

Відчуття психологічного дискомфорту, жахи світу призводить до навмисного обмеження людиною соціальних контактів, вироблення особливих способів „долати завтра” – починаючи від наркотиків, безладних знайомств і закінчуючи сильними емоційними переживаннями, пов’язаними з інформаційною виртуалізованою реальністю. Людина прагне до стабільності на роботі, у родині, збереження зв’язків із батьками, друзями. Такими зонами стабільності можуть стати постійний режим дня, незмінні смаки, прихильність до певної моди тощо. Харак-

терно, що цю специфіку розвитку людини і суспільства **Е. Тоффлер** опишував ще в 1970-ті роки. І якщо в 70-ті роки провідними тенденціями розвитку все ж були постіндустріальні зміни, то в інформаційній сфері швидкість подібних змін така, що вона вимагає перемикавання на нові покоління обчислювальної техніки кожні три роки.

Однією з особливостей інформаційного суспільства є його „штучність”, виникнення не в результаті стихійного розвитку, де держава підтримувала політичною участю сталі національні економіки і корпорації, а в результаті цілеспрямованої діяльності держави. „Програмоване” суспільство, відрізняється, насамперед тим, що зросла роль політичної влади. „Що стосується інформаційної глобальної економіки”, – відзначає **М. Кастельс**, – „то вона ... занадто політизована... Швидкі технологічні зміни поєднують підприємницькі інновації і державні стратегії підтримки досліджень та цільових технологій. Країни, що постраждали від власної ідеології, бачать, як їх технологічне становище швидко погіршується порівняно з іншими. Отже, формування нової економіки, заснованої на соціально-економічних змінах і технологічній революції, буде певним чином залежати від політичних процесів, що відбуваються в державі, в тому числі тих, що ініціюються нею самою” [56, с. 103].

Значною мірою участь у процесах формування інформаційного суспільства зумовлена тим, що цей тип суспільства пов'язаний з глобальними процесами, і міждержавних зв'язків тут уникнути неможливо. Крім того, інформатизація національної держави як процес досить капіталомісткий не може здійснюватися поза державними управлінськими, економічними і політичними рішеннями. Нарешті, створення інформаційного суспільства – це процес, що відповідає не тільки світовим трендам розвитку, але й тенденціям розвитку націо-

нальних держав. Саме тому формуються *національні концепції входження до інформаційного суспільства*, існують *альтернативні моделі інформаційного суспільства*, серед яких найбільшою національною своєрідністю відрізняються *Американська, Японська, Німецька, Сінгапурська, Фінська, Шведська, Індійська*.

Саме у сфері інформаційних технологій розгортається найбільш активна боротьба за право керувати „культурними інтересами” людства, яка стає такою ж напруженою і гострою, як і боротьба за території та ринки збуту в межах індустріальної культури. До кінця 90-х р. XX ст. сфери впливу на ринки культурної індустрії були поділені між шістьма найбільшими транснаціональними корпораціями, що визначають світову інформаційну політику. Ця боротьба глобального масштабу постає як боротьба за право визначати та здійснювати власну культурну політику.

Цей принцип існування інформації як виробничої сфери та продуктивної сили суспільства, описаний ще **А. Тоффлером**, що розглядає інформацію в цивілізаціях Третьої хвилі в якості „одного з головних різновидів сировини, причому невичерпного”, стає головним аргументом у такому виді міжнаціонального протистояння, як інформаційні війни. У своїй типології інформаційних війн **А. Тоффлер** принципово розрізняє війни аграрні, які велися за територію, а також війни індустріальні, що розгорталися довкола засобів виробництва, від війн Третьої хвилі, від війн інформаційного століття, які можуть вестися за засоби обробки та створення знань і інформації.

Під впливом нових вимог до технологій змінюється і мислення, що функціонує в гранично функціональному режимі, і моделі соціального управління. Сфера політичного вважається, на думку **А. Костіної**, зникаючою, тому що в перспективі єдиним достовірним джерелом

варіантів стратегічних рішень, що стосуються можливостей мирного і військового розвитку, будуть супутникові та комп'ютерні системи.

П. Вирильо вважає, що генетичною передумовою розвитку не тільки сучасних технологій, але й сучасної культурної індустрії, є мілітаризм, тому що основними складовими успіху будь-якої військової кампанії постає інформація та швидкість її одержання [23, с. 120].

Якщо за часів модерну всі комунікаційні системи розглядалися, насамперед, як джерело інформації про справжню реальність, як спосіб розширення власного простору і часу, як засіб об'єднання людей, то в епоху постмодерну саме *мас-медіа здійснюють симуляцію*, що характеризує сучасну культуру в цілому: симуляцію маси, історії, тілесності, часу, простору, реальності й, відповідно, симуляцію комунікації, інформації та змісту. За цих обставин провідною функцією засобів масової інформації постає їхня здатність до формування гіперреального як реального без джерела та поза реальністю.

2.3. ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ МАС-МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Існує певна двозначність позиції журналістики в царині влади; з одного боку, журналістика має значний вплив; з іншого боку – сам цей вплив сприяє виникненню контролю за її діяльністю з боку економічної і політичної сфери та ставить царину журналістики в підлегле становище.

ЗМІ виконують роль зв'язку виборця з виборчим процесом. Виборці зацікавлені в схемі інтерпретації, яка розглядає ситуацію з точки зору урядового управління: що уряд зробив до виборів, що зробить після

виборів, як це вплине на них. Схема боротьби змушує їх концентруватися на зовсім іншому: хто перемагає і чому. Читаючи такі повідомлення, виборці залишаються сторонніми спостерігачами, а не учасниками процесу.

У цілому ми спостерігаємо значну увагу політики до ЗМІ і ЗМІ до політики. При цьому владні структури, сприймаючи сильну пресу, змушені серйозно працювати з нею. Успішне вибудовування образу влади, державних структур, або окремих політиків відбувається як за допомогою високого рівня професіоналізму, так і інтенсивної праці. Важливо враховувати й те, що люди забувають зміст політичної комунікації дуже швидко. Але в пам'яті надовго залишається враження від повідомлення.

Розглянемо, які **переваги і недоліки** мають деякі *сучасні засоби масової комунікації*.

Друк. Періодична преса, і насамперед газети, з точки зору сприйняття, більш складні в порівнянні з радіо й телебаченням. Читання газети вимагає значних інтелектуальних зусиль, тому звернення до газети припускає певний освітній рівень аудиторії. Газета менш оперативна, ніж радіо і телебачення, тому що може повідомляти про події, тільки після того, як вони відбудуться. Газета значно далі йде від звичайних форм міжособистісного спілкування порівняно з радіо і телебаченням. Усе це умовно можна віднести до обмежень, *мінусів* друку як засобу масової комунікації.

Але в нього є й свої *плюси*, які не змогли переkritи радіо й телебачення.

По-перше, це можливість для читачів швидше орієнтуватися у всіх матеріалах газети або журналу та самостійно обирати в них інформацію, що цікавить читача. По-друге, це можливість легко повернутися

до прочитаного матеріалу, якщо він потребує додаткового осмислення або використання. По-третє, газету й журнал можна читати практично скрізь, у будь-який час перериваючи й відновлюючи її читання.

Крім того, газетно-журнальні тексти успішно задовольняють незмінну потребу сучасної людини в коментарях, роз'ясненнях з приводу численних подій, відомих їй з оперативних повідомлень радіо і телебачення.

Радіо. З погляду сприйняття переданої інформації радіо є для людини більш простим каналом, ніж періодична преса. Слухання радіо вимагає менших інтелектуальних зусиль. У цьому сенсі воно ближче за формою до міжособистісного спілкування, ніж читання преси. При сприйнятті інформації тільки на слух аудиторія не має змоги побачити промовця. Тому зоровий образ промовця й те, про що йде мова, домірковується аудиторією.

Радіо інформує аудиторію значно більш оперативно, ніж газета. У радіо порівняно з газетою виникає така перевага, як можливість здійснювати „прямі передачі” з місця подій. Причому прямі передачі не тільки підвищують оперативність інформації, але, що дуже важливо, можуть створювати так званий „*ефект присутності*”. Сутність цього психологічного ефекту полягає в тому, що в радіослухачів може створюватися враження, начебто вони самі присутні при здійсненні тієї події, яка висвітлюється в прямому репортажі. Завдяки цьому значно підвищується ступінь довіри до переданої інформації, а отже, зростає й сила її впливу, оскільки людина психологічно схильна найбільше довіряти своєму безпосередньому досвіду. Інша істотна перевага радіо перед друком полягає в тому, що, слухаючи радіо, можна займатися іншими справами, що не вимагають значних інтелектуальних зусиль.

Але в радіо є й свої *обмеження*. Так, під час прослуховування радіо менше свободи у виборі першочергового знайомства з тією або іншою інформацією порівняно з газетою. Також практично немає можливості повернутися до прослуханої інформації для того, щоб перевірити, чи правильно вона була зрозуміла або щоб глибше осягнути її зміст.

Телебачення. Телебачення, поєднуючи зоровий образ і усне мовлення, ще ближче за формою до міжособистісного спілкування, ніж радіо. Тут наявний синтез трьох знакових систем: усного мовлення, зображення й музики. Внаслідок цього, воно є найлегшою щодо сприйняття інформації порівняно з друком та радіо.

Завдяки своїм особливостям, телебачення виявляє виразні можливості обличчя людини, його рухів і мови, які є основними „сигналами”, що розкривають індивідуальні особливості даної особистості. Що стосується оперативності, то телебачення набагато випереджає друк, але поступається радіо. Однак у телевізійних програмах сильніше, ніж на радіо, спрацьовує „*ефект присутності*”, що підвищує силу впливу переданого повідомлення.

Інтернет. Стає все більш очевидними ЗМІ. *Переваги.* Можливість особистого контакту з кожним конкретним представником аудиторії й інтерактивність, можливість практично щохвилинного відновлення інформації. *Недоліки* – порівняно мале охоплення аудиторії, тому що комп’ютерне обладнання коштує дорого й значна частина населення не в змозі дозволити собі не тільки Інтернет, але й комп’ютер. І, на решті, Інтернет – найбільш симулятивний засіб масової комунікації. Люди розуміють, що це, в остаточному підсумку, великий інформаційний смітник, і тому їх довіра до Інтернету невелика. Хоча, з іншого боку, для розпалення пристрастей, чуток і скандалів навколо чого-небудь Інтернет підходить якнайкраще.

Сучасна медійна система має вроджену здатність акумулювати енергію зовнішнього середовища й втілювати її в енергію соціальної дії. Звідси – класичне визначення ЗМІ як „четвертої влади”, здатної „впливати на чужу волю”, стимулювати соціальне спілкування. У результаті соціальної взаємодії цивільних структур, органів влади, мас-медіа утворюють „інформаційно-комунікативні відносини. Антагонізм, апологетика, або партнерство у взаємодії даних соціальних суб’єктів зумовлюють повноту й напрямок застосування корекційно-регулятивних можливостей ЗМІ й масової комунікації. Самозбереження політичної системи вимагає усвідомлення значеннєвого змісту кодів (символів) у державно-цивільних відносинах. Становлення інформаційного суспільства й розвиток сучасних демократій припускає інформаційне багатоманіття, гнучкість, відкритість медійних комунікацій [74].

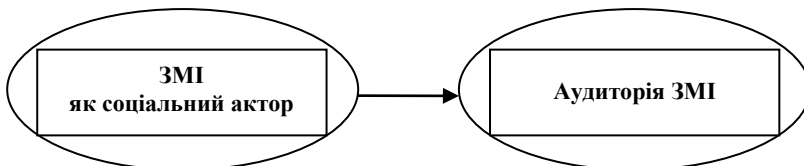
Соціально відповідальні ЗМІ здатні виступати інструментом досягнення балансу між зовнішніми викликами та внутрішніми особливостями розвитку політичної системи. З одного боку, **соціально-орієнтовані ЗМІ „розхитують”** систему в крапках стагнації, з іншого боку, підтримують **„динамічну рівновагу”** політичної системи. І в тому і в іншому випадку результатом громадської, не сервильної журналістики є інформаційна стійкість політичної системи.

„Захищеність – етичність – творчість” як можливі і бажані наслідки саморегулювання ЗМІ відповідають з одного боку, потребам населення в соціально відповідальній, людино-орієнтованій журналістиці й, з іншого боку, інтересам самих журналістів, що віднаходять творчу незалежність за допомогою захищеності від різних форм диктату. Авторитарні прояви держави мають латентний характер, а журналісти і аудиторія – використовують сприятливі, морально-правові „правила” соціального діалогу. Проблема інформаційного тоталітаризму та

соціально-політичної стагнації полягає не в присутності держави на медіаринку, це життєво необхідна для соціуму умова, а в характері прояву цієї присутності.

Державно-медійна вертикаль характеризується самообманом влади, а відсутність держави в інформаційному просторі країни – повторенням інформаційного хаосу 90-х рр. **Соціально-медійний оптимум – плюралізм видань за їхнього чіткого позиціонування, інформаційної „адресності” і соціальної відповідальності незалежно від форм власності** [13]. Сьогодні частина політологічної науки розглядає взаємодію журналістики та політики в дискурсі вбудовування журналістики як системи в процес розподілу та здійснення владних повноважень у суспільстві постмодерну. Участь журналістики в процесах, пов’язаних із владними повноваженнями, розглядається як комплекс явищ під загальною назвою **медіакратії**.

Теорії аудиторії вивчають *сприйняття новинного змісту споживачами ЗМІ та вплив ЗМІ на поведінку аудиторії*. Разом ці теорії дозволяють пов’язати „*контент ЗМІ – поведінка аудиторії*”: і тим, і іншим можна керувати через формування та зміну порядку денного. Отже, класична схема „*комунікатор – канал – аудиторія*” у цих теоріях фактично зводиться до вивчення зв’язку двох елементів (див. рис. 1) [13, с. 92]:



(з функціями визначення порядку денного)

Рис. 1. Схема вивчення медіакратичного впливу в „етимологічній” теорії медіакратії

Однак поступово в *інтерпретації медіакратії* виникає три фактори. Перший – *концентрація, що підсилюється, монополізація ЗМІ* (насамперед в атлантичній цивілізації, але потім і в континентальній Європі) та *зростаючий вплив медіаконцернів, з одного боку, на політичну арену й, з іншого боку, на медіаконтент* і, як зазначають теорії аудиторії, *на поведінку реципієнта*. Тут влада ЗМІ розглядається вже не як влада друкованого/аудіовізуального слова, але скоріше як *влада групи осіб*, яким належить монопольне/олігопольне право на проведення вигідних їм самим медіапродуктів, до яких відносять, у тому числі, точки зору, списки питань порядку денного і навіть новинну картину в цілому. Це, у свою чергу, скорочує обсяг публічної сфери як вільного ринку ідей (див. рис. 2).

Описана вище схема, таким чином, ускладнюється [13, с. 93]:

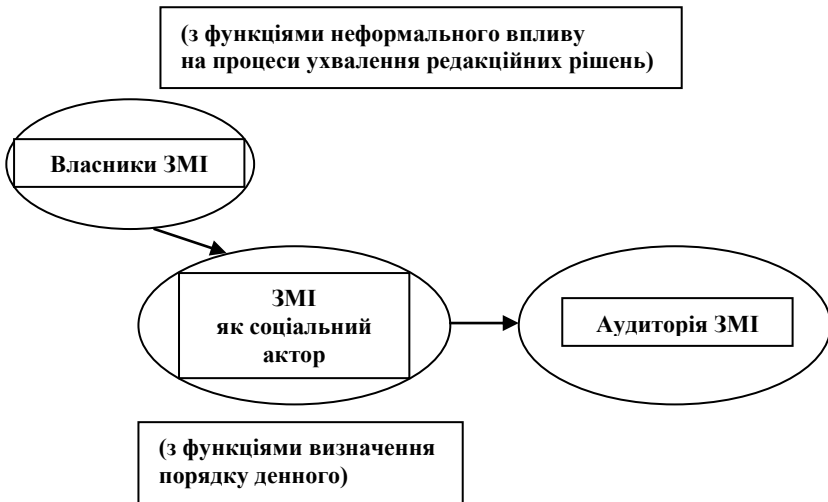


Рис. 2. Неформальний вплив власників ЗМІ в „етимологічній” теорії медіакратії

Другий фактор на підтримку „етимологічної” теорії медіакратії – культурно-історичний розвиток індустрії журналістики, що йде вектором відриву від інтересів аудиторії. Так, головний редактор журналу про ЗМІ „Прогрессив Ревью” С. Сміт виокремлює три аспекти цього відриву [13, с. 95]: 1) перехід багатьох провідних журналістів з робітничого класу за прибутками і статусом до більш високих соціальних страт, зміна соціальної перспективи оцінки явищ; 2) зростання академічної освіти в професії, що призвело до зростання абстрактного мислення і бажання теоретизувати, а також вивчення питань порядку денного не „польовим”, а університетським шляхом; 3) успіх журналістики як системи, що призвів до зростання кар’єрних можливостей. Робота почала розглядатися з кар’єрної позиції, зник ідеалізм у професії та знизилася інтенсивність розслідувальної журналістики, тому що розслідування створювало ризики для вищих ланок редакції [13, с. 96].

Прихильники „етимологічного” розуміння медіакратії вважають, що існують певні **негативні впливи ЗМІ на політику**, які здатні вплинути на легітимність політичного поля та довіру до інститутів демократії, серед них [13, с. 96].

1) **формування негативних політичних думок**: стимулювання байдужості, політичної втоми і нерозуміння політичної тематики, беззмістовного політичного дискурсу й конфліктного середовища обговорення, гомогенізація сприйняття політичного поля, підрив соціального капіталу;

2) **деградація політичної участі еліт і мас**: зниження електоральної явки і кількісної та якісної партійної ідентифікації, провокування „упакування політики” і „презентації, що значить більше, ніж сутність”;

3) **деградація політичного процесу**: скорочення строку політичного життя й розширення можливостей осіб, що перебувають при владі, формування ухвалення електорального рішення;

4) *деградація інститутів, що забезпечують демократію*: президенціалізація лідерства, зниження підзвітності лідерів, перевантаження політичною інформацією й зниження керованості соціуму, втрата довіри до політичних інститутів і процесів [13, с. 98].

Отже, в „етимологічній” теорії медіакратії система ЗМІ визнається автономним і найважливішим гравцем у публічній сфері; їй належить право та прагнення створювати громадську думку й впливати на політичний процес на власний розсуд і у власних цілях.

Уточнену схему розподілу впливу можемо побачити на рис. 3 [13, с. 98].



Рис. 3. Уточнена схема розподілу впливу в „етимологічній” теорії медіакратії

Отже, ми бачимо, що схема практично нівелює значення акторів соціально-політичного простору під час формування соціально значущих рішень. Отже, **медіакратія** розглядається як новий вид політики – це політика, принципово здійснювана через посередника; медіакратія

також – це зрощення владних (політичних) та медійних інститутів у сфері інтересів і комунікації. Механізмів зрощення може бути декілька, і Рис. 4 ілюструє тільки один із них – неформальні взаємини, що формуються в процесі політичної комунікації між політиками та журналістами/редакторами. Ще два канали, виокремлювані більшістю вчених, це ті самі власники медіа та інститути політичної комунікації й „*підкрутки повідомлення*” (*spin doctoring*), що бурхливо розвиваються сьогодні. Отже, схема медіакратичної взаємодії зображена на рис. 4 [13, с. 102].

У межах „*маркетингової*” теорії медіакратії до медіакратичних ефектів можна віднести, наприклад, відрив інтересів журналістики від інтересів цільової аудиторії: так підривається функція журналістики як „сторожового пса” демократії (*watchdog function*). До важливих ефектів можна також віднести відзначені ще **Ю. Хабермасом** приватизацію та рефеодалізацію політики, коли комерціалізація преси, концентрація медіавласності й контролю над медіа перетворює публічну сферу на сукупність „феодальних вотчин” окремих політиків і медіамагнатів, а політичний процес – на приватну справу медіакратичної еліти, яку в цій теорії також іноді називають медіакратією [13, с. 103].

У цілому розроблена схема дозволяє побачити, що за аудиторією ЗМІ закріплюються функції пасивного реципієнта. Однак у демократичній системі, на яку варто орієнтуватись, за електоральною аудиторією закріплено дві принципові функції: функція політичного вибору, що забезпечує змінюваність персоналій у владних інститутах, і функція контролю демократичної системи.

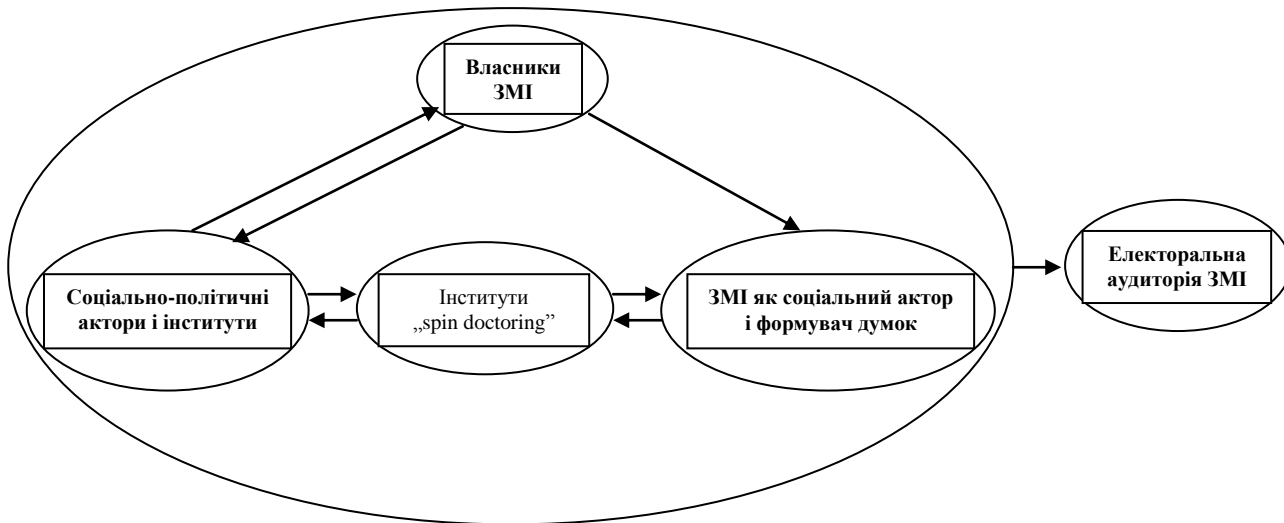


Рис. 4. Схема зрощення журналістики і політики в „маркетинговій” теорії медіакратії

2.4. ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА ЯК ФАКТОР ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Відсутність інформаційної відкритості, прозорості та підзвітності влади суспільству, необґрунтоване засекречування інформації й обмеження свободи інформаційного обміну є дуже небезпечним явищем для майбутнього будь-якої держави, особливо України. Інформаційна сфера є основою, на якій базуються політичні, адміністративні, економічні, будь-які рішення в царині галузей людської діяльності. Ці рішення будуть лише тоді обґрунтованими та ефективними, коли для їх ухвалення буде використано якомога більше інформації. Найбільш важливі політичні рішення зазвичай закріплюються на правовому рівні, фіксуються в тих або інших нормативних актах. Коли на правовому рівні ухвалюються акти, що забороняють або обмежують доступ учасників проблемних політичних дискусій до інформації, тоді якість політичних рішень неминуче погіршується.

Правове забезпечення права на доступ до публічної інформації є однією з найважливіших гарантій становлення будь-якого демократичного суспільства. Досвід країн, які ухвалили закони про доступ до публічної інформації, свідчить про позитивний вплив таких законодавчих змін на реалізацію громадянами інших основоположних прав, підвищення ефективності діяльності органів влади, а також зменшення ризиків корупції.

Право на доступ до публічної інформації є конституційним правом людини, передбаченим і гарантованим статтею 34 Конституції України, яка, у свою чергу, ґрунтується на положеннях статті 10 Конвенції про захист прав та основоположних свобод людини, статті 19 Загальної декларації прав людини, статтях 18 та 19 Міжнародного пакту про

громадянські і політичні права тощо. Так, кожному гарантується право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань. Кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб – на свій вибір. Здійснення цих прав може бути обмежене законом в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку з метою запобігання заворушенням чи злочинам, для охорони здоров'я населення, для захисту репутації або прав інших людей, для запобігання розголошенню інформації, одержаної конфіденційно, або для підтримання авторитету і неупередженості правосуддя [83, с. 8].

Парламентська Асамблея Ради Європи закликала органи влади України покращити правове регулювання доступу до інформації, неухильно дотримуватися статті 34 Конституції України стосовно свободи інформації під час засекречування документів, а також відкрити доступ до офіційних документів, які були закриті для загального доступу всупереч закону (підпункт 13.17 пункту 13 Резолюції Парламентської Асамблеї Ради Європи „Про виконання обов'язків та зобов'язань Україною” від 5 жовтня 2005 року № 1466).

Під час розкриття сутності питання, варто звернутись спочатку безпосередньо до визначення ключових понять, які зафіксовано в нормативно-правових актах України. Отже, державна інформаційна політика – це сукупність основних напрямів і способів діяльності держави із одержання, використання, поширення та зберігання інформації.

Головними напрямками державної інформаційної політики є:

- забезпечення доступу кожного до інформації;
- забезпечення рівних можливостей щодо створення, збирання, одержання, зберігання, використання, поширення, охорони, захисту інформації;

- створення умов для формування в Україні інформаційного суспільства;
- забезпечення відкритості та прозорості діяльності суб'єктів владних повноважень;
- створення інформаційних систем і мереж інформації, розвиток електронного урядування;
- постійне оновлення, збагачення та зберігання національних інформаційних ресурсів;
- забезпечення інформаційної безпеки України;
- сприяння міжнародній співпраці в інформаційній сфері та входженню України до світового інформаційного простору [42].

Державну інформаційну політику розробляють і здійснюють органи державної влади загальної компетенції, а також відповідні органи спеціальної компетенції.

Діяльність у галузі інформації регламентує низка законів. До таких **Законів** можна віднести: „Про інформацію” (1992 р.) [42], „Про внесення змін до Закону України „Про інформацію” (2011 р.) [38], „Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні” (1992 р.) [40], „Про телебачення та радіомовлення” (1993 р.) [47], „Про доступ до публічної інформації” (2011) [39], „Про інформаційні агентства” (1995 р.) [41], „Про національну раду України з питань телебачення і радіомовлення” (1997 р.) [45], „Про національну програму інформатизації” (1998 р.) [44], „Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прозорості відносин власності стосовно засобів масової інформації” (2013 р.) [37].

Закон України „Про інформацію” [42] закріплює право громадян України на інформацію, закладає правові основи інформаційної діяль-

ності, визначає правові форми міжнародного співробітництва в галузі інформації.

Розділ I цього Закону присвячений загальним положенням, визначенню мети та завданнями Закону, а саме правовим основам одержання, використання, поширення інформації в усіх сферах суспільного життя України, а також системі інформації, її джерелам, визначає статус учасників інформаційних відносин, регулює доступ до інформації та забезпечує її охорону, захищає особу та суспільство від неправдивої інформації. В ст. 5 визначаються принципи інформаційних відносин: гарантованість права на інформацію, відкритість, доступність інформації та свобода її обміну, повнота і точність інформації, законність одержання, використання, поширення та зберігання інформації.

У II розділі визначені основні напрями та види інформаційної діяльності. Розділ III присвячений визначенню можливих джерел інформації та режиму доступу до них. У статті 18 цього розділу визначені види інформації – статистична, масова, інформація про діяльність органів влади та органів місцевого і регіонального самоврядування, правова інформація, інформація про особу, інформація довідково-енциклопедичного характеру, соціологічна інформація. Статті з 28-й по 38-му присвячені організації доступу громадян до інформації, порядку отримання інформації з обмеженим доступом [42].

Право власності на інформацію в цьому законі виписане в статті 38. „Право власності на інформацію це – врегульовані законом суспільні відносини щодо володіння, користування і розпорядження інформацією. Інформація є об’єктом права власності громадян, організацій (юридичних осіб) і держави. Інформація може бути об’єктом права власності як у повному обсязі так і лише володіння, користування чи розпоря-

дження. Власник інформації щодо об'єктів своєї власності має право здійснювати будь-які законні дії [42].

Підставами виникнення права власності на інформацію є:

- створення інформації своїми силами і за свій рахунок;
- договір на створення інформації;
- договір, що містить умови переходу права власності на інформацію до іншої особи.

Інформація, створена кількома громадянами або юридичними особами, є колективною власністю її творців. Порядок і правила користування такою власністю визначаються угодою, укладеною між співвласниками. Інформація, створена організаціями (юридичними особами) або придбана ними іншим законним способом, є власністю цих організацій.

Інформація, створена на кошти державного бюджету, є державною власністю. Інформацію, створену на правах індивідуальної власності, може бути віднесено до державної власності у випадках передачі її на зберігання у відповідні банки даних, фонди або архіви на договірній основі.

Власник інформації має право призначати особу, яка здійснює володіння, використання і розпорядження інформацією, і визначити правила обробки інформації та доступ до неї, а також встановлювати інші умови щодо інформації”.

Розділи IV, V та VI закону „Про інформацію” визначають коло учасників інформаційних відносин, їх права та обов'язки, регулюють охорону інформації, відповідальність за порушення законодавства про інформацію та міжнародну інформаційну діяльність, співробітництво з іншими державами зарубіжними і міжнародними організаціями в галузі інформації [42].

Організації міжнародного співробітництва присвячено декілька статей – з 50-ї до 54-ої, де визначені терміни, що таке інформаційна міжнародна діяльність, експорт та імпорт інформаційної продукції, гарантії інформаційного суверенітету України.

У 1992 році, було ухвалено **Закон України „Про друковані засоби масової інформації (преси) в Україні”** [40], який створює правові основи діяльності друкованих засобів масової інформації (преси) в Україні, встановлює державні гарантії їх свобод відповідно до Конституції України, Закону „Про інформацію” та інших актів чинного законодавства та визнаних Україною міжнародно-правових документів.

Закон України „Про телебачення та радіомовлення” [47] регулює діяльність телерадіоорганізацій на території України, визначає правові, економічні, соціальні, організаційні умови їх функціонування, спрямовані на реалізацію свободи слова, прав громадян на отримання повної, достовірної та оперативної інформації, на відкрите і вільне обговорення суспільних питань.

Дія закону поширюється на відносини між суб'єктами в галузі телебачення і радіомовлення незалежно від форм власності, мети створення і виду статутної діяльності телеорганізацій.

Верховна Рада України визначає державну політику щодо телебачення і радіомовлення, законодавчі основи її реалізації, гарантії соціального і правового захисту працівників цієї сфери (1 розділ, ст. 7). Кабінет Міністрів України забезпечує проведення державної політики щодо телебачення і радіомовлення, спрямовує і координує діяльність міністерств та інших органів виконавчої влади у цій сфері (2 розділ, ст. 7) [47].

Єдиним органом державного регулювання діяльності у сфері телебачення і радіомовлення незалежно від способу розповсюдження те-

лерадіопрограм і передач є **Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення** (4 розділ, ст. 7). До складу Національної ради входять 8 осіб. Чотирьох членів Національної ради призначає Верховна Рада, ще чотирьох – Президент України. Строк повноважень членів Ради – 5 років. Переобратися на повторний строк одна і та ж особа може лише 1 раз [47].

Також в I розділі закону описуються функції цієї Національної Ради, права та обов'язки її членів.

Порядок заснування та ліцензування каналів мовлення визначений в II розділі цього закону. Згідно із Законом, право на заснування каналів мають громадяни України, що не обмежені у цивільній дієздатності. Забороняється створення телерадіоорганізацій іноземними юридичними і фізичними особами та особами без громадянства. Забороняються створення та діяльність телерадіоорганізацій, засновником (співзасновниками), власником (співвласниками) якої є нерезидент (нерезиденти), що зареєстрований в одній з офшорних зон, перелік яких визначений Кабінетом Міністрів України.

III розділ Закону „Про телебачення та радіомовлення” регламентує організацію діяльності каналів мовлення, порядок введення в дію, використання телебачення і радіомовлення в період передвиборчих кампаній, порядок надання ефірного часу для офіційних виступів та заяв, порядок використання реклами (також разом із цим діє Закон України „Про рекламу”) [47].

Згідно з цим Законом телеглядачі та радіослухачі мають свої права (V розділ). Зокрема, забороняються програми, що можуть завдати шкоди фізичному, психічному, моральному розвитку неповнолітніх. Не допускається демонстрування на каналах мовлення фільмів, що мають обмеження глядацької аудиторії, без обов'язкового попередження про

ці обмеження в програмах телепередач та перед демонструванням цих фільмів. Ст. 42 визначає недопустимість перекручення інформації та права особи, що давала інтерв'ю, перегляду чи прослуховування готового матеріалу перед його трансляцією, а в разі незгоди – вилучення матеріалу з програми.

Крім цього, громадянин має право в судовому порядку вимагати компенсації від теле- чи радіокомпанії в разі, якщо їх програми якимось чином принизили його честь та гідність, не відповідають дійсності або завдають йому іншої немайнової шкоди.

У 1997 році було ухвалено Закон України „Про Національну раду з питань телебачення та радіомовлення”, створення якої передбачалося Законом „Про телебачення та радіомовлення”.

Одними з основних *завдань Національної Ради* є [47]:

- забезпечення виконання телерадіоорганізаціями вимог чинного законодавства України у сфері телебачення і радіомовлення, реклами, авторського права і суміжних прав та контроль за його додержанням;
- забезпечення державної підтримки аудіовізуальних засобів масової інформації України в їх становленні та розвитку;
- сприяння діяльності і розвитку національних телерадіовиробників і організацій, які їх об'єднують, у їх становленні та розвитку, створенні національної конкурентної продукції та освоєнні нових ринків, її реалізації, входженню України у світовий простір;
- недопущення монополізації аудіовізуальних засобів масової інформації;
- здійснення державної реєстрації аудіовізуальних ЗМІ;
- аналіз розвитку телекомунікаційної ситуації в країні та у світі, розробка і подання пропозицій щодо вдосконалення чинного законодавства про телебачення і радіомовлення;

– визначення порядку використання телерадіоорганізаціями України європейських та інших зарубіжних програм відповідно до міжнародних норм та чинного законодавства України та інше.

За Законом, щорічно, не пізніше 1 листопада, Національна Рада має подати Верховній Раді України та Президентові України звіт про свою діяльність, який обов'язково друкується в засобах масової інформації.

Реалізуючи політику додержання телерадіоорганізаціями чинного законодавства, Національна рада з питань телебачення та радіомовлення має право здійснювати перевірку їх діяльності та порядку використання каналів мовлення, застосовувати штрафні санкції, розміри штрафів, тимчасово зупиняти дію ліцензії тощо.

У 1998 році, виходячи з необхідності ефективного функціонування національного інформаційного простору держави, Верховна Рада України ухвалила **Закон „Про Національну програму інформатизації”** [44], який визначає загальні засади формування, виконання та користування Національною програмою інформатизації, визначає стратегію розв'язання проблеми забезпечення інформаційних потреб та інформаційної підтримки соціально-економічної, національно-культурної, екологічної, науково-технічної, оборонної та іншої діяльності у сферах загальнодержавного значення.

Національна програма інформатизації включає [44]:

- концепцію Національної програми інформатизації;
- сукупність державних програм з інформатизації;
- галузеві програми та проекти інформатизації;
- регіональні програми та проекти інформатизації;
- програми та проекти інформатизації органів місцевого самоврядування.

Закон визначає механізми реалізації цих програм та проєктів, організацію конкурсів проєктів Національної програми інформатизації, умови відбору нерезидентів до участі в програмах, фінансове забезпечення та економічне стимулювання виконання Національної програми інформатизації та механізм державного контролю за її формуванням та виконанням.

Крім вищезазначених законів, що являють собою законодавчу базу діяльності в галузі інформації, можна згадати Закони України „Про рекламу”, „Про зв’язок”, „Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності”.

З метою забезпечення прозорості та відкритості суб’єктів владних повноважень, створення механізмів реалізації права кожного на доступ до інформації, що знаходиться у володінні суб’єктів владних повноважень, інших розпорядників публічної інформації, та інформації, що становить суспільний інтерес, 13 січня 2011 року Верховною Радою України ухвалено нову редакцію **Закону України „Про інформацію”** та **Закон України „Про доступ до публічної інформації”** [39], які набрали чинності 9 травня 2011 року.

5 травня 2011 року Президент України підписав Указ № 547 „Питання забезпечення органами виконавчої влади доступу до публічної інформації”, де визначив перелік першочергових завдань для органів влади щодо належного виконання вимог Закону. Відповідно, Кабінет Міністрів України своїми протокольними рішеннями від 2 березня та 18 травня 2011 року визначив Держкомтелерадіо відповідальним за приведення чинного законодавства у відповідність до Закону України „Про доступ до публічної інформації” та моніторинг виконання органами виконавчої влади вимог вказаного Закону [39].

Отже, згідно із Законом України „Про доступ до публічної інформації”, пропонується наступне правове визначення поняття „**публічна інформація**” – це *відображена та задокументована будь-якими засобами та на будь-яких носіях інформація, що була отримана або створена в процесі виконання суб’єктами владних повноважень своїх обов’язків, передбачених чинним законодавством, або яка знаходиться у володінні суб’єктів владних повноважень, інших розпорядників публічної інформації, визначених цим Законом* [39].

Інформація вважається **публічною** у зв’язку з тим, що вона *створюється, збирається, обробляється та зберігається за рахунок бюджетних коштів, призначених на забезпечення діяльності відповідного органу влади.*

Частиною другою статті 1 Закону встановлено, що публічна інформація є відкритою, крім випадків, визначених законом [39]. Іншими словами, будь-які випадки обмеження доступу до публічної інформації, мають визначатися законом. Наприклад, Податковим кодексом України, Сімейним кодексом України, Законами України „Про державну таємницю”, „Про адвокатуру”, „Про нотаріат”, „Про банки і банківську діяльність” тощо.

Стаття 2 у першій та другій частині визначає мету і сферу дії Закону. Відповідно, метою цього Закону є забезпечення прозорості та відкритості суб’єктів владних повноважень і створення механізмів реалізації права кожного на доступ до публічної інформації. Цей Закон не поширюється на відносини щодо отримання інформації суб’єктами владних повноважень при здійсненні ними своїх функцій, а також на відносини у сфері звернень громадян, які регулюються спеціальним законом [39].

Статті 3 та 4 Закону щодо визначення гарантій та принципів забезпечення доступу до публічної інформації відповідають положенням Конвенції Ради Європи про доступ до офіційних документів. *Право на доступ до публічної інформації гарантується* (стаття 3):

1) обов'язком розпорядників інформації надавати та оприлюднювати інформацію, крім випадків, передбачених законом;

2) визначенням розпорядником інформації спеціальних структурних підрозділів або посадових осіб, які організують у встановленому порядку доступ до публічної інформації, якою він володіє;

3) максимальним спрощенням процедури подання запиту та отримання інформації;

4) доступом до засідань колегіальних суб'єктів владних повноважень, крім випадків, передбачених законодавством;

5) здійсненням парламентського, громадського та державного контролю за дотриманням прав на доступ до публічної інформації;

6) юридичною відповідальністю за порушення законодавства про доступ до публічної інформації [39].

Доступ до публічної інформації відповідно до цього Закону здійснюється на *принципах* (стаття 4):

1) прозорості та відкритості діяльності суб'єктів владних повноважень;

2) вільного отримання та поширення інформації, крім обмежень, встановлених законом;

3) рівноправності, незалежно від ознак раси, політичних, релігійних та інших переконань, статі, етнічного та соціального походження, майнового стану, місця проживання, мовних або інших ознак [39].

Пункт 4 статті 3 та пункт 7 частини першої статті 15 Закону [39]. Законом встановлено, що право на доступ до публічної інформації

гарантується доступом до засідань колегіальних суб'єктів владних повноважень, крім випадків, передбачених законодавством. Водночас встановлено обов'язок розпорядника інформації оприлюднювати плани проведення та порядок денний своїх відкритих засідань.

Законом „Про доступ до публічної інформації” визначено суб'єктів, які мають право отримувати інформацію та надсилати запити. Такими *суб'єктами (запитувачами)* є не тільки фізичні та юридичні особи, а й об'єднання громадян без статусу юридичної особи. Суб'єкти владних повноважень, на відміну від редакції Закону України „Про інформацію” 1992 р., не є запитувачами (п. 1 ч. 1 ст. 12 Закону) і можуть отримувати доступ до інформації лише на підставі спеціальних повноважень, передбачених у законах, які визначають статус і компетенцію того чи іншого суб'єкта владних повноважень.

До *розпорядників інформації* – суб'єктів, зобов'язаних надавати доступ до інформації віднесено суб'єктів владних повноважень (зокрема, органи місцевого самоврядування), осіб, що виконують делеговані повноваження цих суб'єктів, та інших суб'єктів (зокрема, юридичних осіб приватного права), які можуть володіти суспільно необхідною інформацією (ст. 13 Закону) [39].

Відповідно до частини шостої статті 6 Закону *не належать до інформації з обмеженим доступом декларації про доходи осіб та членів їхніх сімей, які: претендують на зайняття чи займають виборну посаду в органах влади; обіймають посаду державного службовця, службовця органу місцевого самоврядування першої або другої категорії* [39].

У законодавчій сфері з обігу вилучається поняття „конфіденційна інформація”. Це відбулося з огляду на те, що, по-перше, вилучається поняття права власності на інформацію як таке, оскільки право власності застосовується лише до речових (матеріальних) об'єктів, а для

нематеріальних об'єктів, зокрема інформації, існують інші правові інститути регулювання.

По-друге, конфіденційна інформація є поняттям зі сфери приватного права й не може стосуватися суб'єктів владних повноважень, адже вони діють у публічній сфері, утримуються за рахунок платників податків і не повинні на власний розсуд обмежувати доступ до інформації, якою вони володіють. Частково поняття конфіденційної інформації, що є власністю держави, замінюється поняттям службової інформації.

Розпорядник інформації має надати відповідь на інформаційний запит, як вже зазначалося вище, не пізніше *5 робочих днів* з дня його отримання. У разі, якщо запит на інформацію стосується надзвичайних подій, що сталися або можуть статись і загрожують безпеці громадян, відповідь має бути надана не пізніше 48 годин з дня отримання запиту.

Якщо на запит необхідно надати великий обсяг інформації або її потрібно шукати серед значної кількості даних, строк розгляду запиту може бути продовжено з 5 до 20 робочих днів (ч. 4 ст. 20 Закону). При настанні обставин непереборної сили, наприклад стихійного лиха, частини 6 і 7 статті 22 Закону передбачають відстрочення задоволення запиту на час існування наслідків відповідної непереборної, які унеможливають надання відповіді.

За Законом, частина перша статті 22, **підстав для відмови** в задоволенні запиту на інформацію може бути чотири:

а) фактична відсутність запитуваної інформації в розпорядника при умові, що він також не зобов'язаний володіти цією інформацією відповідно до його компетенції;

б) належність запитуваної інформації до категорії обмеженого доступу й наявність підстав для обмеження доступу згідно з частиною 2 статті 6 Закону;

в) невнесення плати за копіювання і друк, передбаченої статтею 21 Закону, якщо запитувач повідомлений про точну суму та реквізити для сплати;

г) відсутність в змісті запиту відомостей або реквізитів, наявність яких вимагається частиною п'ятою статті 19 Закону [39].

Під час розгляду в Парламенті 13 січня 2011 року в другому читанні й у цілому Закону України „Про доступ до публічної інформації” [39], а також нової редакції Закону України „Про інформацію”, всіма фракціями було підтримано їх ухвалення. Подібні законодавчі ініціативи не завжди мали таку масову підтримку, але громадська кампанія з лобювання ухвалення Закону України „Про доступ до публічної інформації”, позиція європейських структур та відсутність концептуальних заперечень з боку влади щодо ідеї розширення правових гарантій доступу суспільства до інформації дали змогу досягти компромісу й не лише краще врегулювати доступ до інформації, а й оновити закон „Про інформацію”.

У 2013 р. Президент України підписав **Закон „Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прозорості відносин власності стосовно засобів масової інформації”** [37].

Цим законом внесено зміни, які передбачають запровадження обов'язкового зазначення в заяві про державну реєстрацію друкованого ЗМІ даних про юридичну або фізичну особу, яка здійснює контроль за засновником (співзасновниками), власником (співвласниками) друкованого ЗМІ, а також юридичну особу, за якою засновник, власник (співвласник) здійснює відповідний контроль. При цьому під здійсненням контролю визнається безпосереднє або через пов'язаних осіб володіння частками (паями, акціями), що забезпечує досягнення 50 і більше відсотків голосів у вищому органі юридичної особи, яка є засновником (співзасновником) друкованого ЗМІ.

Закон запроваджує як одну із підстав відмови в державній реєстрації друкованого ЗМІ порушення засновником (співзасновниками) вимог статті 10 Закону України „Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні” (щодо недопущення монополізації друкованих ЗМІ).

Закон „Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прозорості відносин власності стосовно засобів масової інформації” також передбачає обов’язкове зазначення в кожному випуску друкованого ЗМІ прізвища та ініціалів особи, відповідальної за випуск відповідного номера видання, поряд з наступними вихідними даними: назва видання, інформація про засновника (співзасновників), прізвище та ініціали редактора, порядковий номер випуску і дата його виходу у світ, індекс видання, розповсюдженого за передплатою, тираж, ціна або помітка „Безкоштовно”, адреса редакції, видавця, друкарні, серія, номер та дата видачі свідоцтва про державну реєстрацію, видавець.

Щодо інформаційних агентств закон передбачає запровадження обов’язкового розміщення інформації про засновника (співзасновників) та власника (співвласників) інформаційних агентств у кожному випуску продукції таких агентств.

Закон „Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прозорості відносин власності щодо засобів масової інформації” вносить зміни до законів про друковані ЗМІ та про телебачення і радіомовлення, згідно з якими в разі, якщо одним із співзасновників (співвласників) друкованого ЗМІ або телерадіоорганізації є фізична особа. Пов’язаними з нею особами вважаються також члени її сім’ї (чоловік, дружина, діти та батьки, мачуха та вітчим, рідні брати, сестри та їхні діти, чоловіки (дружини), спільно з якими вона контролює відповідні ЗМІ.

Цей закон запроваджує заборону на створення та діяльність теле-радіоорганізації, засновником (співзасновником), власником (співвласником) якої є нерезидент (нерезиденти), що зареєстрований в одній з офшорних зон, перелік яких визначається Кабінетом Міністрів України. У заяві про видачу (продовження) ліцензії на мовлення, яка подається до Національної ради з питань телебачення і радіомовлення, запроваджується обов'язкове зазначення відомостей про пов'язаних осіб та акціонерів, які на момент подання відповідної заяви володіють пакетами акцій більш як по 5 відсотків.

Підставами відмови у видачі ліцензії на мовлення на поза конкурсних засадах є відсутність у заяві відомостей, зокрема, щодо засновника (співзасновників), власника, (співвласників), пов'язаних осіб, виду мовлення, передбачуваної території розповсюдження програм, характеристик каналу мовлення, місцезнаходження та потужності передавача, періодичності, часу, обсягів та сітки мовлення, кількості домогосподарств на передбачуваній території розповсюдження програм. Здійснення нагляду за дотриманням телерадіоорганізаціями вимог законодавства щодо складу їх засновників (власників) покладено на Національну раду з питань телебачення і радіомовлення.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОДІАГНОСТИКИ

1. Що таке інформація та інформаційні процеси?
2. Назвіть якісні ознаки інформації.
3. Які існують типи інформації?
4. Що таке інформаційне суспільство? Розкрийте його сутність.
5. Розкрийте сутність інформаційної культури.

6. Розкрийте особливості впливу мас-медіа на формування громадянського суспільства.
7. Назвіть переваги і недоліки *сучасних засобів масової комунікації*.
8. Розкрийте особливості „Теорії аудиторії” щодо ЗМІ.
9. Розкрийте особливості „етимологічного” та „маркетингового” розуміння медіакратії.
10. Розкрийте сутність інформаційної політики як фактора трансформації українського суспільства.

ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ:

1. Відомості про об'єкти і явища навколишнього світу, їх параметри, властивості і стан, які сприймають інформаційні системи у процесі життєдіяльності й роботи – це:

а) інформація; б) бази даних; в) словник; г) новини.

2. Ступінь близькості інформації до реального стану об'єкта, процесу, явища – це:

а) точність інформації; б) достовірність; в) повнота; г) реальність інформації.

3. За природою інформаційних сигналів та потоків інформація може бути:

а) дискретною; б) суб'єктивною; в) об'єктивною; г) коректною.

4. Інформаційне суспільство як соціальна, економічна й культурна система є об'єктом уваги дослідників з:

а) 60-х рр. XX ст.; б) 70-х рр. XX ст.; в) 80-х рр. XX ст.; г) XXI ст.

5. Певний інформаційний моносвіт, що володіє рисами глобальності, як принципово нове середовище існування сучасної людини, відмінними рисами якого є універсальність і тотальність поширення – це:

а) інфосфера; б) наносфера; в) політикум; г) універсам.

6. Відображена та задокументована будь-якими засобами та на будь-яких носіях інформація, що була отримана або створена в процесі виконання суб'єктами владних повноважень своїх обов'язків, передбачених чинним законодавством, або яка знаходиться у володінні суб'єктів владних повноважень, інших розпорядників публічної інформації – це:

а) публічна; б) офіційна; в) для широкого вжитку; г) конфіденційна.

Підрозділ 3

СОЦІАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІНФОРМАТИЗАЦІЯ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

Ключові поняття: інформатизація суспільства, соціальні технології, інформаційні технології, стилі ухвалення управлінських рішень.

3.1. ІНФОРМАТИЗАЦІЯ СУСПІЛЬСТВА – ОСНОВА СУЧАСНИХ СОЦІАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Перші інформаційні технології ґрунтувалися на використанні обліку і писемності. Швидкий розвиток цих технологій у першу чергу пов'язаний із появою комп'ютерів. Спочатку термін „**інформаційна технологія**” вживався у зв'язку з використанням комп'ютерів для обробки інформації. Інформаційні технології охоплюють усю обчислювальну техніку, техніку зв'язку і, частково, побутову електроніку, телебачення і радіомовлення. Їх застосовують у промисловості, торгівлі, управлінні, банківській системі, освіті, охороні здоров'я, медицині і науці, транспорті і зв'язку, сільському господарстві, системі соціального забезпечення.

Населення розвинених країн усвідомлює, що вдосконалення інформаційних технологій – це важливе, хоча й коштовне, важке завдання. Наразі, створення масштабних інформаційно-технологічних систем є економічно можливим, і це зумовлює появу національних дослідницьких і освітніх програм, покликаних стимулювати їхню розробку.

Інформатизація суспільства – організований соціально-економічний і науково-технічний процес створення оптимальних умов для задоволення інформаційних потреб і реалізації прав громадян, органів державної влади, органів місцевого самоврядування організацій, громадських об'єднань на основі формування і використання інформаційних ресурсів.

Мета інформатизації – поліпшення якості життя людей за рахунок збільшення продуктивності і полегшення умов їхньої праці. Інформатизація – це складний соціальний процес, пов'язаний зі значними змінами в способі життя населення. Він вимагає докладання серйозних зусиль у багатьох напрямках, включаючи ліквідацію комп'ютерної неосвіченості, формування культури використання нових інформаційних технологій та ін.

Основними критеріями розвиненості інформаційного суспільства є:

1. наявність комп'ютерів;
2. рівень розвитку комп'ютерних мереж;
3. володіння інформаційною культурою, тобто знаннями і вміннями в області інформаційних технологій [43].

Для визначення сутності та особливостей інформатизації українського суспільства варто звернутись безпосередньо до **Концепції національної програми інформатизації (1998 р.)**, яка містить наступні *положення*.

Інформатизація – це сукупність взаємопов'язаних організаційних, правових, політичних, соціально-економічних, науково-технічних, виробничих процесів, що спрямовані на створення умов для задоволення інформаційних потреб, реалізації прав громадян і суспільства на основі створення, розвитку, використання інформаційних систем, мереж, ре-

сурсів та інформаційних технологій, створених на основі застосування сучасної обчислювальної та комунікаційної техніки [43].

Обчислювальна та комунікаційна техніка, телекомунікаційні мережі, бази і банки даних та знань, інформаційні технології (ІТ), система інформаційно-аналітичних центрів різного рівня, виробництво технічних засобів інформатизації, системи науково-дослідних установ та підготовки висококваліфікованих фахівців є складовими національної інформаційної інфраструктури і основними чинниками, що забезпечують економічне піднесення.

У Концепції зазначено, що *інформатизація сприяє* забезпеченню національних інтересів, поліпшенню керованості економікою, розвитку наукоємних виробництв та високих технологій, зростанню продуктивності праці, вдосконаленню соціально-економічних відносин, збагаченню духовного життя та подальшій демократизації суспільства. Національна інформаційна інфраструктура, створена з урахуванням світових тенденцій і досягнень, сприятиме рівноправній інтеграції України у світове співтовариство.

Концепція національної програми інформатизації включає характеристику сучасного стану інформатизації, стратегічні цілі та основні принципи інформатизації, очікувані наслідки її реалізації.

У II розділі Концепції аналізується *стан інформатизації в Україні*. Визначено, що загальна ситуація в галузі інформатизації на сьогодні не може бути визнана задовільною і не тільки через кризові явища в економіці. ***Рівень інформатизації українського суспільства порівняно з розвинутими країнами Заходу становить лише 2–2,5 %***. Загальна криза та технологічне відставання поставили у скрутне становище галузі, які займаються створенням і використанням засобів інформатизації та відповідної елементної бази. Україна з виробника сучасних

машин перетворилася на споживача застарілих іноземних моделей засобів обчислювальної техніки (ЗОТ), що спричинило падіння вітчизняного науково-технічного потенціалу і неспроможність виробляти конкурентні зразки ЗОТ і елементної бази [43].

Складовою стратегічних ресурсів країни і одночасно національної інфраструктури є державні інформаційні ресурси. За останній час були створені такі *державні інформаційні ресурси: бази даних* „Законодавчі та нормативні акти України”, „Податки України” (внесено близько 10 тисяч документів), „Ресурси України” (постійно актуалізується інформація про 260 тисяч підприємств та організацій України), „Єдиний державний реєстр підприємств та організацій України” (внесено з присвоєнням унікального коду більше ніж 600 тисяч суб’єктів господарської діяльності) та інші. **Електронна газета „Все – всім”** об’єднує декілька десятків баз даних, що включають науково-методичну, банківську, комерційну, законодавчу та іншу інформацію. *У більш як 66 відсотках баз даних інформація подається українською мовою, у 26 відсотках – тільки російською та у 8 відсотках – іноземними мовами.* Але на цей час діяльність державних установ та організацій щодо формування та використання інформаційних ресурсів є неузгодженою, що призводить до виникнення певних труднощів при формуванні єдиного інформаційного середовища і, як наслідок, до низького рівня інформаційного та аналітичного забезпечення діяльності державних органів. У 23 міністерствах і відомствах уже існують або створюються електронні інформаційні ресурси, в яких зацікавлені органи виконавчої та законодавчої влади. Невизначеність правової та фінансово-економічної основи діяльності різних суб’єктів у сфері інформатизації призводить до інформаційного монополізму управлінських та комер-

ційних структур на відкриті інформаційні ресурси загального користування, знецінення товарної вартості інформаційних ресурсів держави, а також обмеження права на використання інформаційних ресурсів держави для більшості громадян.

У державі створюється, розробляється або планується розробити декілька відомчих та міжвідомчих систем: міністерства транспорту, міністерства фінансів, міністерства енергетики та деяких інших міністерств та відомств України. Але є й такі, що не мають серйозної автоматизованої системи. Більшість корпоративних автоматизованих систем є відмінними з огляду як на апаратне, так і на програмне забезпечення. Особливо це стосується прикладних задач. Тому на сьогодні забезпечення взаємообміну між органами державної влади оперативною інформацією через її неструктурованість та неузгодженість форматів є досить складною проблемою. Загальна інформація здебільшого надходить у неформалізованому вигляді, в різних фізичних формах (від електронних зведень до друкованих видань).

Усе це спричиняється, зокрема, повільним освоєнням перспективних ІТ, до того ж ускладненим через недостатність та неповноту системи гармонізованих із міжнародними стандартів у сфері інформатизації, через що різко зменшується конкурентоспроможність вітчизняних технічних та програмних продуктів на світовому ринку. *Нині в Україні кількість стандартів з ІТ становить близько 4 відсотків загальної кількості державних стандартів, тоді як в інших країнах ця частка перевищує 10 відсотків.*

Важливим фактором подолання відставання України в галузі інформатизації має бути державна політика інформатизації України, відповідна Національна програма інформатизації (*далі – Програма*) та ефективний механізм її реалізації.

Розділ III Концепції присвячено загальним принципам державної політики у сфері інформатизації [43].

Державна політика інформатизації формується як складова частина соціально-економічної політики держави в цілому і спрямовується на раціональне використання промислового та науково-технічного потенціалу, матеріально-технічних і фінансових ресурсів для створення сучасної інформаційної інфраструктури в інтересах вирішення комплексу поточних та перспективних завдань розвитку України як незалежної демократичної держави з ринковою економікою.

Для прискорення процесу інформатизації, що потребує відповідної концентрації ресурсів, в основу державної політики повинно бути покладене державне регулювання процесів інформатизації на основі поєднання принципів централізації і децентралізації, саморозвитку, самофінансування та самоокупності, державної підтримки через систему пільг, кредитів, прямого бюджетного фінансування.

Входження України у світове інформаційне середовище на паритетно-правовій основі на початковому етапі можливе шляхом придбання державою *ліцензій* у провідних світових виробників інформаційних продуктів із подальшим їх впровадженням на вітчизняному ринку.

Органом державного регулювання у сфері інформатизації є національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації.

Розділ VI. Визначає основні **напрями інформатизації** [43]. Організаційно-правове забезпечення процесу інформатизації передбачає розроблення пакета нормативно-правових актів з питань організації та правового регулювання відносин у сфері інформатизації, зокрема:

– захисту авторського права і прав та свобод громадян у питаннях інтенсивної інформаційної взаємодії держави та громадянина відповідно до Конституції України;

- економічного стимулювання створення національного інформаційного ресурсу;
- доступу фізичних та юридичних осіб до міжнародних інформаційних ресурсів;
- розроблення системи державних стандартів у галузі інформатизації;
- сертифікації технічного і програмного забезпечення;
- локалізації програмного забезпечення;
- розроблення нормативних актів про діяльність та взаємодію державних та комерційних структур щодо виконання Програми, залучення різних джерел фінансування, митне регулювання та інше.

Інформатизація стратегічних напрямів розвитку державності, безпеки та оборони досягається шляхом створення і розвитку інформаційно-аналітичних, обчислювальних та автоматизованих систем, центрів і мереж, які забезпечують роботу органів державної влади та органів місцевого самоврядування. Особливістю завдань цього напрямку є їх складність, пов'язана з необхідністю обробки великого обсягу різноманітної інформації, що надходить із значної кількості джерел, а також з високими вимогами до швидкості і форми її надання, достовірності, актуальності, безпеки інформації. Програмою передбачається створити комплекс інформаційних технологій та засобів інформатизації для збору, зберігання, аналізу і обробки великих обсягів інформації про стан соціально-економічних процесів в Україні з метою забезпечення інформаційно-аналітичної підтримки ухвалення рішень органами державної влади, інформаційно аналітичну систему Верховної Ради України, інструментально-технологічний комплекс підтримки ухвалення рішень у штатних і нештатних ситуаціях в умовах інформаційної протидії, Урядову інформаційно-аналітичну систему з питань надзвичайних ситуацій тощо [43].

Відповідними органами державної влади планується розробити типову структуру інформаційно-аналітичних центрів органів державної влади і місцевого самоврядування. Формування інформаційно-аналітичної та програмно-технічної бази надасть можливість органам державної влади і місцевого самоврядування повно і оперативно аналізувати та оцінювати ситуацію в усіх сферах і галузях діяльності суспільства.

З цією метою необхідно здійснити інтеграцію наявних інформаційних систем органів державної влади і органів місцевого самоврядування та інформаційних ресурсів, тобто створити єдину інформаційно-телекомунікаційну систему збору, обробки та передачі даних, необхідних для ухвалення стратегічно важливих рішень у сфері економіки, внутрішньої та зовнішньої політики. У сфері правоохоронної діяльності якісно нова організація специфічних режимів зберігання та обробки інформації, зв'язок із міжнародними правоохоронними органами забезпечать реалізацію активної, наступальної стратегії в боротьбі з правопорушеннями, корупцією, організованою злочинністю, застосування нових інформаційних технологій у розкритті злочинів.

До **пріоритетних напрямів інформатизації** обласних (міських) держадміністрацій та органів місцевого самоврядування віднесено **соціальну сферу, систему життєзабезпечення, екологію та природокористування області (району)**. Основною метою є розробка цілісної взаємопов'язаної системи інформаційних та інструментальних засобів для вирішення завдань інформаційно-аналітичного забезпечення управління областю (районом, містом), яка включає [43]:

- створення інформаційно-аналітичних центрів, з'єднаних системами телекомунікацій з органами державної влади різних рівнів;
- аналіз і прогнозування соціально-економічних показників розвитку регіонів;

– відпрацювання та практичне використання даних і програм їх обробка для вирішення конкретних завдань в інформаційно-аналітичних центрах обласних (міських) держадміністрацій та органів місцевого самоврядування;

– забезпечення безперешкодного доступу громадян до будь-якої інформації, що не становить державної таємниці, за допомогою сучасних інформаційних систем.

Суб'єктами формування та виконання Національної програми інформатизації є Генеральний державний замовник Національної програми інформатизації, її керівник, державні замовники і виконавці завдань (проектів) Національної програми інформатизації та організації, що проводять експертизу завдань (проектів) Національної програми інформатизації [88].

Контроль за формуванням та виконанням Національної програми інформатизації здійснює Кабінет Міністрів України. Координацію та контроль за виконанням Національної програми інформатизації щодо забезпечення національної безпеки та оборони держави здійснює Рада національної безпеки та оборони України.

3.2. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ

Однією із загальносвітових тенденцій є розвиток інформаційного суспільства та суспільства знань. Динаміка цього процесу, його результати для громадян, суспільства та держави значною мірою залежать від обґрунтованості відповідної державної політики та управління, які повинні формуватись на основі достовірної, точної, своєчасної та

повної інформації про стан, тенденції та фактори впливу на розвиток, у тому числі з урахуванням прогнозних оцінок наслідків ухвалених рішень тощо.

Звітний період характеризується, насамперед, продовженням зростання впливу інформаційних технологій (ІТ) на всі сфери життєдіяльності людини, суспільства та економіки, посиленням динаміки, масштабів та глибини ІТ-процесів. Зростає вплив ІТ на процеси глобалізації, адміністративних реформ, що виражається в поширенні систем електронного урядування, підвищенні ефективності життєдіяльності та знаходженні новітніх методів ефективного управління цими процесами.

Практично всюди розвиток інформаційного суспільства визнано одним із найважливіших національних пріоритетів. ООН відпрацьовані базові концепції та методи його формування. Зокрема визначається, що національна інформаційна політика має включати як складові всі інші аспекти державної політики в економічній, соціальній, культурній, екологічній та інших сферах.

Україна при поточних темпах ІТ-розвитку відстає від інших країн. Наприклад, за даними Держстату України сукупний індекс капітальних інвестицій за період січень–березень 2012 року у відношенні до відповідного періоду попереднього року склав 103 %, у той же час, у сфері „Інформація та телекомунікації” він дорівнює 92,4 %. Більш того, якщо з цієї сфери вилучити інформаційну або медійну частину, то обсяг капітальних інвестицій у ІТ-сферу складе 1288,4 млн грн, що у загальному обсязі в розмірі 51943,5 млн грн складе менш, ніж 2,5 %, що замало для сучасного високотехнологічного розвитку.

Це свідчить про недостатність заходів державної політики, відсутність серйозного інтересу до ІТ-сфери у приватного сектора, розуміння важливості високих темпів розвитку інформаційного суспільства.

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 15 травня 2013 р. № 386–р ухвалено **Стратегію розвитку інформаційного суспільства в Україні** [111], якою передбачено сукупність послідовних конкретних заходів із прискорення процесів розвитку.

Для забезпечення аналізу процесів розвитку **Державним агентством з питань, науки, інновацій та інформатизації України** розроблено *Національну систему індикаторів оцінки рівня розвитку інформаційного суспільства*. Ухвалення цієї системи є певним зрушенням у сфері розвитку інформаційного суспільства, оскільки з'явилася основа для оцінки поточного стану цього процесу та можливість ухвалення рішень, виходячи з конкретних оцінок ситуації.

Створено програмно-апаратний комплекс ведення Національної системи індикаторів оцінки розвитку інформаційного суспільства, інсталюваний в Держінформнауки. Цей комплекс дозволяє систематизувати процес розрахунку та ведення індикаторів та інтегральних індексів, у тому числі за участю групи експертів, що визначається Держінформнауки.

Ухвалена Національна система індикаторів узгоджується з міжнародними системами, враховує національну специфіку та пріоритетні завдання розвитку інформаційного суспільства в країні. На основі системи індикаторів розроблено методiku розрахунку інтегральних індексів для оцінки проникнення ІТ у життєдіяльність суспільства. Незважаючи на це, проведені розрахунки індексу RITS рівня проникнення інформаційних технологій за регіонами України.

Кількість користувачів Інтернет країни не має однозначного тлумачення: Держстат оцінює кількість абонентів, яка на I квартал 2013 р. зросла до 5,4 млн проти 4,0 млн у 2012 р. Понад 5 млн абонентів становили домашні абоненти Інтернет, що на 23,4 % більше, ніж у I кварталі 2012 року [52].

Компанії GfK Ukraine, InMind та УНІАН, Інтернет-асоціація України, як і більшість інших компаній та організацій (у тому числі світових) надають дані з кількості Інтернет-користувачів – у I кв. 2013 р. в Україні (за різними оцінками) їх налічувалось від 17,34 до 19,7 млн (або 43 % населення України) проти 15,4 млн на I кв. 2012 р. За підсумками I кв. 2013 року 79 % комп'ютерів у країні було підключено до Інтернет (фіксований зв'язок), у 2012 р. цей показник становив 75 %, в 2011 – 70 % [52].

Рівень проникнення мобільного зв'язку складає 121,8 % від загальної чисельності населення України. За даним НКРЗІ кількість абонентів мобільного Інтернету складає 14,1 млн осіб, усього нараховується близько 3,5 тис. провайдерів та операторів телекомунікацій.

За даними Держстату за показником проникнення доступу в Інтернет серед підприємств також лідирує Київ, де його мають близько 95 % підприємств. У промислових регіонах, цей показник становить вище 85–87 %, серед аутсайдерів – Чернівецька та Хмельницька області, де лише 72–75 % обстежених підприємств мали доступ в Інтернет.

Як зазначають фахівці, українці проводять на тиждень 20 годин онлайн, у той час, як у Європейському Союзі цей показник у середньому становить 14,8 годин. Аудиторія – від дітей до пенсіонерів. Кількість чоловіків і жінок-користувачів практично зрівнялася. 80 % українців заявили, що Інтернет допомагає в організації життя, 83 % – залишатися на зв'язку із друзями та родичами, 33 % вважають його корисним для управління фінансами, а 11 % – для організації відпустки або поїздки.

Найбільш популярними зверненнями до Інтернет серед регулярних користувачів в I кварталі були: соціальні мережі – 63 %, електронна пошта – 50 %, завантаження фільмів і музики – 40 %, пошук інфор-

мації – 38 %, новинні сайти, читання газет – 31 %, Інтернет-телефонія – 30 % [52].

За даними Google на I кв. 2013 р., 14 % населення України користувалося смартфонами, з них 50 % щодня виходило в Інтернет. 57 % респондентів щодня здійснюють пошук за допомогою свого смартфона. 52 % з них краще б відмовилися від телевізора, ніж від смартфона. 91 % регулярно відвідують соцмережі зі своїх пристроїв, а 51 % – щодня.

За інформацією ТОВ „Хостмастер” у першому півріччі 2013 року кількість імен у домені **.UA** становить 703,5 тис. одиниць, збільшившись порівняно з аналогічним періодом минулого року на 6,8 %.

З серпня 2013 року розпочата реєстрація доменних імен у кириличному домені **.УКР**. За період пріоритетної реєстрації станом на 1 січня 2014 року зареєстровано більш 100 доменних імен органів влади, а також більш 2400 доменних імен інших юридичних та фізичних осіб [52].

Найбільш масовий публічний домен **com.ua** нараховує 294 тис. доменних імен (15 %). Чисельність доменних імен другого рівня склала 14,3 тис. (зростання 17,33 %). Усі інші імена – третього рівня, при цьому для реєстрації доступні 61 публічний домен: 54 – географічних і 7 – загального призначення. Серед географічних доменів найбільшою популярністю користується **kiev.ua**.

Послуги з реєстрації у доменах **.UA**, **.com.ua**, **.kiev.ua** надають 176 реєстраторів (проти 186 минулого року). Частка ринку, що контролюють п'ять найбільших реєстраторів, становить 60,63 % (проти 54,71 % у минулому періоді) [52].

За даними iKS-Consulting очікується зниження темпів зростання кількості користувачів широкосмугового доступу до Інтернет, які у

2015 році знизяться до 10 %. Вочевидь, це пов'язане з поступовим насиченням ринку. Ця ж компанія, визначає найбільшими провайдерами широкосмугового Інтернету „Укртелеком”, „Київстар”, які охоплюють більше половини цього ринку.

За даними Держстату протягом I півріччя 2013 року в Україні надано інформаційних послуг з програмування на суму 5,0 млрд грн, за той же час населенню надано ІТ-послуг на суму 166 млн грн. Сьогодні Україна є одним із найбільших ринків ІТ-послуг у Східній Європі. За даними Світового банку, за останнє десятиріччя Україна збільшила обсяг експорту ІТ-послуг майже в десять разів, досягнувши 1,5 млрд доларів США) [52].

Торгівля через Інтернет – найбільш успішно зростаюча галузь у країні. За минулий рік її обсяг збільшився на 45 % і досяг \$ 1,6 млрд. Загалом оціночний річний дохід українського Інтернет-ринку становить не менш 3 млрд. доларів США [52]. Разом із тим оцінити розмір ринку досить складно через два фактори:

- поняття «електронна комерція» не має чіткого визначення в правовому плані;
- досить складно оцінити обіг величезної кількості гравців ринку – більше 8000 Інтернет-магазинів тільки на платформі prom.ua або 7000 за даними bigmir.net, 300 найбільших із них контролюють до 80 % ринку.

3.3. ПРОБЛЕМИ ЗМІНИ МОТИВАЦІЙ У НЕОБХІДНОСТІ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ПРИ РЕОРГАНІЗАЦІЇ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

Найважливішою складовою частиною *інформаційної культури сучасної людини є комунікативна культура з використанням сучасних*

інформаційних технологій. Розвиток мережевих інформаційних технологій зробив інформаційні ресурси глобальної комп'ютерної мережі Інтернет потенційно доступними більшості людства. Вміння одержувати необхідну інформацію з мережі стає невід'ємною частиною інформаційної культури людини.

Можна стверджувати, що людина має **інформаційну культуру** в тому випадку, якщо:

- має уявлення про інформацію та інформаційні процеси, обладнання комп'ютера та його програмне забезпечення;
- уміє використовувати інформаційне моделювання при вирішенні завдань за допомогою комп'ютера;
- уміє з достатньою швидкістю вводити інформацію з клавіатури і працювати з графічним інтерфейсом програм за допомогою миші;
- уміє створювати і редагувати документи, в тому числі мультимедійні презентації;
- уміє обробляти цифрову інформацію за допомогою електронних таблиць;
- уміє використовувати бази даних для зберігання й пошуку інформації;
- уміє використовувати інформаційні ресурси комп'ютерної мережі;
- знає і не порушує закони про авторські права на комп'ютерні програми;
- дотримується етичних норм під час публікації інформації в Інтернеті й у процесі спілкування за допомогою Інтернету.

Слід зазначити, що *необхідність нововведень у державних установах визначається поєднанням зовнішніх та внутрішніх чинників*. До **зовнішніх чинників** належать [85, с. 280]:

1. *Політичні* (зміна політичного курсу країни, законодавства, керівників на різних рівнях влади тощо).

2. *Економічні* (спад або піднесення економіки, зміна обмінних курсів національної валюти і відсоткових ставок на кредити, зміни в системі фінансування, виснаження сировинних ресурсів тощо).

3. *Попит на ринку* (відмова або підвищення попиту на певні товари й послуги).

4. *Технологічні* (створення нових виробничих технологій, інформаційних систем і каналів комунікації, зміна умов доступу до нових технологій тощо).

5. *Соціальні* (зміна соціальних цінностей та смаків, поява нових потреб, зміни соціальної структури тощо).

6. *Конкуренти* (поява нових, занепад існуючих конкурентів тощо).

7. *Стихійні лиха або техногенні катастрофи*.

Внутрішні чинники, які викликають необхідність нововведень, пов'язані з усвідомленням необхідності або бажанням розвивати нові напрями діяльності, підвищувати продуктивність праці, мотивацію персоналу, поліпшувати якість та обслуговування, розширювати обсяг продажу, берегти кадри, зміцнювати позиції на ринку тощо.

Люди по-різному реагують на нововведення. З погляду психології це в багатьох випадках залежить від особистісного ставлення до змін, зумовленого позитивною чи негативною їх оцінкою. *У процесі запровадження будь-якого обґрунтованого нововведення виникають принаймні п'ять груп людей: противники, скептики, нейтралі, прихильники та ентузіасти.*

Противники. Вони негативно ставляться до нововведень, надають перевагу традиційним методам, способам, формам роботи. Іноді чинять опір конкретному нововведенню, намагаються залучити до цього і тих, хто ще повністю не визначився.

Причинами спротиву нововведенням можуть бути:

- дрібновласницький інтерес;
- нерозуміння і дефіцит довіри;
- різне оцінювання ситуації;
- низька терпимість до зміни;
- тиск колег;
- втома від змін;
- попередній невдалий досвід змін.

Визначено *способи подолання опору* з використанням низки підходів:

1. *Провіта та поінформованість співробітників.* Інформування про нововведення до того, як воно відбудеться, можливість співробітників з'ясувати хвилюючі питання, висловити побоювання з приводу передбачуваної зміни, відкрите спілкування і взаємодія допомагають їм усвідомити необхідність змін, відчутти, що в ухваленні рішення щодо них враховано і думку колективу. Усе це дуже важливо за дефіциту інформації, циркулювання недостовірних відомостей.

2. *Участь і залучення людей до обговорення нововведень.* Свідченням цього є готовність ініціаторів змін вислухати осіб, яких вони стосуються, використати їхні поради. Цей підхід є ефективним, якщо ініціатори змін потребують додаткової інформації та підтримки тих, кого вони стосуватимуться.

3. *Допомога та підтримка.* Вони залежать від типу перетворень, можуть охоплювати навчання нових навичок, управління стресом, обговорення спільних проблем, конкретну підтримку співробітників, які потребують допомоги.

4. *Переговори та угоди.* Таку тактику (з окремими індивідами, з групами) застосовують, коли нововведення реально ставлять конкретних осіб у програшне становище.

Скептики (вербальні противники). Вони на словах виявляють незадоволення нововведеннями, однак за власною ініціативою не вдаються до жодних практичних кроків, які б унеможливили зміни.

Нейтрали. Ця категорія осіб байдуже ставиться до будь-яких змін та нововведень. Вони вважають, що нововведення не вплине на їх трудову діяльність, а якщо це і станеться, то незначною мірою.

Прихильники. Вони, як правило, схвалюють і на словах підтримують нову ідею, однак у конкретній справі малоініціативні. Іноді у них виникають сумніви щодо ефективності й актуальності конкретного варіанта проекту.

Ентузіасти. Як ініціатори або активні прихильники змін, вони підтримують їх і на словах, і на практиці. Своїми ідеями намагаються залучити до нової справи якомога більше людей в організації.

Здебільшого внаслідок нововведень зазнають змін такі головні елементи організації:

- завдання організації;
- організаційні структури та системи (інформаційні системи, механізми моніторингу та контролю, посадові інструкції, формальні системи оплати та винагороди, структури нарад, виробнича політика тощо);
- організаційна культура (цінності, ритуали, джерела влади, лояльність, норми, неформальне заохочення, санкції тощо);
- співробітники (різноманітні навички, знання та досвід, особистісні якості, цінності, відносини та поведінка).

Нерідко в організації можуть виникати **психологічні перешкоди нововведенням** – мотиваційні чинники, які ускладнюють пов'язану із нововведеннями діяльність. Їх соціально-психологічні механізми надзвичайно складні, тому керівникові слід достеменно знати про них,

щоб краще відчувати ситуацію та ефективніше використовувати засоби і методи їх подолання. Загалом індивід не може без нового, проте у кожного своя межа сприйняття змін, терпимості до них. Людина з низькою межею терпимості до змін вигадує причини, намагаючись переконати в їх недоцільності або неможливості. Найчастіше це пов'язано з віком і статтю індивіда. У багатьох людей зміни можуть викликати стресові реакції. Усе це підкреслює важливість психологічної підготовки людей до змін.

У процесі обґрунтування, підготовки, здійснення змін найчастіше проявляються такі види **психологічних бар'єрів**:

1. **Бар'єр некомпетентності.** Виникає у осіб, які невпевнені у своїх силах і побоюються, що після змін не зможуть як слід виконувати свої обов'язки. Це спричинено їх сумнівами у здатності підвищити свою кваліфікацію чи перекваліфікуватися. Цей бар'єр можна *подолати* і завдяки попередньому обговоренню і ознайомленню з нововведенням.

2. **Бар'єр навичок, звичок, традицій.** Породжують його намагання людини зберегти існуючий спосіб роботи. *Долати цей бар'єр* складно. Для початку варто передбачити, як за нових умов використати сформовані навички, звички, традиції. Усе це послабить дискомфортні переживання, спричинені інноваційними процесами.

3. **Бар'єр ідилії.** Він є породженням задоволення працівників усіма умовами (статусом, матеріальним забезпеченням тощо). Іноді вони задоволені надто малим, оскільки не знають, що можна працювати і жити краще. *Подоланню цього бар'єра* сприяє порівняння реального стану справ із тим, що може бути досягнутий внаслідок конкретного нововведення.

4. **Бар'єр збільшення навантаження.** Інновації, як правило, передбачають розширення виробництва праці, що супроводжується підвищенням її інтенсивності, зміною системи нормування тощо. Такі зміни працівники сприймають як збільшення навантаження, що й зумовлює негативне ставлення до них. *Нейтралізувати* його можуть переконаність у тому, що нововведення забезпечить зміцнення конкурентних позицій організації, гарантуватиме збереження робочих місць, підвищення заробітної плати тощо.

5. **Бар'єр компенсації і винагороди.** Цей бар'єр властивий передусім тим, хто намагається будь-що уникнути незручностей. Проявляється він через переживання, пов'язані з невпевненістю, що додаткові зусилля будуть відповідно компенсовані. Хвилює людей і невизначеність винагороди, посади в майбутньому. Якщо керівництво, враховуючи індивідуальні якості своїх співробітників, чітко використовує моральне та матеріальне стимулювання, цей бар'єр не є неподоланним для змін.

6. **Бар'єр зміни місця роботи.** Результатами нововведень часто бувають структурні переміщення, скорочення штатів тощо. За таких обставин люди не впевнені, що нова робота чи нова посада буде кращою, що породжує пасивність або опір змінам. Якщо керівництво подбає про порівняння існуючих і майбутніх умов, надасть співробітникам можливість вибору, бар'єра можна уникнути або ефективно його подолати.

7. **Бар'єр „шефа”.** Він виникає через невпевненість у тому, що керівники справляться з новими завданнями (недостатня компетенція, професійна підготовка, організаторські здібності та ін.).

8. **Бар'єр „соціальний затишок”.** Працюючи певний час у колективі, людина набуває відповідного статусу, який з роками підвищується,

що сприяє задоволеності своїм становищем. За нововведень працівники остерігаються, що цей статус може похитнутися, зруйнуються раніше сформовані відносини.

Реалізація нововведення пов'язана з дією різноманітних психологічних чинників і залежить від того, хто є ініціатором, хто підтримує і хто їм протистоїть, як вплине нововведення на життя працівників, наскільки переконливо представлено його проект.

Визрівання, обґрунтування та здійснення нововведень, як правило, охоплює такі фази:

1. *Підготовча фаза.* Передбачає усвідомлення потреби у змінах формулювання проблеми, ідеї перетворення, визначення їх рівня та складності, оцінки сил, які сприяють та можуть стати їм на заваді.

2. *Фаза „розморожування” ситуації.* Вона охоплює інформування про заплановані перетворення, залучення до їх підготовки осіб, яких воно стосується, надання їм допомоги та підтримки, щоб звикнути до ідеї нововведення.

3. *Здійснення перетворень.* На цьому етапі відбувається реалізація програми перетворень, організація необхідної підтримки та навчання персоналу, моніторинг реальних змін.

4. *Фаза „заморожування” нововведення.* Спрямована на закріплення нововведення і передбачає здійснення організаційно-управлінських дій з метою виявлення, усунення негативних побічних результатів, незапланованих ефектів, заохочення людей, які прийняли нову модель поведінки.

5. *Оцінка змін.* Під час цього етапу проводять опис отриманих результатів, фіксуючи думки як прихильників, так і противників нововведення, які є незамінним джерелом інформації про їх ефективність.

3.4. ВИБІР СТИЛІВ УХВАЛЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Найчастіше при розв'язанні конкретних управлінських завдань керівники використовують такі **тактики**:

1. Тактика ризику з підвищеною відповідальністю.
2. Тактика тривалого розв'язання завдання з метою зняття з себе відповідальності.
3. Тактика самостійного вирішення проблеми з обачним ризиком.
4. Тактика застосування мінімуму самостійних дій і відповідальності за можливе нерозв'язання завдання.

Якщо під час розв'язання управлінських завдань виник конфлікт всередині організації, керівники вдаються до однієї з таких **тактик**, інколи підсилюючи їх **елементами інших**:

1. *Суперництво (протиборство)*. Використовуючи цю тактику, керівник грає командну роль, диктує власну позицію відповідно до своєї індивідуальної мотивації. Ця тактика сприяє досягненню успіху, але не завдяки узгодженості дій з підлеглими, а внаслідок приниження та ігнорування їхніх інтересів.

2. *Співробітництво (кооперація)*. Намагаючись досягти успіху в діяльності (позитивна мотивація), керівник прагне максимально врахувати не лише власні, а й інтереси партнерів.

3. *Компроміс*. Обравши цю тактику, керівник шукає оптимальний варіант (між протиборством і співробітництвом) розв'язання завдання, який задовольняв би всіх. Тактика компромісу не завжди є результативною, оскільки більше спрямована на встановлення гарних стосунків, аніж на розв'язання управлінського завдання. Її використання зумовлюють такі психологічні причини: позитивна мотивація на досягнення

певного порозуміння, намагання встановити контакт із діловим партнером, традиція рахуватися з думкою інших людей, намагання уникнути конфлікту, ризикованих дій, боязнь відповідальності.

4. *Уникнення*. До цієї тактики керівники вдаються, усвідомлюючи власну управлінську некомпетентність, намагаючись свідомо чи інтуїтивно вилучити з зони актуальної значущості конкретну управлінську мету. Вибір диктують такі психологічні причини: боязнь прийняття управлінського рішення; невміння обирати оптимальні методики, засоби розв'язання завдання; боязнь відповідальності і покарання; намагання уникнути помилок у діяльності; нездатність дійти ділової згоди з партнером.

5. *Пристосування*. Вибір цієї тактики є наслідком низької активності, недостатньої зацікавленості керівника у виконанні поставлених завдань. Тому його дії спрямовані на уникнення конфліктних стосунків з іншими керівниками. Тактики пристосування зумовлюють такі психологічні причини: нездатність осмислити значущість завдання в часі та просторі; боязнь брати на себе відповідальність; намагання уникнути ситуації; боязнь покарання за негативні наслідки; відсутність позитивної мотивації досягнення успіху.

Вибір засобів, методів, тактик розв'язання завдань залежить і від особистісних якостей керівників. Керівник із яскраво вираженими лідерськими якостями навряд чи обере тактику пристосування чи уникнення, скоріше він віддасть перевагу тактиці протиборства або співробітництва і намагатиметься уникати компромісу. *Керівники, орієнтовані на себе, здебільшого обирають „агресивну” тактику – протиборства, а керівники, орієнтовані на інших, – тактику співробітництва або компромісу.* Знаючи характер взаємодії керівника, його орієнтованість (на мету чи на стосунки з людьми), можна прогнозу-

вати вибір ним тактики розв'язання конкретного управлінського завдання [85, с. 345].

Ухвалення управлінського рішення – це складний психологічний процес, під час якого не завжди спрацьовує логіка або інтуїція. В ньому переплітаються соціальні установки, особистісні характеристики, інтуїція, емоції тощо. Тому за особливістю інтелектуальних процедур, які визначають цей процес, виділяють інтуїтивні та раціональні рішення. Інтуїтивні рішення постають як вибір, зроблений тільки на підставі відчуттів. Психологи стверджують, що більшість управлінських рішень керівники ухвалюють саме інтуїтивно. Раціональні рішення базуються на судженнях, знаннях, попередньому досвіді, коли керівник обирає рішення, що раніше зарекомендувало себе як вдале. Однак у ситуаціях, в яких задіяний людський чинник, орієнтуватися лише на судження недостатньо, оскільки можна не помітити нової альтернативи.

Більшість управлінських рішень ухвалює група. Процедура колективного ухвалення управлінського рішення безпосередньо пов'язана зі стилем керівництва. **Авторитарний стиль** проявляється в тому, що керівник у процесі прийняття управлінського рішення керується власними ідеями, досвідом, оцінками, планами, адаптує думки колег до своєї індивідуальної концепції аналізу проблеми, особисто намагається визначити засоби її вирішення. Не можна вважати оптимальним і **ліберальний стиль** керівника, оскільки за таких умов ініціативу в ухваленні рішення перебирає на себе неформальний лідер. За групової форми ухвалення управлінського рішення найоптимальнішим є **демократичний стиль керівництва**, який відкриває простір для вияву ініціативи, здібностей, особистісних якостей усіх учасників групи.

3.5. МІЖНАРОДНЕ НАУКОВО-ТЕХНІЧНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО У СФЕРІ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Основні напрями міжнародного співробітництва у сфері розвитку інформаційного суспільства визначаються рішеннями Окінавської хартії глобального інформаційного суспільства (2000 р.), Женевського (2003 р.) та Туніського (2005 р.) всесвітніх самітів із питань інформаційного суспільства, Європейською стратегією взаємодії (2008 р.), затверджені в „Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні” (2013 р.) [111] та включають:

- участь державних органів у міжнародному інформаційному обміні;
- участь державних органів у створенні системи міжнародної інформаційної безпеки, удосконалення взаємодії спеціально уповноважених державних органів України та іноземних держав у сфері запобігання, виявлення, припинення та ліквідації наслідків використання інформаційно-комунікаційних технологій у терористичних та інших злочинних цілях;
- участь України в міжнародних дослідницьких проектах за основними напрямками розвитку науки, технологій і техніки; участь у розробленні міжнародних стандартів у сфері інформаційних і телекомунікаційних технологій, гармонізація національної системи стандартів та сертифікації у зазначеній сфері з міжнародною; участь у європейських програмах розвитку інформаційного суспільства та Ініціативі „Партнерство „Відкритий Уряд”;
- участь у реалізації Стратегії співробітництва держав-учасниць СНД у розбудові та розвитку інформаційного суспільства.

У рамках реалізації пріоритетів Порядку денного асоціації Україна – ЄС за напрямом співробітництва „Інформаційне суспільство”, Держінформнауки з метою обміну інформацією та досвідом реалізації ініціативи ЄС „Цифровий порядок денний для Європи – 2020” працює згідно з Планом заходів щодо реалізації Концепції розвитку електронного урядування в Україні, затвердженого розпорядженням Кабінету Міністрів України від 26 вересня 2011 р. № 1014-р.

24 червня 2013 року на Шістнадцятому засіданні Ради з питань співробітництва Україна – ЄС було схвалено оновлений Порядок денний асоціації Україна – ЄС, Третій Спільний звіт Спільного Комітету на рівні старших посадових осіб про імплементацію Порядку денного асоціації та Повідомлення Спільного Комітету на рівні старших посадових осіб щодо імплементації Порядку денного асоціації Україна – ЄС для Ради з питань співробітництва між Україною та ЄС від 19 червня 2013 року.

Оновлений Порядок денний асоціації Україна – ЄС констатував, що Сторони співпрацюють щодо підготовки до імплементації актів *acquis* ЄС, передбачених у відповідних додатках до Угоди про асоціацію, та підтримки України, зокрема, шляхом:

- подальшої роботи України у напрямку адаптації законодавства у сфері електронних комунікацій до *acquis* ЄС;

- зміцнення незалежності та адміністративної спроможності національного регулятора у галузі зв'язку з метою забезпечення його здатності вживати відповідних регуляторних заходів та впроваджувати власні рішення і регуляторні акти, а також гарантувати чесну конкуренцію на ринках за підтримки проектів Твіннінг, включаючи участь регуляторів ЄС;

– обміну інформацією та досвідом реалізації ініціативи ЄС „Цифровий порядок денний для Європи – 2020”.

Прикладом гармонізації українського законодавства до європейського є підготовка та ухвалення „**Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні**” (2013 р.) [111]. Оцінка ефективності реалізації Стратегії повинна ґрунтуватися на результатах виконання планів заходів та планів дій з розвитку інформаційного суспільства, позиції України у міжнародних рейтингах, результатах моніторингу України, отриманих міжнародними організаціями, результатах статистичних спостережень Державної служби статистики, соціологічних досліджень та опитувань громадськості [52].

Держінформнауки спільно з Національним центром електронного урядування, незалежними українськими та міжнародними експертами, представниками інститутів громадянського суспільства було підготовлено методологію та опитувальник „Оцінки електронної готовності України”. Методологія та опитувальник ураховують підходи Європейської Комісії, Організації Об’єднаних Націй та Всесвітнього Банку.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОДІАГНОСТИКИ

1. Що таке інформатизація суспільства?
2. Розкрийте сутність Концепції національної програми інформатизації.
3. Які ви знаєте напрями інформатизації в Україні?
4. Охарактеризуйте стан та перспективи розвитку інформатизації та інформаційного суспільства в Україні.
5. Охарактеризуйте прояви інформаційної культури.

6. Назвіть внутрішні та зовнішні чинники, які сприяють нововведенням у державних установах.
7. Розкрийте психологічні перешкоди щодо нововведень.
8. Назвіть фази визрівання, обґрунтування та здійснення нововведень.
9. Які ви знаєте тактики керівників при розв'язанні конкретних управлінських завдань?
10. Розкрийте особливості міжнародного науково-технічного співробітництва у сфері інформатизації та інформаційного суспільства.

ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ:

1. Організований соціально-економічний і науково-технічний процес створення оптимальних умов для задоволення інформаційних потреб і реалізації прав громадян, органів державної влади, органів місцевого самоврядування організацій, громадських об'єднань на основі формування і використання інформаційних ресурсів – це:

а) Інформатизація суспільства; б) електронне врядування; в) стандартизація; г) оптимізація.

2. Знайдіть хибну відповідь. У процесі запровадження будь-якого обґрунтованого нововведення виникають наступні групи людей:

а) прихильники; б) скептики; в) нейтралі; г) демагоги.

3. Група осіб, які на словах виявляють незадоволення нововведеннями, однак за власною ініціативою не вдаються до жодних практичних кроків, які б унеможливили зміни:

а) скептики; б) нейтралі; в) прихильники; г) конформісти.

4. Психологічний бар'єр, що виникає у осіб, які невпевнені у своїх силах і побоюються, що після змін не зможуть як слід виконувати свої обов'язки – це:

а) бар'єр некомпетентності; б) бар'єр навичок, звичок; в) бар'єр ідилії; г) бар'єр збільшення навантаження.

5. Психологічний бар'єр, коли за нововведень працівники остерігаються, що їхній статус може похитнутися та зруйнуються раніше сформовані відносини:

а) бар'єр „шефа”; б) бар'єр навичок, звичок; в) бар'єр ідилії; г) бар'єр „соціальний затишок”.

6. Фаза, що охоплює інформування про заплановані перетворення, залучення до їх підготовки осіб, яких воно торкається, надання їм допомоги та підтримки, щоб звикнути до ідеї нововведення:

а) „розморожування” ситуації; б) підготовка; в) здійснення перетворень; г) „заморожування” нововведення.

7. Різновид тактики. Намагаючись досягти успіху в діяльності (позитивна мотивація), керівник прагне максимально врахувати не лише власні, а й інтереси партнерів:

а) суперництво; б) співробітництво; в) компроміс; уникнення.

Підрозділ 4

ЕЛЕКТРОННЕ УРЯДУВАННЯ

Ключові поняття: *електронне врядування, Ініціатива „Відкритий Уряд”, система електронної взаємодії органів виконавчої влади, система електронної взаємодії інформаційних ресурсів, Індекс розвитку електронного урядування (EGDI), електронна участь, залучення громадян (e-participation), е-інформація (e-information), е-консультація (e-consultation), е-ухвалення рішень (e-decision-making), електронна готовність.*

4.1. РОЗБУДОВА ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ

Ініціатива „Відкритий Уряд” (Open Government Partnership) – це багатостороння міжнародна ініціатива, офіційно запроваджена 20 вересня 2011 року Президентом США і Бразилією під час сесії Генеральної Асамблеї ООН.

Метою є забезпечення виконання урядами конкретних зобов’язань щодо сприяння прозорості державного управління, залучення громадян до участі в процесах державного управління, боротьба з корупцією, використання нових технологій для покращення державного управління.

Усі **57 країн-учасниць** OGP-ініціативи ухвалили Декларацію „Відкритого Уряду”, розробили Національні плани дій та погодилися на незалежне оцінювання результатів своєї діяльності. Президент України узяв участь в інавгураційній церемонії Партнерства у м. Нью-Йорк та підтвердив готовність України приєднатися до зазначеної Ініціативи.

З метою забезпечення належного виконання пріоритетів названої Ініціативи Кабміном було схвалено **План дій із впровадження в Україні Ініціативи „Партнерство „Відкритий Уряд”** (розпорядження від 5 квітня 2012 року № 220) [27, с. 74].

Національний план дій охоплює **чотири** важливі для України **сфери:**

- 1) залучення громадянського суспільства до формування державної політики;
- 2) сприяння доступу до публічної інформації;
- 3) протидія і боротьба з корупцією;
- 4) сприяння належному врядуванню шляхом вдосконалення адміністративних послуг і запровадження електронного уряду.

Розпорядженням від 18 липня 2012 року № 514 КМУ затвердив План заходів з впровадження Ініціативи „Партнерство „Відкритий Уряд”. Зокрема, планом передбачено розробку проектів законів, спрямованих на покращення взаємодії ОБВ з громадськістю, створення сприятливих умов діяльності ІГС, розвиток місцевого самоврядування.

Також передбачено комплекс заходів стосовно забезпечення доступу до публічної інформації. Ініціативи щодо прозорості видобувних галузей (ЕІП).

Значну частину заходів плану присвячено питанню протидії корупції. Переважна їх кількість визначена з урахуванням рекомендацій Групи держав Ради Європи проти корупції (GRECO) та Стамбульського плану дій Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР).

Планом також передбачено низку заходів щодо підвищення якості надання адміністративних послуг, зокрема за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій.

З метою координації дій ОБВ з реалізації Ініціативи Урядом було утворено **Координаційну раду з питань реалізації в Україні Ініціативи „Партнерство „Відкритий Уряд”** (постанова КМУ від 13 червня 2012 року № 671). До складу ради увійшли представники ОБВ, ІГС, голови громадських рад при центральних та місцевих ОБВ, експерти та науковці. Головою ради є Перший віце-прем'єр-міністр України.

Основними *завданнями* Координаційної ради визначено: сприяння забезпеченню координації заходів із реалізації Ініціативи в Україні, проведення аналізу стану реалізації Ініціативи, сприяння забезпеченню відкритості та прозорості процесу реалізації Ініціативи, залучення до нього ІГС, співпраця з Керівним комітетом Ініціативи „Партнерство „Відкритий Уряд”, іншими міжнародними організаціями, які підтримують упровадження цієї ініціативи.

Упровадження електронного урядування є важливою умовою розвитку інформаційного суспільства та становлення електронної демократії, де кожен громадянин може мати вільний доступ, користуватися і обмінюватися інформацією та знаннями, використовувати інформаційні технології для розширення можливостей реалізації власного потенціалу, сприяти суспільному і особистісному розвитку, підвищувати якість життя та створювати умови для відкритого і прозорого державного управління.

Сучасна динаміка розвитку електронного урядування демонструє стабільний розвиток визнаних лідерів та стрімкий ріст більшості держав. Цей розвиток став можливим за рахунок використання новітніх досягнень ІКТ, імплементації нових методів реалізації ділових процесів, зняття бюрократичних бар'єрів та залучення суспільства до процесу формування і реалізації державної політики, що одночасно підвищило прозорість влади та її ефективність.

За останні три роки **Державним агентством з питань науки, інновацій та інформатизації України** (далі – Держінформнауки) було підготовлено законодавчу базу та зроблені *певні кроки для якісних змін* у зазначеній сфері:

- державні органи майже в повному обсязі забезпечені обчислювальною технікою і базовим програмним забезпеченням;
- вжиті заходи до створення телекомунікаційної інфраструктури для забезпечення діяльності державних органів, зокрема для підключення до Інтернету всіх центральних органів виконавчої влади та переважної більшості їх територіальних органів;
- впроваджено значну кількість комплексних інформаційних, телекомунікаційних та інформаційно-телекомунікаційних систем, у тому числі систем відомчого електронного документообігу, автоматизації типової діяльності (кадровий та бухгалтерський облік, інші облікові функції) та систем підтримки ухвалення управлінських рішень;
- у переважної більшості населення сформовані базові навички використання інформаційних технологій;
- стрімко розвиваються Інтернет-технології, електронна комерція, мобільний зв'язок.

Упродовж 2012–2013 років Уряд започаткував упровадження низки **загальнодержавних проєктів**, які повинні охопити всі види електронної взаємодії держави, громадян та бізнесу:

- Єдиний державний портал адміністративних послуг;
- Систему електронної взаємодії органів виконавчої влади;
- Інформаційну систему електронної взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів;
- Автоматизовану систему „Єдине вікно подання електронної звітності”;
- Державну інформаційну систему звернень громадян.

Активно впроваджуються технології з надання *сервісів у електронному вигляді* в деяких регіонах України та органах місцевого самоврядування. За результатами проведеного у 2013 році *Першого Національного конкурсу з електронного урядування*, організаторами якого були Державне агентство з питань науки, інновацій та інформатизації України, Національний центр електронного урядування України, Асоціація „Міста електронного урядування України” та інші громадські організації, у номінації „Електронні сервіси” переможцями стали:

- Київська міська державна адміністрація за реалізацію проекту „Міський веб-портал адміністративних послуг”;
- проект „Впровадження комплексної автоматизованої системи розрахунків за житлово-комунальні послуги у місті Славутич”;
- Дніпропетровська обласна державна адміністрація „Регіональний віртуальний офіс надання електронних послуг”;
- Волинська обласна державна адміністрація „Впровадження веб-сайту „Адміністративні послуги органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування Волинської області”.

На сьогодні державне регулювання у сфері інформаційно-комунікаційних технологій є одним із пріоритетних напрямів діяльності держави.

За підсумками *еволюції впровадження електронного урядування в Україні* можна визначити основні характерні *підходи*, а саме:

- інформаційна присутність та надання послуг організаціям і населенню із використанням інформаційно-комунікаційних технологій, у тому числі через веб-сайти;
- впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у всіх сферах державного управління, включаючи електронну взаємодію органів влади між собою, із організаціями, громадянами – „електронний уряд” та „електронна демократія”;

– трансформація державного управління, де інформаційно-комунікаційні технології є одним із основних каталізаторів перетворень державного сектору.

З метою забезпечення відкритості та доступності органів державної влади Державне агентство з питань науки, інновацій та інформатизації України створило першу чергу *єдиного інформаційного веб-ресурсу звернень громадян до органів державної влади та органів місцевого самоврядування* – **<http://z.gov.ua/>**.

Створений веб-ресурс дозволяє громадянам підготувати та подати електронне звернення до органів виконавчої влади та місцевого самоврядування. Правильно оформлене електронне звернення є юридично значущим та буде розглянуте державними органами за тими ж вимогами, що й надане в письмовій формі.

На сьогодні в Державній системі електронних звернень громадян, яка є складовою зазначеного веб-ресурсу, зареєстровано 42 органи виконавчої влади та місцевого самоврядування.

Подальший розвиток Державної системи електронних звернень громадян дозволить забезпечити створення єдиного адресного простору органів виконавчої влади на державному загальнодоступному інформаційному веб-ресурсі, автоматизоване формування звітів щодо організації звернень громадян, оперативний контроль за реєстрацією та опрацюванням звернень громадян, підвищення якості надання електронних послуг громадян та рівня виконавської дисципліни в державних органах.

4.2. СТВОРЕННЯ СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОЇ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ ТА СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОЇ ВЗАЄМОДІЇ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ

Впровадження електронного документообігу як пріоритетний напрям державної політики електронного урядування та інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури визначено актами Президента України, Кабінету Міністрів України та Верховної Ради України.

Державне агентство з питань науки, інновацій та інформатизації України (далі – Держінформнауки) займається забезпеченням електронної взаємодії (обміну електронними документами) органів державної влади.

Держінформнауки спільно з Секретаріатом Кабінету Міністрів України впровадило та провело дослідну експлуатацію *системи електронної взаємодії органів виконавчої влади* (далі – Система). Система гарантує прямий доступ до інформаційних ресурсів, їх технологічну сумісність і захист персональних даних. Тобто об'єднуються два базові принципи – *відкритість і безпека*.

Основними *принципами* побудови Системи є:

- використання всіх напрацьованих на сьогодні програмно-технічних рішень щодо автоматизації документообігу в органах виконавчої влади;
- використання єдиного формату обміну електронними документами при організації електронної взаємодії;
- застосування електронного цифрового підпису;
- взаємодія з наявними системами електронного документообігу органів виконавчої влади.

Система побудована на основі „хмарних” технологій, завдяки чому доступ до Системи здійснюється з використанням мережі Інтернет.

Основними *функціями* Системи є:

- прийом/передача організаційно-розпорядчих електронних документів Секретаріату Кабінету Міністрів, міністерствам та органам виконавчої влади;
- прийом/передача електронних документів між Секретаріатом Кабінету Міністрів, міністерствами та органами виконавчої влади;
- організація погодження проектів нормативних-правових актів між органами виконавчої влади;
- контроль за виконанням доручень Секретаріату Кабінету Міністрів.

Наразі до Системи підключено Апарат Верховної Ради України, Секретаріат Кабінету Міністрів України, всі міністерства та центральні органи виконавчої влади.

Секретаріатом Кабінету Міністрів України, міністерствами та центральними органами виконавчої влади здійснено обмін більше ніж двома тисячами електронних документів.

На сьогодні забезпечено автоматичну роботу Системи із системами електронного документообігу органів виконавчої влади відповідно до вимог форматів даних електронного документообігу в органах державної влади (наказ МОНмолодьспорту від 20.10.2012 № 1207) [52, с. 76].

У 2012 році здійснено важливі кроки щодо вирішення проблеми взаємодії державних інформаційних ресурсів. Так, Кабінетом Міністрів схвалено Концепцію створення та функціонування інформаційної системи електронної взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів.

Концепцією сформовано основні підходи до створення, впровадження та функціонування системи електронної взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів, яка забезпечить передачу необхідних даних за запитами в автоматичному режимі, оновлення первинних даних у разі їх зміни, пошук та узагальнення необхідної інформації під час взаємодії державних органів.

Крім того, у 2013 році Урядом затверджено План заходів щодо реалізації Концепції створення та функціонування інформаційної системи електронної взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів (розпорядження Кабінету Міністрів України від 11 липня 2013 р. № 517-р).

Одночасно Держінформнауки у 2013 році створено та проведено дослідну експлуатацію першої черги інформаційної системи електронної взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів. Забезпечення розвитку програмного забезпечення та інформаційних технологій.

Держінформнауки з метою активізації заходів, спрямованих на припинення використання *неліцензійного програмного забезпечення* та виключенню України зі „Списку 301”, надіслало до Міністерства освіти і науки пропозиції щодо вдосконалення нормативно-правових актів у частині використання програмного забезпечення.

Ухваленими законами „Про державну підтримку розвитку індустрії програмної продукції” та „Про внесення змін до розділу XX „Перехідні положення” Податкового кодексу України щодо особливостей оподаткування суб’єктів індустрії програмної продукції” закладено базові умови для розвитку ІТ-галузі, передбачено встановлення особливостей оподаткування суб’єктів індустрії програмної продукції, створення сприятливих умов розвитку в Україні індустрії програмної продукції, що має дозволити вітчизняним ІТ-компаніям залишитися в

числі провідних гравців на глобальному ІТ-ринку, забезпечити повноцінне використання вітчизняного інтелектуального потенціалу та стале економічне зростання [52, с. 77].

З метою реалізації положень Закону України „Про державну підтримку розвитку індустрії програмної продукції” розроблено план заходів з підтримки розвитку індустрії програмної продукції на 2013–2014 роки, який затверджено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 4 грудня 2013 р. № 959-р.

Як прогнозують експерти, за умов послідовного державного стимулювання розвитку ІТ-індустрії її частка у ВВП вже у 2015 році може досягти 3–4 %, а обсяги експорту перевищити відповідні обсяги традиційних сировинних галузей [52, с. 77].

За 2013 рік обсяг реалізованих послуг у сферах інформації та телекомунікації склав 72633,3 млн грн, у тому числі: у сфері телекомунікації (електрозв’язок) – 49174,7 млн грн; комп’ютерне програмування – 10983,2 млн грн [52, с. 78].

На світовому ринку інформаційно-комунікаційних технологій за даними аналітичного агентства Gartner однією з найбільших є частка інформаційних технологій, яка становить 41 відсоток, або 1,4 трлн доларів США. За трьома визначеними сегментами інформаційних технологій ця частка поділяється наступним чином: 26 % – апаратне забезпечення, 17 % – програмне забезпечення, 57 % – послуги в галузі інформаційних технологій.

4.3. МІЖНАРОДНА ТА НАЦІОНАЛЬНА ОЦІНКА РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ

За результатами міжнародної оцінки розвитку електронного урядування проведеного ООН „United Nations E-Government Survey 2014. E-Government For The Future We Want” [34], Україна посіла 87 місце серед 193 країн-членів Об’єднаних Націй. У 2012 році наша країна посідала 68 місце, у 2010 році – 54 місце. Проте у 2014 році Україну віднесено до групи країн із високим індексом розвитку електронного урядування. Всього існує чотири групи індексів: найвищий, високий, середній, низький.

Національний центр електронного урядування проаналізував складові рейтингу 2014 року порівняно із 2012 роком. Відповідно, ***Індекс розвитку електронного урядування (EGDI) складається з трьох індексів:*** індекс онлайн сервісів (OSI), індекс телекомунікаційної інфраструктури (ТИ) та індекс людського капіталу (НСІ). Індекс онлайн сервісів: 2014 рік – 0,2677, 2012 рік – 0,4248. Індекс телекомунікаційної інфраструктури: 2014 рік – 0,3802, 2012 рік – 0,3535. Індекс людського капіталу: 2014 рік – 0,8616, 2012 рік – 0,9176.

Загальний індекс розвитку електронного урядування (EGDI) становить за 2014 рік – 0,5032, за 2012 рік – 0,5653. Тобто, Україна „втратила” 0,0621 індексу, що вартувало „втрати” 19 позицій у загальному рейтингу.

Результати свідчать про те, що найбільше Україна „втратила” позицій в індексі онлайн-сервісів. Тобто, країна, фактично, не розвиває електронні сервіси, не працюють державні системи, за допомогою яких мають надаватися онлайн-сервіси.

Міжнародна оцінка розвитку електронного урядування містить рейтинг, присвячений *електронній участі, залученню громадян (e-participation)*. Цей рейтинг представляє модель за трьома рівнями участі: **e-інформація (e-information)** – можливість надання громадянам доступу до публічної інформації, **e-консультація (e-consultation)** – залучення громадян для обговорення питань державної політики, надання послуг, **e-ухвалення рішень (e-decision-making)** – спільна можливість у формуванні політики, спільне вироблення сервісних компонентів. Аналіз робився за сферами: *фінанси, соціальне забезпечення, навколишнє середовище, освіта, охорона здоров'я та праця*. За цим рейтингом Україна посіла 77 позицію.

Міжнародна оцінка також звертає увагу на недостатній розвиток онлайн-послуг в Україні для незахищених верств населення, людей із обмеженими можливостями.

Ініційована Національним центром електронного урядування за підтримки Державного агентства з питань науки, інновацій та інформатизації, Секретаріату Кабінету Міністрів України та проведена „*Оцінка електронної готовності України*” центральних органів виконавчої влади та обласних державних адміністрацій у 2013 році засвідчила, що питання інформатизації загалом вирішено. Найнижчими показниками є індикатори першочергових послуг для громадян та бізнесу у форматі „єдиного вікна”, прозорості державних закупівель та фактори ефективності електронного управління. Методологію Оцінки побудовано відповідно до методик Європейського Союзу, ООН та Світового Банку. Аналізуються чотири напрями: надійна та доступна інфраструктура; ефективне управління; демократичне управління; корисні та якісні державні послуги.

На сьогодні інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) в Україні стають одним із базових засобів виробництва й основою практично всіх процесів, що зумовлює політичну, економічну, соціальну та культурну модернізацію. Єдиний інформаційний простір країни стає відкритішим для суспільства, що надає можливість узгодити інтереси суспільства та держави на комплексній і системній основі завдяки новітнім ІКТ та ринку електронних послуг.

Інформаційні ресурси є важливим стратегічним ресурсом країни, необхідною інфраструктурною складовою розбудови інформаційного суспільства та впровадження електронного урядування. Тому необхідною умовою успішного формування і реалізації обґрунтованої та ефективною державної політики у сфері розвитку інформаційного суспільства є забезпечення цього процесу актуальною, повною, достовірною, точною, оперативною інформацією.

Практика останніх років свідчить про відсутність або недосконалість механізмів систем моніторингу та аналізу, в тому числі, методологічної та методичної бази, збору, обробки та зберігання інформації.

Визначальну роль у розбудові національної інформаційної інфраструктури доступу відіграли вітчизняні Інтернет-компанії (приватний сектор) та потужний громадський сектор.

Зміни, що відбулися останніми роками, стали результатом цілеспрямованої політики багатьох держав і міжнародних організацій у рамках співпраці на вищому рівні та в інтересах створення інформаційного суспільства (Женевський та Туніський саміти з розвитку інформаційного суспільства 2003 і 2005 років, відповідно). Приймаючи на себе обов'язки з виконання міжнародних зобов'язань та прагнучи потрапити до тридцятки найбільш розвинених країн у сфері електронного урядування, Україна в 2007 році ухвалила **Закон України „Про**

основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки”, у 2010 році – Концепцію розвитку електронного урядування, а у 2013 році – Стратегію розвитку інформаційного суспільства [86, с. 4].

Швидкий темп розвитку інших країн у сфері розбудови інформаційного суспільства забезпечується використанням переваг ІКТ за підтримки прозорої державної інформаційної політики. Ініціатива Європейського Союзу „Цифровий порядок денний для Європи–2020” визначає роль ІКТ як ключовий фактор у нарощенні соціального та економічного потенціалу новітніх технологій, насамперед Інтернет-, веб-технологій як важливого інформаційного середовища діяльності суспільства в цілому, підвищення добробуту його громадян і електронізації ведення підприємництва.

Стосовно розвитку інформаційного суспільства у світі Європейський Союз обстоює підхід, який сконцентровано на обмеженій кількості пріоритетів з метою досягнення результативних показників. *Європейський Союз запропонував організувати виконання Плану дій Всесвітнього саміту з інформаційного суспільства за трьома напрямками [86, с. 4]:*

– формування сприятливого інформаційного середовища забезпечення сталого економічного зростання, що передбачає підтримку Стратегії розвитку інформаційного суспільства (е-Стратегій); сприятливе регуляторне середовище; наявність вимірювання результатів розвитку інформаційного суспільства та їх постійний моніторинг;

– розвиток ІКТ-застосувань, що передбачає їх підтримку та поширення е-послуг, також ІТ-продуктів, які мають бути доступними як для населення, так і для бізнесу за прийнятними цінами у таких сферах, як-от: е-урядування, е-бізнес, е-навчання, е-охорона здоров'я, е-зайня-

тість з урахуванням тендерної рівності та зайнятості, е-охорона навколишнього середовища;

— проведення науково-дослідних робіт, які базуються на інноваціях для розвитку й розширення комунікацій мережевих і кластерних утворень, електронних альянсів з метою просування інформаційного суспільства у світовому вимірі (е-наукова діяльність).

Європейська Комісія здійснює регулярний моніторинг бізнес-процесів за всіма напрямками розвитку е-урядування, включаючи бенчмаркінг основних показників і оцінку виконання європейського Плану дій у галузі е-урядування на 2011–2015 роки. З огляду на європейську інтеграцію України, досвід Європейського Союзу щодо електронної готовності (е-готовності) має не тільки загальний інтерес, але й вимагає практичного застосування подібних методик оцінки реального стану для визначення стратегічних напрямків електронного розвитку в контексті кращих європейських практик.

У зв'язку з цим, одним із завдань поточного оцінювання е-готовності було формування висхідної бази на основі застосування підходів Євросоюзу. Відповідно, методика оцінки е-готовності включає основні пункти, які застосовуються Європейською Комісією. Також ураховувався й міжнародний досвід, насамперед Департаменту Організації Об'єднаних Націй з соціальних та економічних питань у сфері визначення індексу готовності до електронного уряду.

Електронну готовність розуміють як *готовність до впровадження ІКТ центральними та регіональними органами державного управління; це багатовимірне соціальне явище, що складається з таких чотирьох основних сфер: (1) надійна та доступна інфраструктура; (2) ефективне управління; (3) демократичне управління та (4) корисні та якісні державні послуги* [86, с. 5].

Кожна із зазначених сфер описується інтегральним індексом верхнього рівня, що складається із субіндексів або композитних індикаторів нижніх рівнів. Виділяють такі *індекси готовності* [86, с. 5]:

– індекс надійної та доступної інфраструктури: готовність до розвитку інфраструктури інформаційного суспільства, включаючи інфраструктуру телекомунікацій;

– індекс ефективного управління: готовність органів державної влади до побудови системи ефективної функціональної організації та бізнес-процесів у бек-офісі на основі використання переваг ІКТ, включаючи розвиток С2С послуг;

– індекс демократичного управління: готовність органів державної влади до побудови системи прозорого, відкритого та відповідального управління на основі використання переваг ІКТ, включаючи розвиток С2С послуг;

– індекс корисних та якісних державних послуг: готовність органів державної влади до побудови системи базових електронних послуг (е-послуг) на основі використання переваг ІКТ у фронт-офісі, орієнтованих на задоволення основних потреб населення та бізнесу, включаючи розвиток С2С та С2В послуг.

У рамках Міжнародного наукового конгресу „Інформаційне суспільство в Україні” 30 жовтня 2013 р. було презентовано *Оцінку електронної готовності України*, яка проводилася Національним центром електронного урядування на замовлення Державного агентства з питань науки, інновацій та інформатизації України за підтримки Секретаріату Кабінету Міністрів України. Робоча група складалася з представників урядових структур, наукових установ, інститутів громадянського суспільства та незалежних експертів.

Перший і єдиний раз оцінка готовності України до електронного управління проводилася у 2002 році. Її результати мали стати основою інформаційно-аналітичної складової Загальнодержавної програми „Електронна Україна”. Через об’єктивні та суб’єктивні причини реалізація зазначеної програми не відбулася. З цього часу інформаційні технології суттєво змінилися, як і спосіб їх використання та рівень інформаційної культури користувачів. Наприклад, у звіті 2002 року зазначається, що тільки близько 40 % шкіл було оснащено комп’ютерами ($\frac{1}{4}$ усієї комп’ютерної бази системи освіти країни). Соціальні мережі не були широко розповсюджені, мобільний Інтернет був менш розвинутий, смартфони та планшети тільки було запущено у виробництво, а про відкриті дані, відкриті стандарти і відкриті технології ще не йшлося.

Наразі ІКТ стали масовими та персоналізованими. Їх застосування в публічному управлінні стало прогресивним, змінивши структуру суспільних послуг і характер відносин держави та громадян у режимі онлайн, що пов’язано передусім із цифровізацією всіх аспектів життєдіяльності суспільства.

На сьогодні в Україні налічується 75 центральних органів виконавчої влади (ЦООВ): 18 міністерств, 25 служб, 16 агентств, 12 інспекцій, Пенсійний фонд. Разом із Адміністрацією Президента України, Верховною Радою України, 5 національними комісіями, Секретаріатом Кабінету Міністрів України, вищими судовими органами (5), а також ЦВК та РНБО 90 органів державної влади. Анкети щодо електронної готовності було розіслано всім зазначеним органам, а також усім ОДА, разом із Кабінетом Міністрів АРК, міськими держадміністраціями Києва і Севастополя. В анонімному порядку проведено тематичне опитування профільних слухачів Національної академії державного управління при Президентові України. У результаті було отримано 95 інфор-

мативних анкет. Із них: 52 (близько 60 % загальної кількості) від ЦОВВ, 20 (74 % загальної кількості) від обласних державних адміністрацій, 19 (95 % загальної кількості) від АРК [86, с. 6].

Метою анкетування була необхідність з'ясувати, як представники зазначених органів держвлади оцінюють свою готовність використовувати ІКТ в управлінні на благо людей і підвищують ефективність управління.

Так, згідно з наданими відповідями, в ЦОВВ використовується понад 24 300 різних комп'ютерів (112 % по відношенню до кількості співробітників). 98 % установ мають надійний доступ до мережі Інтернет, 100 % із них автоматизовані системи документообігу, хоча загалом у системі документообігу працюють у середньому біля 34 % співробітників. 46 % установ мають веб-сторінки для надання онлайн-послуг, і лише 19 % надають такі послуги. У середньому 52 % установ власноруч розробляють план впровадження ІТ, водночас лише 36 % мають бюджет для його фінансування [86, с. 10].

Отже, на рівні ЦОВВ проблема інформатизації загалом вирішена, виконано забезпечення комп'ютерами, існує доступ до Інтернет, практично всі установи мають веб-сторінки. Водночас ділові процеси вказаних установ не пов'язані з е-урядуванням, але практично всі ЦОВВ готові до його реалізації, проте не виконують необхідні функції з надання адміністративних послуг населенню та бізнесу, і не мають достатнього рівня електронної взаємодії, навіть, на внутрішньому рівні, тому практично відсутні елементи справжньої електронної демократії.

Нагального вирішення потребує проблема координації дій органів державної влади щодо впровадження е-урядування, синхронізації цього процесу з проведенням адміністративної реформи, насамперед, щодо зміни структури, функцій та завдань органів державної влади в умовах

електронного урядування, кардинальної зміни якості та оперативності їх комунікацій з громадянами та бізнесом, готовності державних службовців та посадових осіб органів місцевого самоврядування до е-урядування тощо.

Найнижчі показники електронної готовності ЦОВВ мають такі індикатори прозорість держзакупівель (27 %), наявність першочергових послуг для громадян та бізнесу у форматі „єдиного вікна” (29 %), фактори ефективності електронного управління (36 %) (Див. Додаток А).

Від *обласних державних адміністрацій* одержано 20 анкет, що склало близько 74 % від їх загальної кількості. Ця інформація є достатньо повною для проведення подальшого аналізу.

Згідно з наданими відповідями, в зазначених установах працює близько 7150 працівників, кількість яких коливається від 85 (Сумська ОДА) до 793 (Луганська ОДА) осіб. Зважаючи на таку варіацію кількості співробітників можна дійти висновку: або респондентами використовувався різний підхід до визначення кількості працівників (враховувався тільки центральний апарат або всі служби), або необхідно провести детальний аналіз кількості співробітників ОДА та її узгодження за сферами діяльності та посадовими обов'язками. Незважаючи на об'єктивну різницю кількості співробітників, зумовлену специфікою відповідного регіону, вона не може відрізнятись у 9 разів [86, с. 18].

Загалом, у 90 % установ існує підрозділ, що займається питаннями комп'ютеризації (автоматизації/інформатизації). У більшості випадків – це відділ інформаційно-комп'ютерного забезпечення.

Разом із цим можна спостерігати іншу картину щодо забезпечення комп'ютерами в областях: *в усіх ОДА використовується понад 4 200 комп'ютерів*, що дорівнює майже 59 % кількості їх співробітників. Також комп'ютер використовують 87 % посадових осіб ОДА. При цьому

практично **100 % облдержадміністрацій мають надійний доступ до інтернету**, тільки 25 % мають веб-сторінку для надання онлайн-ових послуг, і лише 30 із них їх надають. 80 % ОДА використовують автоматизовані системи документообігу. Такі дані свідчать про необхідність централізованого впровадження, розробки та застосування типізованих рішень, що, крім іншого, скоротить сукупні видатки [86, с. 19] (Див. Додаток Б).

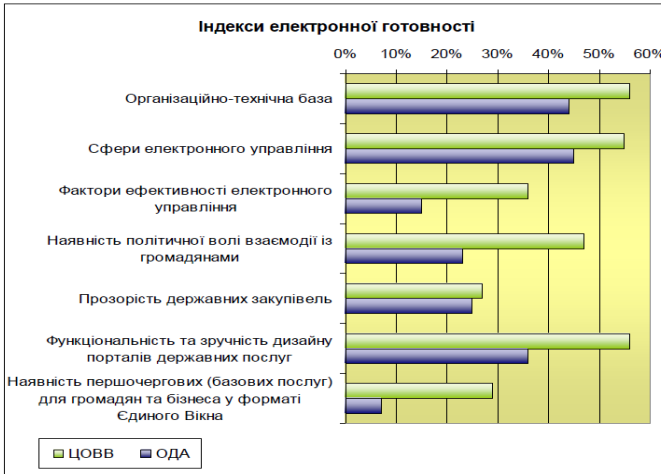
На рівні ОДА завдання інформатизації, як і у випадку з ЦОВВ, майже вирішено – близько 60 % працівників мають у своєму розпорядженні комп'ютери, при цьому 87 % посадових осіб використовують його в діяльності, існує доступ до мережі інтернет, практично всі установи мають веб-сторінки. Ділові процеси ОДА не охоплюють е-урядування, хоча вони майже готові до його реалізації, проте з неістотним відставанням [86, с. 20] (Див. Додаток В).

Загалом ЦОВВ та ОДА застосовують сучасні інформаційно-комунікаційні технології в своїй діяльності, проте ОДА мають нижчий рівень електронної готовності, ніж ЦОВВ, що, переважно пов'язано з різним статусом установ і завданнями, які вони вирішують.

В обох випадках найнижчі значення мають індекси, що характеризують готовність громадян до електронного урядування. Далі за значеннями йдуть індекси, що характеризують ефективність електронного урядування, наявність політичної волі до взаємодії з громадянами та прозорості державної політики, такий висновок можна зробити на основі індексу прозорості державних закупівель. Найвищі значення характеризують організаційно-технічну готовність установ до е-урядування.

Останнє вказує на наявність розвиненої інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури, особливо в ЦОВВ, розуміння важливості електронного урядування, методів електронного управління та їх по-

ступове впровадження в поточну діяльність. Швидкі темпи розвитку е-урядування вимагають відповідних політичних рішень вищого керівництва держави. Графічно індекси електронної готовності можуть бути представлені поданою нижче діаграмою 1 [86, с. 27].



Діаграма 1. Індекси електронної готовності

Найбільшими пріоритетами є залучення населення до методів електронного урядування, стимулювання електронної демократії, які, у свою чергу, вимагають запровадження надання адміністративних електронних послуг населенню та бізнесу. Останнє базується на реструктуризації організаційно-функціональної структури ЦОВВ та, насамперед, ОДА, адже вони мають найбільшу взаємодію з населенням та бізнесом на місцях.

Відповідно до Закону України „Про Раду міністрів Автономної Республіки Крим”, Рада міністрів Автономної Республіки Крим є урядом Автономної Республіки Крим. У складі Ради міністрів Автономної

Республіки Крим (АРК) діє 9 міністерств та 10 республіканських комітетів. Отримано 19 заповнених анкет, що складає 95 % (Див. рис. 1) [86, с. 28].



Рис. 1. Загальний стан електронної готовності АРК станом на жовтень 2013 року

Згідно з наданими відповідями, в зазначених установах працює біля 755 посадових осіб, кількість яких коливається від 19 (Республіканський комітет АРК з інформації) до 162 (Міністерство освіти і науки, молоді та спорту АРК).

У 56 % установ існує підрозділ, що займається питаннями комп'ютеризації (автоматизації/інформатизації), 89 % з яких займаються також адмініструванням веб-сайту установи. Тільки 9 працівників (1 %) працюють на повну ставку з адміністрування веб-сайту. Спостерігається, характерна для ЦОВВ та ОДА, неоднозначна структуризація ІТ-підрозділів [86, с. 29].

Загальна кількість персональних комп'ютерів становить 678 одиниць. Усі установи підключено до мережі Інтернет. 97 % посадових осіб користуються персональними комп'ютерами. 44 % установ мають системи електронного документообігу.

Слід зазначити, власні плани впровадження ІКТ мають лише біля 20 % установ, лише 13 % установ мають бюджет для впровадження планів з ІКТ. 33 % посадових осіб установ розуміють цінність рішень з організації міжвідомчої інтероперабельності (сумісності та взаємодії) та намагаються створювати відповідні умови. 13 % установ мають затверджені плани із здійснення електронної взаємодії. 8 % установ змінили бізнес-процеси та посадові обов'язки у зв'язку із впровадженням ІКТ. У 34 % установ інформаційні системи підтримують інтеграцію та обмін даними з іншими відомствами. Але лише 10 % установ забезпечили ефективну горизонтальну координацію, 3 % – вертикальну координацію [86, с. 29].

Спроможними до інновацій та модернізації виявились лише 11 % установ. Серед названих причин основними є недостатнє фінансування, низька заробітна плата фахівців та дефіцит людських ресурсів. Підтримку з боку держави у впровадженні електронного урядування відчують 23 % установ.

Лише 15 % установ вважає, що Україна має чітко визначену стратегію та план дій з реалізації е-урядування. А 5 % установ вважають достатнім рівень фінансування е-урядування в АРК. 33 % установ вважають, що державна політика на національному рівні не створює бар'єрів у галузі електронних послуг.

З практикою галузі електронного урядування обізнані 13 % установ, які обмінюються досвідом, знаннями. Із тезою, що електронне урядування є важливою частиною загальної політики співробітництва

з іншими організаціями, регіонами, країнами погоджується 18 % установ, 10 % – з розвитком електронного урядування як скоординованою програмою та реформою державного сектору 6 % установ мають партнерські відносини у сфері електронного урядування на міжнародному рівні. На рис. 2 зображено стан готовності за факторами електронного урядування [86, с. 30].



Рис. 2. Стан готовності АРК за факторами електронного урядування

Спостерігається низький показник наявності стандартів у галузі ІКТ та електронного урядування. Так, лише 9 % установ вважають, що існують такі стандарти. 33 % установ вважають, що мають можливості для підвищення кваліфікації в галузі комп'ютерної грамотності. 29 % установ підтримує відповідне навчання співробітників. Лише 25 % установ вважають, що держава виділяє достатнє фінансування для його забезпечення. 78 % вважають, що посадові особи, відповідальні за ухвалення рішень, розуміють переваги та вигоди електронного урядування [86, с. 30].

Щодо відповідності нормативно-правової бази у сфері е-урядування мають місце такі оцінки: 30 % – дозволяє створювати електронні бази та реєстри даних в органах державної влади; 27 % – дозволяє використання електронного цифрового підпису.

Щодо стану готовності АРК з надання базових е-послуг, то 25 % установ вважає, що в країні є технічна, юридична та організаційна можливість здійснювати електронні платежі через Інтернет та мобільні мережі. 13 % установ зазначили, що послуги електронних платежів надаються державними структурами, 25 % – недержавними (приватними) бізнес-структурами [86, с. 30].

Респонденти констатують відсутність у країні загального рішення, яким можуть користуватися постачальники різних електронних послуг незалежно від відомчої підпорядкованості. 8 % надають послуги для населення та бізнесу в режимі онлайн. 4 % мають відповідний структурний підрозділ, відповідальний за розробку та надання електронних послуг. 4 % беруть участь у створенні національного порталу для громадян та/або бізнесу за принципом „Єдиного вікна”. 25 % керівництва структур усвідомлюють важливість роботи щодо забезпечення зручності користування онлайн-послугами. 44 % вважають, що інформація, яка представлена на власних сайтах, є точною і достовірною та корисною для громадян, 36 % – є точною і достовірною та корисною для бізнесу. 13 % вважають, що мають чіткі пріоритети та цілі розвитку електронних послуг. 19 % співпрацюють із громадянським суспільством та бізнес-спільнотою щодо розвитку е-послуг [86, с. 31].

Аналізуючи діяльність Національного порталу, що надає/планує надавати послуги в національному масштабі, 25 % опитуваних зазначили, що портал містить перелік тем, пов'язаних із важливими подіями

життя (декретна відпустка, будівництво житла тощо), 21 % – про наявність цільових груп на головній сторінці (фізичні особи, юридичні особи, батьки, підприємці тощо), 29 % – каталог е-послуг; 25 % – багатомовний інтерфейс; 17 % – список розсилки та функція „особистий кабінет”, 25 % – можливість проводити пошук, у тому числі складний [86, с. 31].

Стан готовності АРК в галузі е-демократії: 29 % установ стверджують, що в Україні існують нормативно-правові акти, що регулюють використання ІКТ для залучення населення до ухвалення рішень різними шляхами, зокрема: надання інформації, яке вимагає участі людей – 31 %; організація та проведення публічних консультацій, обговорень, у тому числі в мережі Інтернет – 31 %; прямої участі в ухваленні рішень шляхом електронного голосування, у тому числі з використанням засобів ранжування варіантів, запропонованих соціальними мережами – 6 % [86, с. 31].

Механізми зворотного зв'язку існують у 38 % структур, 4 % структур використовували сторінки в соціальних мережах. 25 % структур вважають, що в Україні існує єдина національна платформа проведення електронних державних закупівель, що функціонує для всіх державних органів. 13 % вказують на функціонування відомчих (галузевих) платформ. На веб-сайтах 13 % структур реалізовано елементи електронних державних закупівель [86, с. 32].

Отже, проведене опитування та оцінка готовності України до електронного урядування виявили ряд проблем. Хоча Україна демонструє впевнений прогрес у створенні інформаційної інфраструктури і доступу до неї, але при цьому слід зазначити й про низьку якість та недостатню кількість електронних послуг, які надаються громадянам і бізнесу із застосуванням електронних засобів.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОДІАГНОСТИКИ

1. Розкрийте особливості здійснення розбудови електронного урядування в Україні.
2. Які існують принципи побудови системи електронної взаємодії органів виконавчої влади та функції?
3. Оцініть результати міжнародної оцінки розвитку електронного урядування в Україні, проведеного ООН.
4. Які ви знаєте індекси електронної готовності?
5. Проаналізуйте показники електронної готовності ЦОВВ, ОДА, АРК.

ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ:

1. Можливість надання громадянам доступу до публічної інформації:
а) е-інформація (e-information); б) е-консультація (e-consultation); в) е-ухвалення рішень (e-decision-making).
2. Готовність до впровадження ІКТ центральними та регіональними органами державного управління:
а) електронна готовність; б) урядова; в) комп'ютеризація; г) інформатизація.
3. Знайдіть хибну відповідь. Електронна готовність – багатовимірне соціальне явище, що складається з таких чотирьох основних сфер:
а) надійна та доступна інфраструктура; б) ефективне управління; в) демократичне управління; г) коштовні державні послуги.

Підрозділ 5

ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ЯК КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

Ключові поняття: зв'язки з громадськістю (PR), прямі/зворотні інформаційні зв'язки, теорія переконання, „закони” громадської думки, імідж, управлінський професіоналізм, управлінське мислення, політична глобалізація, суб'єкти сучасного глобального інформаційного простору, „м'яка влада”, інформаційна державна стратегія.

5.1. Зв'язки з громадськістю (PR) як фактор державної політики

Завдання створення позитивної репутації державних, суспільно-політичних, господарсько-економічних й інших інститутів суспільства, доброзичливого ставлення громадськості до них сьогодні набуває особливої актуальності. У нашому суспільстві дуже низький рівень взаєморозуміння і конструктивної взаємодії державних органів влади, їх управлінських структур, політичних партій і громадських формувань, підприємницьких, комерційних та інших інститутів ринкового зразка. Конфронтаційний характер відносин між ними пояснюється не тільки недосконалістю законодавчої бази, покликаної регулювати ці відносини, але й відсутністю в кожного з цих інститутів прагнення чітко сформулювати свої інтереси й суспільну значущість власної діяльності, налагодити співробітництво один із одним заради загальнодержавних, загальнонародних інтересів.

Одночасно ми спостерігаємо підвищення рівня недовіри з боку громадськості, різних соціальних груп до інститутів влади, ключових державних і політичних діячів, до ринкових структур, що зароджуються [62, с. 85]. Не останньою причиною такої ситуації є відсутність зваженої, спрямованої на перспективу програми налагодження конструктивних зв'язків із громадськістю, просвітницької роботи серед різних груп населення.

На думку **С. Блека, ПР** – *це мистецтво і наука досягнення гармонії завдяки взаєморозуміння, заснованого на правді та повній поінформованості* [11, с. 17].

У межах структур Верховної Ради України, адміністрації Президента, Кабінету Міністрів під вивісками прес-служб почали функціонувати відділи або підрозділи, які виконують функції зв'язків з громадськістю. Такі ж підрозділи створені й у структурах окремих міністерств і відомств, зокрема МЗС України, МВС, Міністерства оборони та ін. Однак усі вони страждають одним спільним недоліком. Функції цих служб зводяться в основному до інформування громадськості або поширення реклами. Їхня переважно прес-посередницька діяльність є слабкою і несистемною, відрізняючись, зазвичай, недовготривалістю акцій, розрахованих на моментальний, одноразовий ефект. Вони, нарешті, просто реагують на події, замість того, щоб випереджати негативні моменти, розробляти й здійснювати довготривалі програми, розраховані на перспективу, на створення стійкої позитивної репутації своєї установи [62, с. 84].

Слід додати до цього ж, що Україна як молода незалежна держава все ще перебуває в не зовсім сприятливому становищі на міжнародній арені, тривалий час не може домогтися бажаного взаєморозуміння з країнами близького та далекого зарубіжжя [62, с. 86].

Зв'язки України, її окремих державних і недержавних структур з широкою закордонною громадськістю, з окремими її групами, особливо з впливовими підприємницькими й фінансовими колами провідних країн світу, занадто слабкі. І справа не тільки в тому, що українське законодавство не викликає в них довіри.

Під впливом різного роду обставин, а особливо завдяки інформації, що поширюється неукраїнськими засобами комунікації, а також враховуючи непрофесійні дії державних структур у цій сфері й відсутність ґрунтовної інформаційної роботи серед закордонної аудиторії, в уявленні широкої світової громадськості все ще домінує не зовсім сприятлива для України думка.

Нині актуальним є питання підготовки фахівців із паблік рілейшнз, проведення своєрідного лікнепу серед керівного та адміністративного персоналу, державних і недержавних службовців. На розвиток системи зв'язків з громадськістю зобов'язані звернути свою увагу керівні політичні структури України. Занадто помітним став розрив між сподіваннями народу на поліпшення свого становища та можливостями держави бути на рівні цих сподівань, особливо враховуючи перехідний стан українського суспільства, об'єктивні труднощі, які необхідно долати на цьому шляху [62, с. 87]. Щоб не втратити історичного шансу на демократичні перетворення в процесі побудови молоді незалежної країни, ключовим завданням державних і політичних структур України повинне стати встановлення взаєморозуміння з широкою громадськістю, розгортання довгострокової програми роз'яснювальної і просвітницької роботи серед населення, особливо серед найбільш уразливих його прошарків, які сильніше за всіх страждають у перехідний період і об'єктивно готові до різкого соціального протесту. Уникнути

соціального вибуху в країні допомогли б професійно діючі структури, що мають справу з громадськістю, з людьми.

Для України великий інтерес становить яломітська модель інформаційної діяльності органів місцевого самоврядування (Румунія) [105, с. 159]. В основі функціонування цієї моделі лежать взаємозв'язки „територіальна громада – орган управління місцевого самоврядування – територіальна громада”, які реалізуються завдяки діяльності громадського інформаційного центру. Ідея створення такого центру належала керівництву Яломітського округу (М. Петре, Н. Мокану, А. Дінеску, К. Марінеску та ін.), яке було занепокоєне тим, що громадськість як не забезпечувалась достатньою інформацією щодо послуг, які надавались в окрузі, так і не залучалась до вирішення проблем округу. Така ситуація була зумовлена тим, що громадяни Румунії традиційно не довіряли органам влади, котрі до 1990 р. були уособленням бюрократії, не зацікавлені у наданні громадянам послуг, інформації або можливості брати участь у процесі ухвалення рішень. Створення громадського інформаційного центру кардинально змінило ситуацію: громадяни отримали доступ до інформаційних ресурсів центру – друкованого та комп'ютерного варіантів баз даних про діяльність кожного з відділів адміністрації округу, інформації про функції державних, окружних та міських органів влади, міської та окружної рад, брошур та окремих зразків документів з таких питань, як процедура державної реєстрації шлюбу, всиновлення дітей, дозвільна документація на будівництво, інформація про наявність житла, програми для молоді, діяльність місцевих неурядових організацій тощо.

Відвідувачі цього центру можуть ставити будь-які питання, що стосуються проблем життєдіяльності на території округу та отримувати вичерпні відповіді від структурних підрозділів адміністрації [105, с. 159].

Кількість запитів та їх типи реєструються й аналізуються, поповнюючи інформаційну базу даних. Для вдосконалення системи надання послуг громадянам було розроблено спеціальну навчальну програму і посібник, у котрому йшлося про організацію та функціонування громадського інформаційного центру. Необхідність давати кваліфіковані відповіді на запити громадян змусила утворити дорадчу раду громадського інформаційного центру та раду мистецтв і культури. За короткий час центр зумів налагодити конструктивні стосунки між населенням територіальної громади та місцевими органами влади [105, с. 160].

Попри свої переваги, недоліком яломітської моделі є важливий момент: у цій системі практично не визначена роль засобів масової інформації, не означена співпраця органів місцевого управління з ними.

Інформаційною основою функціонування органів самоврядування з мас-медіа повинні бути прямі і зворотні інформаційні зв'язки.

Прямі інформаційні зв'язки – комплексний інформаційний потік, спрямований на територіальну громаду, який стосується діяльності органів самоврядування, загальної ситуації у місті, планів і перспектив розвитку [105, с. 161].

Цей тип комунікацій має забезпечувати діяльність інформаційних служб органів самоврядування за допомогою таких *форм підготовки та оприлюднення інформації* [105, с. 161]:

- випуск і розповсюдження бюлетнів (спеціальних бюлетнів), прес-релізів, оглядів, інформаційних збірників, експрес-інформації тощо;
- проведення прес-конференцій, „круглих столів”, брифінгів, організації інтерв'ю у ЗМІ з керівниками органів місцевого самоврядування;
- забезпечення виступів у ЗМІ керівників органів місцевого самоврядування у тематичних програмах, рубриках;

– розповсюдження найважливішої інформації про діяльність органів місцевого самоврядування: річних звітів, проектів бюджету тощо за методом „у кожному поштової скриньку”.

Зворотні інформаційні зв’язки – комплексний потік інформації від територіальної громади, підприємств і установ, а також від ЗМІ – до органів місцевого самоврядування, що стосується конкретних важливих проблем, пов’язаних із функціонуванням міста, оцінкою ситуації в різних галузях життєдіяльності міста та конкретних рішень місцевої влади, рівнях їх виконання [105, с. 162].

До *зворотних зв’язків* можна зарахувати:

- звернення та пропозиції громадян;
- прямі ефіри, „гарячі лінії” у ЗМІ;
- аналіз і узагальнення інформації ЗМІ;
- система соціологічного моніторингу.

Зазначимо, що ці два типи зв’язків мають бути взаємопов’язаними і взаємозалежними, здійснюватися в комплексі. В іншому випадку інформаційна робота органів місцевого самоврядування не буде ефективною.

Уся інформація у ЗМІ, котра стосується міста, поділяється на *два тематичні класи*:

- проблеми;
- галузі.

Далі вона оцінюється за такими *параметрами* [105, с. 163]:

- кількість згадок за тиждень у кожному зі ЗМІ та в усіх загалом за кожним пунктом тематичного класу;
- інтенсивність висвітлення теми в ЗМІ;
- рівень донесення (з урахуванням аудиторії кожного ЗМІ);
- спрямованість донесеної інформації (позитивна, негативна, нейтральна).

Вхідну інформацію вносять у комп'ютерно-інформаційну систему, за допомогою якої вона аналізується й узагальнюється. У результаті дані стають або самостійним об'єктом вивчення взаємозв'язку органів місцевого самоврядування і громади, або ж елементом системи соціологічного моніторингу.

Для ухвалення рішень місцевим органам влади потрібно знати громадську думку й адекватно прогнозувати реакцію населення на зміну ситуації та дії центрального та місцевого керівництва.

В Україні, в якій тривалий час процвітала дезінформація, складно швидко створити надійні інформаційні основи для налагодження довірливих взаємозв'язків: *місцеві органи самоврядування – населення територіальних громад – місцеві органи самоврядування*. Адже Україна досі є однією з небагатьох європейських держав, де засновниками, а отже й господарями засобів масової інформації, виступають владні структури. Найбільше владу приваблюють районні, міські, міжрайонні газети, які завжди були найближчими до читача, і сукупний тираж яких у 2,5 рази більший від усіх загальноукраїнських видань. Працюючи „на замовлення” одних політиків, представників влади, груп можновладців, журналісти виступають одночасно проти інших, поглиблюючи таким чином недовіру населення до влади. У цій ситуації органи місцевого самоврядування не є винятком [105, с. 166].

Одним із найбільш істотних *елементів впливу на громадську думку* є принцип переконання. **Теорія переконання** має безліч пояснень і інтерпретацій. Переконання зводиться до того, щоб *за допомогою поради, логічного доказу примусити іншу особу що-небудь зробити*. Сила переконливості повідомлення зростає, якщо воно стосується або містить у собі проблеми, що викликають у людей особисту зацікавленість.

Згідно з **теорією переконання М. Рея (теорія ієрархії ефектів)** [62, с. 199], існують як мінімум три основні закономірності взаємодії знань, установок і поведінки, що належать до переконання:

1. Коли особиста включеність залишається низькою і немає істотної різниці між альтернативами поведінки, тоді зміна в рівні поінформованості може безпосередньо вплинути на зміну поведінки.

2. У тому випадку, коли особиста включеність висока, але альтернативи поведінки залишаються невираженими, зміна поведінки викличе, швидше за все, зміну установки.

3. Якщо особиста включеність залишається високою й існує чітка відмінність між альтернативами, люди будуть діяти більш раціонально. По-перше, вони розбираються в проблемі. По-друге, оцінюють альтернативи. Тобто в цьому випадку вони діють відповідно до своїх установок і знань.

Вважається, що набагато легше вивчити стан громадської думки, ніж вплинути на неї. Однак *розумно складені й уміло реалізовані програми служб паблік рілейшнз при будь-якій організації, зокрема в підрозділах державної влади та органах державної влади, здатні кристалізувати установки, підсилити довіру і певним чином змінити ставлення до себе, або взагалі саму громадську думку*. При цьому потрібно дотримуватися наступних **правил**: 1) перш ніж намагатися змінити громадську думку, її слід ідентифікувати і зрозуміти; 2) необхідно чітко визначити цільові групи громадськості; 3) фахівці сфери зв'язків із громадськістю в центрі уваги повинні тримати „закони” формування громадської думки, якими б аморфними ці закони не були.

Відомий американський фахівець із паблік рілейшнз, соціальний психолог **Х. Кентріл** сформулював наступні **15 „законів” громадської думки** [62, с. 199]:

1. Громадська думка надзвичайна чутлива до значних подій.

2. Незвично привабливі за силою події здатні на певний час штовхнути громадську думку з одних крайнощів до інших. Громадська думка не стабілізується доти, доки значення наслідків подій не стане зрозумілим.

3. Громадська думка, як правило, швидше формується під впливом подій, ніж слів, у всякому випадку допоки усні заяви як такі не будуть значення „події”.

4. Усні заяви і словесні формулювання з приводу політичного курсу здобувають максимальну вагу тоді, коли думка ще не сформована й люди очікують їхньої інтерпретації з боку джерела, що заслуговує на довіру.

5. Громадська думка в більшості випадків не передбачає критичних ситуацій – вона лише реагує на них.

6. З психологічної точки зору громадська думка детермінована головним чином корисливими інтересами людей. Події, слова і будь-які інші стимули впливають на думку настільки, наскільки очевидний їхній зв'язок з особистим інтересом.

7. Громадська думка не буде довгий час перебувати в збудженому стані, якщо люди не відчують, що це торкається їхніх власних інтересів, або ж думка, пробуджена словесно, не підтвердиться розвитком подій.

8. Оскільки зачіпаються корисливі інтереси людей, громадську думку не так легко змінити.

9. Коли зачіпаються корисливі інтереси, у демократичному суспільстві з боку громадської думки можна чекати випередження практичних дій офіційних органів.

10. Якщо думка розділяється незначною більшістю людей або ж вона ще суттєво не структурована, тоді факт, що відбувся, може схилити громадську думку до його схвалення.

11. У критичних ситуаціях люди стають прискіпливими, оцінюючи компетентність свого керівництва: якщо вони йому довіряють, то готові надати керівництву повноваження, що перевищують звичайні; якщо ж вони йому відмовляють у довірі, то стають менш толерантними.

12. Опір на рішучі заходи, що вживає керівництво, набагато слабкіший тоді, коли люди відчувають, що і вони якоюсь мірою беруть участь в ухваленні рішень.

13. У людей набагато більше думок і вище готовність висловлювати їх із приводу висунутих цілей, а не методів, необхідних для досягнення цих цілей.

14. Громадська думка, так само як і особиста думка, завжди емоційно пофарбована. Якщо громадська думка базується головним чином на емоціях, у такому випадку вона готова до особливо різких змін під впливом подій.

15. У цілому, якщо громадяни демократичного суспільства мають можливість отримувати освіту й користуються широким доступом до інформації, то громадській думці властиві тверезість і здоровий глузд. Чим більше люди розбираються у власних перевагах, створюваних подіях і запропонованих їм проектах, тим швидше схильні вони погодитися з більш об'єктивними думками реалістично мислячих фахівців [62, с. 201].

Узагальнюючи вищезазначені закони формування громадської думки, можна дійти до таких висновків: по-перше, на громадську думку впливають насамперед події; по-друге, типовою зворотною реакцією громадської думки є вимога діяти; по-третє, щоб вплинути на людей,

завжди потрібно брати до уваги їх власні інтереси; по-четверте, вимоги до керівництва, не завжди об'єктивні і самокритичні; по-п'яте, завжди важко визначити надійність оцінки стану громадської думки [62, с. 202].

Отже, обираючи на основі демократичних процедур легітимні владні структури, громадяни мають право знати про діяльність своїх обранців, яким вони довірили владу. Центральні та місцеві органи влади набагато більше, ніж будь-які інші сфери, потребують організованої та налагодженої діяльності PR-служб, тому що неінформовані виборці не можуть сприяти розвитку демократії. Крім того, говорити про створення загальної системи PR у державних установах поки ще зарано, оскільки ми не маємо повної згоди між гілками влади, а рейтинг довіри до влади безпосередньо пов'язаний з ефективністю роботи і з відкритістю органів місцевого самоврядування і державного управління для громадськості.

5.2. ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ МІСЦЕВИХ ДЕРЖАВНИХ АДМІНІСТРАЦІЙ В УКРАЇНІ. МІСЦЕВІ ЧИНОВНИКИ У ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ ВЛАДИ

Проблеми управління у сфері державної служби України наразі є нагальними і потребують для свого вирішення професійних управлінців, здатних у сучасних умовах розвитку держави і суспільства виявляти складні та суперечливі проблеми, прогнозувати їхні можливі наслідки, а також знаходити нові шляхи вирішення цих проблем. Актуальним є й питання формування позитивного іміджу державного службовця в контексті важливості реформування державної системи влади, а також взаємодії органів державної влади з громадянським суспільством. Тому без ефективної державної служби неможливі зміцнення

державної влади та захист загальнонаціональних інтересів, а також динамічний соціально-економічний розвиток країни.

Оскільки *предметною областю державної служби є суспільні відносини*, відповідно їхня складна система реалізується в різних *напрямках*: між державними службовцями і державою; між державними службовцями і громадянським суспільством; між самими державними службовцями з урахуванням структурних і ієрархічних зв'язків; між конкретними державними службовцями (посадовими особами) і конкретними громадянами.

Професійна діяльність державних службовців, таким чином, є суспільно значущою: вони персоніфікують державу, постаючи представниками і носіями реальної влади, які допомагають або перешкоджають реалізації потреб та інтересів громадян. Тому оцінка професійної діяльності чиновників носить комплексний характер, що поєднує як оцінку результатів своєї діяльності самими суб'єктами, так і оцінку результату їх діяльності в суспільстві.

Суб'єктивні оцінки ефективності державної служби та державного управління базуються на основі особливостей сприйняття характеру взаємин між суспільством і владою, іміджу державних службовців, що склався в масовій свідомості. Особистий досвід взаємодії громадян з конкретними чиновниками нерідко узагальнюється в уявленні про державних службовців, їхній імідж у цілому. У повсякденній свідомості насамперед моральні якості державних службовців визначають оцінку роботи державного органа влади і управління.

Теоретико-методологічні засади дослідження проблеми формування іміджу влади містяться у працях В. Зазикіна, І. Кузьміна, В. Шепеля, О. Єгорової-Гантман, О. Гордєєва, О. Акімова, В. Бебика, В. Куйбіди, Г. Почепцова, В. Королька; особливостям професіоналізму в держав-

ному управлінні присвячені праці Г. Атаманчука, К. Крайнової; управлінська та соціально-політична роль бюрократії висвітлюється в працях М. Вебера, Т. Парсонса, М. Джиласа, Б. Курашвілі.

Поняття „**імідж**” у працях **В. Зазикіна**, **В. Шепеля** розглядається як *сформований у масовій свідомості і такий, що має характер стереотипу сильно емоційно пофарбований образ чого-небудь або кого-небудь* [36, с. 34; 143]. На думку **Г. Почепцова**, *побудову іміджу можна описати як комунікативне програмування, оскільки йдеться про відбір найбільш сприятливих форматів* [103, с. 40].

Як образу, **іміджу** властиві наступні **рис**: **суб'єктивність** (можливість оцінити його лише внаслідок відносин і оцінок оточуючих, виявляються в спілкуванні, діяльності, виборі); **емоційність** (комбінація бажаних і реалістичних рис); **нестійкість** (вимагає постійного підкріплення).

Відсутність адекватного підкріплення, складність значеннєвої конструкції, явна перевага бажаних (соціально схвалюваних), але не реалістичних якостей, мала емоційність сприяють зниженню довіри до суб'єкта, руйнуванню позитивного іміджу.

Імідж визначає ступінь підтримки влади суспільством, відбиває рівень довіри і ефективність діяльності державного апарата. Він фіксує ступінь відповідності дій державних органів вимогам і очікуванням конкретних соціальних груп і суспільства в цілому. Формування позитивного іміджу державної служби та державних службовців є необхідною умовою ефективного функціонування і розвитку цього соціального інституту.

Існують певні **вимоги до службової поведінки державних службовців**, які можна класифікувати за трьома різновидами:

– **установчі**, наприклад: виконувати посадові обов'язки сумлінно, на високому професійному рівні; розуміти, що визнання, дотримання і захист прав та свобод людини і громадянина визначають сенс і зміст професійної службової діяльності; здійснювати професійну службу діяльність у межах встановленої законодавством України компетенції державного органу;

– **заборонні**, наприклад: дотримуватися обмежень, встановлених законом; не робити вчинків, що ганьблять честь та гідність; не допускати конфліктних ситуацій, здатних завдати шкоди персональній репутації або авторитету державного органу;

– **рекомендаційні**: виявляти коректність у взаємодії з громадянами; дотримуватися встановлених правил публічних виступів та надання службової інформації.

Однією з головних вимог, що висувається до державного службовця під час здійснення ним своїх службових повноважень, на думку **Г. Атаманчука** [3, с. 58], є **управлінський професіоналізм**, який інтегрує в собі *три групи елементів*: а) **компетенції** (знання, вміння і навички); б) **світогляд**; в) **моральність**. Причому в їхній цілісності та взаємозв'язку.

Світогляд формує ідеали, цінності і цілі управління, моральність – технологію їх реалізації. І якщо які-небудь елементи з названих груп якостей персоналу суб'єкта влади мають негативні характеристики, то складно говорити про демократичне, раціональне та ефективне управління.

Також підставою для управлінського професіоналізму є, безумовно, *знання з певної спеціальності, у поєднанні з управлінськими знаннями*. Дуже важливими для управління є *три групи знань*. Це – *знання про суперечності розвитку природи, суспільства і мислення, оскільки це є підґрунтям для управлінського впливу*. Без урахування цих складових

неможливо здійснювати ефективне програмування та стратегічне планування.

Це – знання про взаємозв'язки, координацію, субординацію між управлінськими системами і всередині них, оскільки тільки врахування їх дозволяє щось організувати та підтримувати організованість суспільства.

Це – знання про людину, її запити, мотиви і стимули поведінки, що створює передумови для розумного регулювання її вчинків та дій, у тому числі й через різні суспільні та державні інститути [3, с. 58].

Управління походить зі **світогляду персоналу суб'єктів влади**, який містить у собі їх світосприйняття, масштаб мислення, талановитість, розуміння рушійних сил функціонування і розвитку тощо. Обмеженість орієнтирів, самовдоволення, нездатність порівнювати негативно впливають на управління. Світогляд визначає **управлінське мислення**, яке за своїми параметрами покликане бути: **критично-аналітичним** (бачити недоліки, відсталість), **творчо-пошуковим** (різноманітним), **фактологічно обґрунтованим** (відповідати об'єктивності), **доказовим** (аргументованим), **стратегічного розмаху** (у часі й просторі), **відповідальним за висновки, оцінки і ухвалені рішення, переконливим**.

Втілення змісту влади за допомогою управління призводить до того, що всі його параметри та їх практична реалізованість цілком залежать від моральності мислення, поведінки і дії персоналу суб'єктів влади. **Моральність** містить у собі *внутрішньо спонукальні мотиви, цінності, норми та установки, якими людина щиро (без примусу та гри на публіку) керується*. Особливо актуальним тут виявляється ставлення до родини та Батьківщини.

Будь-яка управлінська система складається загалом з двох підсистем: одна – незначна за обсягом, але така, що все вирішує: **суб'єкт**

влади; інша – це **люди**, які створюють у цій системі товари, послуги, інформацію, здатні задовольняти певні особистісні, колективні або суспільні потреби (приватні або публічні запити) – **керовані об'єкти**. Спільно вони формують *капітал*, який має кожна конкретна управлінська система. Управлінський професіоналізм суб'єктів влади в цьому випадку саме й виявляється в тому, 1) як він організує, ресурсно забезпечує та стимулює функціонування керованих об'єктів і 2) як розподіляє та використовує створюваний управлінський системний капітал [3, с. 60]. Загалом можна сказати, що *стан, потенціал, перспективи управлінської системи визначаються тим, наскільки її суб'єкт влади здатний управляти (максимально спрямовуючи на її розвиток ресурси), а потім раціонально інвестувати зростаючий капітал – результат взаємодії суб'єкта влади і керованих об'єктів*. Якщо цього не відбувається, тоді в державі спостерігаються процеси збагачення суб'єктів влади і посилення зубожіння керованих об'єктів влади, в країні виникає і посилюється стан кризи.

Наразі в масовій свідомості українських громадян склався переважно негативний імідж суб'єктів влади різного рівня. Про це свідчать і дані чисельних соціологічних опитувань, зокрема результати дослідження проведеного соціологічною службою Центру Разумкова з 1 до 6 березня 2013 року. Було опитано 2010 респондентів віком від 18 років у 132 населених пунктах. Похибка вибірки не перевищує 2,3 %. Так, на питання „чи підтримуєте Ви діяльність Уряду України?” (динаміка, 2000–2013 рр.) – 52,4 % респондентів відповіли, що не підтримують діяльність Уряду України. Підтримують окремі заходи – 34,2 %, повністю підтримують – 8 % громадян [120].

На питання „чи підтримуєте ви діяльність органів місцевого самоврядування?” (динаміка, 2006–2013 рр.) респонденти відповіли наступ-

ним чином: повністю підтримують – 12,1 %, підтримують окремі заходи – 44,7 %, не підтримують – 32 % [121].

Слід згадати й про дослідження громадської думки щодо стану корупції в органах державної влади України. Це дослідження знов-таки проводилося соціологічною службою Центру Разумкова з 30 вересня до 8 жовтня 2013 року. Було опитано 2010 респондентів віком від 18 років у 137 населених пунктах. Похибка вибірки не перевищує 2,3 %. Отже, на питання „якою мірою поширена корупція в кожній із наведених сфер?” було отримано наступні результати. Державна влада в цілому: все охоплено корупцією – 44,9 %, корупція досить поширена – 37,4 %, корупції практично немає – 1,1 % [122]. На питання „чи почуваетесь Ви господарем своєї держави?” (динаміка, 2005–2012 рр.) станом на серпень 2012 року респонденти відповіли: так – 17,1 %, ні – 72 %. Це дослідження було проведене соціологічною службою Центру Разумкова спільно з Фондом „Демократичні ініціативи” ім. Ілька Кучеріва з 10 до 15 серпня 2012 року. Опитано 2009 респондентів віком від 18 років у всіх регіонах України. Теоретична похибка вибірки – 2,3 % [119].

Вочевидь, що підґрунтя негативного оцінювання моральних якостей державних службовців населенням становлять переслідування ними цілей, що не відносяться до інтересів ні державної служби, ні населення, а також прояв зневаги до людей, що звертаються до органів державної влади і управління. Цілі і установки державної служби не завжди відповідають життєвим принципам керівника у зв'язку з їхньою низькою мотивацією і орієнтацією не на зміст праці, а на одержання високого соціального статусу, владних повноважень, матеріального добробуту та соціальної захищеності при здобутті відповідної посади.

Державні службовці об'єктивно наділені владою і повноваженнями, але державна служба не є привілеєм. Реалізація професійних обов'язків державними службовцями пов'язана з обов'язками та обмеженнями (наприклад, право на критику, підприємницьку діяльність, виборчі права), твердою самодисципліною і відповідальністю. Це зумовлено тим, що етичні норми державного службовця є більш суворими, ніж моральні норми інших громадян.

Для державної служби традиційними є наступні складові: інтенсивність трудового процесу, низький рівень впливу суб'єктів праці на його процес, обмеженість у виборі засобів діяльності, наявний часовий та інформаційний дефіцит для ухвалення відповідальних рішень, високий рівень відповідальності за ухвалені рішення, перенасичення вимушеним спілкуванням, недостатня винагорода. Тому окремі дорікання щодо діяльності державних службовців можна пояснити їхньою схильністю до професійного психічного вигорання.

Виявлені особливості не виправдовують не гідну професійну поведінку державних службовців, але привертають увагу до організації їхньої праці. Також слід зазначити, що реальний образ може бути диференційованим, порівняно з узагальненим негативним іміджем, що склався в масовій свідомості. Очевидними є протиріччя між особистісними якостями реальних державних службовців та очікуваннями, які висувуються до них суспільством, що може дискредитувати будь-які наміри влади і підірвати довіру до неї.

Закордонний досвід реформування державного апарату доводить, що успішність реалізації нормативно-правових, організаційно-управлінських і кадрових заходів залежить безпосередньо від організаційної культури державної служби та від формування позитивного образу державного службовця.

При формуванні позитивного іміджу рекомендується звертати увагу й на висвітлення в засобах масової комунікації **об'єктивних успіхів**, що досягнуті державними службовцями. Це слід визнати більш дієвим засобом, ніж спробу повного викорінення негативних оцінок відносно чиновників. Зазначені заходи можуть сприяти підвищенню зацікавленості громадян, їхній більшій поінформованості щодо особливостей професійної діяльності державних службовців, підвищенню їхнього авторитету і довіри до влади в цілому.

Однією з функцій політичного управління є **налагодження ефективних, стійких комунікацій**. Керування комунікацією дозволяє учасникам політичного процесу розбудовувати сильні сторони і нейтралізувати слабкі. В результаті комунікативної взаємодії одержана в процесі зворотного зв'язку інформація дозволяє корегувати політичний курс і дає уявлення про громадську думку з локальних питань.

Результатом ефективного політичного управління є досягнення консенсусу, вироблення спільного рішення щодо проблеми, реалізація політичної волі. На думку **Ю. Хабермаса**, під **критеріями ефективності управління** слід розуміти **відкритість і публічність політичної комунікації**, що припускає участь усіх суб'єктів політичного процесу [137, с. 43–63]. **О. Шабров** відзначає, що в епоху ускладнення соціальної структури і впровадження інформаційних технологій ефективність політичного управління багато в чому полягає в можливості прямого, безпосереднього спілкування між керуючим і керованими [140, с. 4–9].

Крім того, постає ще одна важлива **проблема** в контексті відкритості і публічності політичної комунікації, а саме: **з якою метою влада має намір розбудовувати комунікації діалогового типу? Показати відкритість або перспективно розбудовувати громадські зв'язки?**

Істотна різниця полягає в тому, що імітація комунікативних майданчиків під політичні проекти вирішує лише короткострокові завдання і часто зумовлена персоніфікацією політичного процесу, рішення ухвалюються імпульсивно та без урахування наслідків у середньо- і довгостроковій перспективі; в той же час **створення стабільних і регулярних двосторонніх комунікацій дозволить владі не просто бути забезпеченою громадською підтримкою, але одержувати експертні, інноваційні ідеї, спрямовані на підвищення ефективності політичного управління.** Останнім часом усе більше в суспільстві зростає запит на відкрити владу і прозору систему виборів, на делегування владою повноважень щодо координації та управління суспільними процесами. Розкривається конфлікт між бажанням влади „закритися” однобічними комунікаціями й прагненням громадських структур до участі в діалозі з владою, саме це є проблемною крапкою вивчення і реалізації управління політичними комунікаціями.

Отже, професійна діяльність державних службовців пов’язана з поєднанням суспільних, групових та індивідуальних інтересів. Її можна вважати різновидом управлінської діяльності, що поєднує управління процесами в різних життєвих сферах і управління людьми. Оцінка ефективності професійної діяльності державних службовців і державного управління безпосередньо пов’язана з рівнем довіри у відносинах між суспільством і владою, у формуванні якої значну роль відіграє імідж службовців, що склався в суспільній свідомості. Наразі в суспільній свідомості склався стійкий негативний імідж державного службовця; вочевидь наявний конфлікт між його образом та суб’єктивним уявленням про особистісні і професійні якості „ідеального” і „реального” чиновника. Найпоширенішими *рисами негативного образу державних службовців* є уявлення про їхній бюрократизм, корумпованість та ха-

барництво, неповажне ставлення до людей, прагнення використовувати свою роботу в корисливих цілях.

У якості **заходів щодо формування позитивного іміджу** представника влади можна виокремити **2 групи**. *Одна* – стосується підвищення ефективності діяльності державних службовців і реалізується за рахунок удосконалення методів кадрової роботи. *Друга* – пов'язана з **розробкою та спробами впровадження суворих етичних норм професійної діяльності державних службовців**, покликаних дисциплінувати їх, підвищити їхню компетентність у складних ситуаціях, пов'язаних із виконанням посадових обов'язків. Відсутність адекватного підкріплення, мала емоційна насиченість і реалістичність сприяють послабленню і руйнуванню створюваного іміджу. Тому для формування та підтримки позитивного іміджу державного службовця доцільно також використовувати різні засоби масової комунікації. Висвітлення ними особливостей діяльності, труднощів, що виникають під час вирішення завдань, об'єктивно досягнутих успіхів здатне сформуванню змістовний, реалістичний образ державних службовців, зміцнити їх авторитет, підвищити довіру суспільства до влади та держави.

5.3. РОЛЬОВА УЧАСТЬ ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ У ПРОЦЕСАХ ПОЛІТИЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Термін „глобалізація” почав використовуватися ще на початку 1980-х рр. Т. Левігом, Дж. Макліном, Р. Робертсоном та іншими американськими дослідниками, які вивчали транснаціональний характер економічних процесів. Після опублікування в 1990 р. книги японського економіста К. Омає „Світ без кордонів” термін „глобалізація” набув значного поширення.

У науковців немає єдиної думки щодо трактування природи і наслідків глобалізації, однак майже всі аналітики наголошують на проблемі цілісності сучасного світоустрою, перспективах загальнопланетарної універсалізації знань, культурних цінностей, виробничих і політико-правових форм. Фундаментальною основою глобалізації вважається **революція в засобах комунікації, зв'язку, інформації**, що радикально змінила характер інтелектуальної, культурної й технологічної взаємодії, та спричинила безпрецедентну соціокультурну взаємозалежність окремих країн і народів.

Технології **public relations** *перетворили політичний процес на зразок віртуального політичного ринку, де „продаються” і „купуються” образи політиків, партій, програм та подій.* Політичні іміджі, створювані рейтинг- й іміджмейкерами, поступово перетворюються з „передвиборчого” товару на постійний елемент владних відносин. З їхньою допомогою симулюються різні компоненти політичних практик. Усі основні інститути представницької демократії – парламентаризм, поділ влади, багатопартійність, конкурентний політичний процес – витісняються інтегрованим віртуальним середовищем, перенасиченим маркетинговими образами й різноманітними „ресурсами”.

Політична глобалізація виявляється в *поглибленні міжнародного співробітництва, створенні впливових міжнародних урядових і громадських організацій, формуванні єдиного правового простору, становленні інтегративної ідеології.*

Теорія політичної глобалізації розглядає загальносвітовий політичний процес як сукупність регіональних процесів, спрямованих на становлення всесвітньої системи політичного управління. Прихильники цієї теорії стверджують, що подібно до того, як близько чотирьох тисячоріч тому назад сформувався інститут держави, зараз відбувається формування глобальної системи владних відносин.

Супротивники глобалізації стверджують, що внаслідок асиметрії – нерівномірності розвитку регіонів – „новий світовий лад” виявиться системою панування одних країн і народів над іншими. На їхню думку, світовий розвиток повинен бути заснований на поступовій та рівноправній інтеграції країн і регіонів, а не на політичній і економічній експансії країн „золотого мільярду”.

Ідея глобального мислення припускає можливість приєднання (через ілюзію особистої участі) до подій, що відбуваються за тисячі кілометрів, а також можливість виникнення почуття особистої відповідальності за ці події. Домінуючий у глобальному інформаційному суспільстві дискурс заохочує, стимулює ілюзії співучасті й засуджує зворотне – **відстороненість від того, що відбувається в інших країнах**, небажання в це втручатися, пасивність, ізоляціонізм. **„Відповідальність кожного за чужі долі”** стає загальноприйнятною нормою соціальної поведінки, **прагнення „змінити світ на краще”** подається ЗМІ – і сприймається аудиторією! – як благо для суспільства в цілому. Така „активна громадська позиція” означає неможливість триматися осторонь від важливих подій, що відбуваються в глобальному світі. **„Синдром відповідальності за чужі долі”** є важливим предметом **„ідеологічного експорту”, інструментом інформаційно-психологічного впливу** [26]. За допомогою глобальних медіа можна впровадити цей синдром у якості „природного атрибута” навіть у ті культури, яким він не був властивий.

З одного боку, **почуттям „глобальної відповідальності”** можна маніпулювати, спрямовуючи його в потрібному напрямку, з іншого боку – ідея загальної й взаємної причетності постає ефективним інструментом маніпуляції. З її допомогою простіше привчити аудиторію до думки про те, що події, які відбуваються в іншій півкулі, стосу-

ються її не менше або навіть більше, ніж ті, що відбуваються у власній країні. Використовуючи включеність людини в глобальне інформаційне суспільство, джерела влади разом із медіа керують увагою громадян, маніпулюють порядком денним, відволікають людину від одних проблем і, перемикаючи на інші, подають одні питання менш значними і вартими обговорення, ніж інші – „дійсно важливі”.

Сьогодні є все у користуванні аудиторії: є величезна й складна комунікаційна інфраструктура, елементами якої є *фахівці та технічні засоби*. В результаті людина відчуває на собі вплив величезної кількості повідомлень у вигляді образів, звуків і тексту, які містять – не завжди очевидні, проте засвоювані – установки, оцінки й нормативні судження, що формують не тільки наше сприйняття оточуючої дійсності, але й ставлення до неї.

Найчастіше, повідомлення, отримане через медіа, не містить жодної фактичної інформації про подію, проте несе в собі її оцінку, зумовлюючи наше ставлення до неї ще до того, як глядач довідається подробиці й одержить можливість зробити самостійні висновки. *Кінцевою метою політичної інформації* є не інформування та передача нейтральних відомостей, а **формування певного ставлення аудиторії до тієї або іншої ідеї, особистості, події, факту.**

Змінюються і переоцінюються самі функції медіа. Для формування „іншої реальності” викладу об’єктивних фактів не потрібно. Потрібна **інтерпретація** [26]. Найефективнішим засобом формування ставлення є використання в повідомленнях **стереотипів**. Останні являють собою *стійкі та спрощені образи соціальних об’єктів, подій, явищ, що складаються в умовах дефіциту інформації, як результат узагальнення особистого досвіду та уявлень, визнаних у суспільстві.*

Аналогічно використовуються **ярлики і мовні кліше**, а також **міфи, архетипічні образи, сюжети з „героїчного минулого” нації** та усі ті елементи культурної й когнітивної сфери, які зачіпають пристрасті і страхи – ірраціональні, підсвідомі сторони людської психіки.

Стереотип, образ, оцінка, міф рятують читача від зайвих запитань, а автора – від надмірних пояснень. **Коли потрібно сказати коротко – потрібно говорити образами.** Оцінка будь-якого явища, отримана з авторитетного джерела, заощаджує час і сили на вироблення власної позиції щодо певного питання.

Глобальний інформаційний простір надає необхідні можливості для здійснення політичного впливу в масштабі світу. Цей простір неоднорідний, характеризується складною структурою, великою кількістю факторів і низькою передбачуваністю процесів. Це накладає обмеження на ефективність довгострокового планування й здійснення в ньому цілеспрямованих дій.

Виокремлюють **шість основних груп учасників (суб'єктів) сучасного глобального інформаційного простору** [26]. Насамперед це **держави**. Вони головні учасники й ініціатори політичної комунікації, дії яких найчастіше постають предметом громадських дискусій. **Цілі держав** – здійснення влади всередині та політичного впливу поза своїми межами, контроль і керування соціальними процесами, поширення ідеології і забезпечення підтримки різними соціальними групами офіційних рішень у сфері внутрішньої й зовнішньої політики.

Методи держав – пропаганда, „соціальна” (некомерційна) реклама, ініціювання публічного обговорення обраних тем, контроль за медіавнаслідком розміщення кадрів, ліцензування, розподілу теле- і радіочастот, цензури.

Канали впливу держав – практично *всі можливі медіа*, при цьому перевага надається найбільш масовим: *телебаченню, радіо, друку*. **Переваги держав** полягають у тому, що в їхньому користуванні перебувають *необмежені матеріальні й людські ресурси, адміністративний і репресивний апарат*. Найважливіше: держава виявляє ініціативу й має переважне право у встановленні „*правил гри*”, формуванні обмежувальних умов діяльності медіа, соціальних інститутів й інших учасників інформаційного суспільства.

Слабкі сторони держави – недовіра, упередження, критичне ставлення аудиторії до офіційної пропаганди, консерватизм, дотримання перевірених методів, уповільнена реакція на соціальні зміни.

Інший важливий суб'єкт – **великий бізнес**. **Мета бізнесу** – *отримання комерційному прибутку*. Його **методи** – пряма і прихована реклама, лобіювання своїх інтересів у державних інститутах, інвестиційна, організаційна й управлінська участь у діяльності медіа. Глобалізація дозволяє бізнесу розширювати сфери впливу за межі державних кордонів не тільки за допомогою великих національних медіа, але й за допомогою інвестування в іноземні регіональні й локальні медіа, які в такому випадку стають ефективними провідниками інтересів своїх транснаціональних власників на своїх ринках.

Канали впливу – в основному *масові медіа*. Однак у порівнянні з державою бізнес більше прихильний до експериментів, використання нових медіа, нестандартних каналів комунікації для цілеспрямованої взаємодії з різними сегментами аудиторії. **Переваги бізнесу** – значні ресурси, близькість до офіційних кіл з можливістю використання адміністративних важелів. **Слабкі сторони** – недовіра й критична ставлення аудиторії до реклами; залежність бізнесу від політичної влади й ринкової кон'юнктури.

Транснаціональні медіа-корпорації теж відіграють величезну роль в інформаційному просторі. Їхня основна **функція** – *посередництво між джерелом інформації й аудиторією*. Однак жоден посередник не здатний передати інформацію без викривлень. *Медіа являють собою професійні співтовариства зі стійкою корпоративною культурою, що переслідують свої комерційні й інші інтереси, – усе це знаходить висвітлення в змісті медіа-повідомлень і способі їх подання.*

Оскільки за винятком деяких державних засобів інформації медіа є комерційними організаціями, їх **головною метою** також є **одержання прибутку**. Найбільша частина великих світових медіа-конгломератів зареєстрована в США: „CBS Corporation”, „Comcast Corporation”, „Hearst Corporation”, „News Corporation”, „Sun-Times”, „Time Warner”, „Viacom”, „The Walt Disney Company”.

Конкуренцію американцям на глобальному і локальних ринках складають „Bertelsmann” (Німеччина), „Grupo PRISA” (Іспанія), „Fininvest” (Італія, власник С. Берлусконі), „Canwest Global” (Канада), „Grupo Televisa” (Мексика), „Schibsted” (Норвегія), „Vivendi” і „Lagarde’re Media” (Франція), „Bonnier Group” (Швеція), „Sony” (Японія).

Методами досягнення комерційного успіху на медіа-ринку є підвищення популярності медіа, розширення лояльної аудиторії, залучення рекламодавців, диверсифікованість бізнесу й пропонованих медіа-продуктів. **Канали медіа** не обмежуються *традиційними*. **Інтернет** є сьогодні основним або супутнім бізнесом практично всіх медіа-компаній. **Слабкі сторони** – залежність від держави, бізнесу, ринкової кон’юнктури та ставлення аудиторії, що позначається в різних рейтингах популярності.

До важливих суб’єктів інформаційної сфери відносяться **громадські інститути, некомерційні та неурядові організації**. „Лікарі без

кордонів”, „Репортери без кордонів”, „Фонд захисту дикої природи”, „Солдатські матері”, „Хельсінська група” і багато інших організацій, які відстоюють інтереси різних соціальних груп, займаються правозахисною, благодійною або природоохоронною діяльністю, не ведуть комерційних операцій, декларують свою незалежність від політичної влади й бізнесу. Громадські інститути самим фактом свого існування символізують у суспільній свідомості легальну можливість соціальної активності, альтернативної сталому співвідношенню політичних і економічних сил. Неурядові організації досить рідко використовують пряму рекламу в масових медіа. Проте їх дії регулярно потрапляють в об’єктиви телекамер і на перші шпальти. Одним із основних **каналів комунікації** для них є *Інтернет*, також *виставки, концерти, вуличні акції*.

Основною **перевагою** цих організацій є *серйозний кредит довіри суспільства*. Вони персоніфікують громадську волю, незалежність „від системи” і „сильних цього світу”, і тому користуються повагою і прихильністю широких соціальних прошарків. До їхніх **слабких сторін** можна віднести обмежені ресурси, залежність від зовнішніх джерел фінансування та підозри в заангажованості, необ’єктивності, виконанні замовлень з боку політичних і ділових кіл.

Суб’єктом інформаційного простору є й **транснаціональні соціальні мережі** (у тому числі *антиглобалісти, пацифісти, захисники природи, вчені, терористи, наркоторговці, работоргівці, аудіо- і відеопірати*). Це наймолодші колективні учасники глобального інформаційного простору. Від громадських інститутів вони відрізняються відсутністю формального юридичного статусу, єдиного координуючого центру, більш гнучкими умовами членства, структурою, функціональною організацією, а також тим, що більшість із них невидимі для держави й

масового суспільства. Мережі діють паралельно офіційним системам соціальних взаємозв'язків, часто *на межі законодавства або навіть порушуючи його*, практично суспільство може довідатися про їхню діяльність тільки завдяки здійснюваній ними комунікації.

Цілеспрямованому використанню соціальними мережами традиційних медіа заважає або брак засобів, або – у випадку з кримінальними співтовариствами – їх нелегальний статус. Головним і найчастіше єдиним **каналом комунікації** для них – крім *безпосереднього особистого спілкування* – є **Інтернет**.

Також сучасний розвитку соціально-політичної культури й засобів комунікації дозволяє розглядати в якості повноцінних учасників інформаційного суспільства навіть **індивідуумів**. Підключення до **Інтернету** – це все, що необхідно сьогодні для здійснення медіа-трансляції, безпосередня аудиторія якої потенційно буде містити в собі всіх користувачів всесвітньої павутини, тобто майже чверть сучасного населення Землі.

Статус суб'єкта глобального інформаційного простору та *інтерес аудиторії* до нього визначається в першу чергу його **компетентністю й цінністю наявних у нього відомостей**. При дотриманні цих умов „маленька людина” цілком може суперничати з інформантами та медіа-імперіями, особливо в ситуації *інформаційного вакууму*, нереалізованої потреби в інформації про певні події. Головним **недоліком** громадських журналістів є їхні **обмежені ресурси**. **Перевагою – довіра аудиторії**, яка пояснює світову популярність Інтернет-Щоденників, що розповідають про життя в Китаї, Ірані, на Кубі, популярність їх авторів-дисидентів, що одержують визнання міжнародного співтовариства, в тому числі у вигляді різних нагород в області журналістики, літератури, суспільної й правозахисної діяльності.

Отже, цілі учасників інформаційного простору та методи їх досягнення не збігаються й часто суперечать одне одному. Разом із тим ключовий ресурс, за який відбувається боротьба, в них один – **аудиторія**, її увага й потенційна соціально-політична й економічна активність, які у свою чергу слугують підставами для суперництва й конфліктів в інформаційному просторі.

Інформація є головним знаряддям „м'якої влади”. Цей термін можна умовно визначити як **спроможність робити політику, спосіб життя, цінності й цілі привабливими для своєї аудиторії, контрагентів, об'єктів впливу**. Арсенал „м'якої влади” містить у собі *засоби й методи впливу*, в основі яких лежить **комунікація**. *На рівні держав ці методи об'єднані в інформаційну політику*, характер якої повною мірою свідчить про ціннісні орієнтири засоби, досягнення поставлених цілей, властивих даному політичному режиму й суспільству в цілому.

У світі існують **дві основні інформаційні державні стратегії**, що різняться за спрямованістю зусиль. **Експансивна (екстравертна) стратегія**, характерна для розвинутих країн і спрямована на використання зовнішніх ресурсів для вирішення своїх завдань. Також застосовується і **герметична (інтровертна) стратегія**, в основі якої міститься ідея розвитку за рахунок консолідації внутрішніх ресурсів, у тому числі ціною самоізоляції й самовідмежування від зовнішнього світу. Ця модель використовується такими країнами як Китай, Куба, Північна Корея.

Зазвичай інформаційні стратегії держав є комбінацію цих моделей. Баланс між внутрішньою й зовнішньою спрямованістю може змінюватися залежно від конкретних обставин і тактичних завдань. Проте перевага в державній політиці однієї або іншої тенденції є досить стійкою, оскільки зумовлюється сталою політичною культурою та іншими макро-факторами (релігійними, національними, геополітич-

ними особливостями). Відповідні дії суб'єктів в інформаційній сфері, як правило, випереджають їхні активні кроки у внутрішній і зовнішній політиці, економіці і т. д. Жодне значне рішення сьогодні не виключає медіа-підготовку.

Якщо оцінювати принципову **ефективність двох моделей** у довгостроковій перспективі, то слід визнати, що **відкрита система, що підтримує активний двосторонній обмін інформацією з навколишнім світом, більш стійка, швидше адаптується до умов, легше долає внутрішні кризи**. Крім того, в умовах інформаційного суспільства (само-) виключення держав і соціальних груп зі світових інформаційних процесів перешкоджає залученню ними додаткових ресурсів і тому окреслює межі їх зростання. При всіх можливих мінусах, активна інформаційна політика в глобальному просторі в перспективі є найбільш вигранною стратегією. *Від ефективного управління інформацією в остаточному підсумку прямо залежить політична, економічна, військова й соціальна безпека держави.*

Головними політично значущими елементами глобального інформаційного простору є повідомлення про закордонну подію і повідомлення про те, як за кордоном оцінюють події у власній країні. Велике значення для сприйняття повідомлення й ступеня його впливу має **правильний вибір каналу його передачі** – починаючи з визначення найбільш придатного типу медіа (ТВ, преса, Інтернет) і закінчуючи вибором конкретного видання, телеканалу, часу виходу в ефір.

Головним жанром міжнародної інформації є новини. Набір новин („порядок денний”), стрічки міжнародних новин є інструментом маніпулювання. *Перш ніж читач або глядач потрапить під вплив образів, змістів, метафор і установок, медіа вирішують за нього, що він довідається, а про що йому знати „не варто”*. Набір новин

формує картину світу. *Складання стрічки новин* є одним з найефективніших методів керування інформацією з тієї причини, що пропонує *свідомо обмежений вибір з певних подій, фактів, оцінок і думок, що пройшли попереднє відсіювання*. Думки аудиторії можуть розділитися, сторони можуть займати протилежні позиції – але лише в межах, заданих порядком денним.

Закономірним продовженням і розвитком жанру новин є політичний коментар – тепер уже *відвертий й неприхований суб'єктивний погляд, на те, що відбувається, поєднує тенденційний добір фактів з їхньою творчою інтерпретацією з метою переконання аудиторії, маніпулювання її думкою й діями*. Політичний коментар сприяв появі особливої професійної категорії у світі медіа – **політичний аналітик**. Популярним різновидом жанру коментаря стали *політичні шоу*, основне призначення яких полягає саме в поясненні, інтерпретації, переказі змісту новин у потрібному контексті й в інтересах замовника. *Більшість політичних телешоу є псевдоаналітичними*, по суті пропагандистськими програмами. Вони не інформують, а переконують, не залишають можливості для інтелектуального маневру й незалежного рішення, але пропонують відповіді в готовому вигляді.

Третім важливим жанром політичної інформації є публіцистика та документальне/репортажне кіно. Комбінація гострої політичної проблематики, зовнішньої достовірності та об'єктивності викладу з технологіями, що використовуються в художньому кінематографі, дає дуже потужний ефект. *Межа між репортажним і художнім кіно все більше зникає*, що позначається на зростаючій силі впливу стрічок, знятих журналістами на актуальні теми. Жодна значна подія – від війни й президентських виборів до корупційного або шпигунського скандалу – не обходиться без такого кіно.

Отже, підсумовуючи все вищезазначене, можемо стверджувати, що суперечності розвитку глобального інформаційного простору є закономірними й відбивають стан сучасного суспільства.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОДІАГНОСТИКИ:

1. У чому полягає завдання створення позитивної репутації державних структур і які існують перешкоди цьому?
2. Розкрийте особливості яломітської моделі інформаційної діяльності органів місцевого самоврядування. Чим ця модель може бути корисною для України?
3. Розкрийте сутність теорії переконання М. Рея.
4. Розкрийте сутність 15 „законів” громадської думки.
5. Проаналізуйте особливості формування іміджу місцевих державних адміністрацій в Україні.
6. Як на імідж влади впливають місцеві чиновники?
7. Які ви знаєте риси іміджу?
8. Охарактеризуйте вимоги до службової поведінки державних службовців. Що означає управлінський професіоналізм?
9. Розкрийте особливості рольової участі паблік рілейшнз у процесах політичної глобалізації.
10. Назвіть шість основних груп учасників сучасного глобального інформаційного простору.
11. Що таке „м’яка влада”?
12. Які ви знаєте основні інформаційні державні стратегії?

ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ:

1. Комплексний інформаційний потік, спрямований на територіальну громаду, який стосується діяльності органів самоврядування, загальної ситуації у місті, планів і перспектив розвитку:

а) прями інформаційні зв'язки; б) зворотні інформаційні зв'язки; в) пропаганда; г) агітація.

2. Знайдіть хибну відповідь. До зворотніх інформаційних зв'язків можна зарахувати:

а) звернення та пропозиції громадян; б) прями ефіри, „гарячі лінії” у ЗМІ; в) система соціологічного моніторингу; г) реверс.

3. Розкрийте сутність теорії переконання М. Рея.

4. Хто сформулював 15 „законів” громадської думки?

а) Х. Кентріл; б) Д. Істон; в) М. Рей; г) Т. Парсонс.

5. Сформований у масовій свідомості і такий, що має характер стереотипу сильно емоційно пофарбований образ чого-небудь або кого-небудь:

а) імідж; б) установка; в) міф; г) ярлик.

6. Знайдіть хибну відповідь. До рис іміджу відноситься:

а) суб'єктивність; б) емоційність; в) нестійкість; г) прогнозованість.

7. До вимог щодо службової поведінки державних службовців не відносяться:

а) установчі; б) заборонні; в) рекомендаційні; г) ініціативні.

8. До управлінського професіоналізму не відноситься:

а) компетенція; б) світогляд; в) моральність; г) кар'єризм.

9. Стійкі та спрощені образи соціальних об'єктів, подій, явищ, що складаються в умовах дефіциту інформації, як результат узагальнення особистого досвіду та уявлень, визнаних у суспільстві – це:

а) переконання; б) упередження; в) стереотипи; г) норми.

10. Хто не відноситься до основних груп учасників сучасного глобального інформаційного простору?

а) держава; б) великий бізнес; в) транснаціональні медіа-корпорації; г) Інтернет.

11. Інформаційна державна стратегія, характерна для розвинутих країн і спрямована на використання зовнішніх ресурсів для вирішення своїх завдань:

а) експансивна; б) інтровертна; в) геополітична; г) протекціоністська.

Підрозділ 6

СТРАТЕГІЯ І ТАКТИКА ПЕРЕГОВОРІВ У ДЕРЖАВНОМУ УПРАВЛІННІ

Ключові поняття: *переговори, конфліктні відносини, конфліктна ситуація, співробітництво, переговорний процес, „маскувальні” переговори.*

6.1. СУТНІСТЬ І ЗАВДАННЯ ПЕРЕГОВОРІВ

Переговори мають настільки ж давню історію як війни та посередництво. Цей інструмент використовувався для врегулювання конфліктів ще задовго до появи правових процедур. Однак те, як ведуться переговори – їхня технологія, довгий час залишалося без уваги. Тільки в другій половині ХХ сторіччя переговори перетворилися на об'єкт широкого наукового аналізу, що зумовлено, насамперед, тією роллю, яку почали відігравати переговори в сучасному світі.

Варто зауважити, що *намір вести переговори особливо в стані конфлікту дуже важливий, по суті це перехід від конфліктної ситуації до ситуації переговорів.*

Переговірний процес **в умовах конфліктних відносин досить складний і має свою специфіку.** На відміну від переговорів, що ведуться в межах співробітництва, він, *по-перше*, покладає на учасників *особливу відповідальність за ухвалені рішення*, багаторазово збільшуючи „ціну помилки”. Несвоєчасне або неправильне рішення, ухвалене на переговорах, часто спричиняє продовження або навіть посилення конфлікту з усіма наслідками, що звідси випливають. *При співробітництві*

помилка також може коштувати дорого, але за умов довіри сторін виправити її все-таки легше. По-друге, при співробітництві учасники переговорів будують нові відносини, що дозволяє їм одержати якийсь новий продукт. Їх мета полягає в тому, щоб домовитися про „внесок” кожного, а також про організацію взаємодії та розподілу отриманого. Інакше ставиться завдання *в конфлікті*, де основний акцент робиться зазвичай на розподілі або перерозподілі наявних ресурсів. Тому ситуація на переговорах, що ведуться із врегулювання конфлікту, виявляється подібною до ситуації з нульовою сумою. В результаті всі переговори в умовах конфлікту майже схожі один на одного тим, що на них лунають погрози, ультиматуми, а поведінка сторін є „непоступливою” – вони орієнтовані на просування, посилення своєї позиції.

Переговори за умов конфлікту, як правило, виявляються більш успішними, якщо:

- предмет конфлікту чітко визначений;
- сторони уникають використовувати погрози;
- учасники намагаються відійти від розгляду конфлікту як ситуації з нульовою сумою;
- відносини сторін не зводяться тільки до врегулювання конфлікту, а охоплюють багато областей, де інтереси сторін збігаються;
- ставки учасників не занадто високі;
- сили сторін приблизно рівні;
- обговорюється не занадто велика кількість питань (одні питання не „гальмують” вирішення інших).

Незважаючи на відмінність переговорів, що ведуться в умовах співробітництва та конфлікту, між ними є спільні моменти, які відрізняють будь-які переговори від інших видів взаємодії й, по суті, роблять пере-

говори саме переговорами. Ігнорування цих моментів веде або до зриву переговорів, або до перетворення їх на інший різновид взаємодії.

Однією з найважливіших **особливостей переговорів** є те, що ***інтереси сторін частково збігаються, а частково розходяться***. При повній розбіжності інтересів спостерігаються конкуренція, змагання, протиборство, конфронтація й, нарешті, війни, хоча, навіть у війнах у сторін є спільні інтереси. Проте за явного збігу інтересів або за явної їх розбіжності ми маємо справу з іншими різновидами взаємодії сторін – співробітництвом або конфліктом, які й будуються інакше.

Переговори в принципі можуть проводитись, що зазвичай спостерігається на практиці, ***з позиції сили***, коли один з учасників диктує свої умови іншому й використовує різні методи примусу. Однак за наявності спільних і протилежних інтересів сторін, *у випадку яскраво вираженого силового диктату, переговори перестають бути переговорами, поступаючи місцем конфлікту*.

В умовах конфлікту інтереси суперечать одне одному, крім того, в ситуації конфлікту розбіжність інтересів більша й глибша, ніж за умов співробітництва. Принаймні, сторони так сприймають співвідношення своїх інтересів. Під час переговорів оцінка співвідношення інтересів учасниками конфлікту може змінюватися.

Складний перетин інтересів і неможливість реалізувати їх поодиноці, шляхом однобічних дій робить ***учасників переговорів взаємозалежними***. Це є ще одна важлива риса переговорів. Чим більше сторони залежать одна від одної, тим більшою мірою вони обмежені у своїх однобічних кроках і, отже, тим більше змушені шукати рішення разом, шляхом переговорів. Важливо відзначити, що ***сторони повинні розуміти свою взаємозалежність***, а якщо ні, то домінуючими будуть спроби вирішити конфлікт шляхом однобічних дій. Тоді, *коли однобічні дії сторін*

починають превалювати, особливо ті, які спрямовані на розробку альтернатив переговорному вирішенню, *переговори припиняються*. При цьому зовні вони можуть якийсь час „тривати”, тобто сторони будуть робити вигляд, що ведуть переговори: проводять зустрічі, обговорюють питання, що стоять на порядку денному, але фактично нічого на них не вирішують. Рано чи пізно такі „переговори” будуть перервані. Побоюючись того, щоб протилежна сторона не пішла цим шляхом, учасники переговорів часом навіть спеціально підсилюють взаємозалежність за рахунок попередніх домовленостей, рамкових угод і т. п., щоб мати можливість через них впливати потім на поведінку партнера.

Наступна важлива риса переговорів, без якої вони не можуть відбутися, – наявність **спілкування сторін**. Воно є невід’ємною частиною переговорного процесу. Переговори обов’язково припускають обговорення проблеми.

В умовах конфлікту спілкування на переговорах значно ускладнюється негативними стереотипами сторін одна щодо одної, а також іншими феноменами сприйняття й відсутністю каналів комунікації. Однак існує й зворотній вплив. При правильній організації переговорного процесу спілкування сприяє формуванню більш адекватного схвалення учасниками і того предмета, що викликав конфлікт, і одне одного.

Спілкування відкриває широкі можливості для учасників переговорів. Воно дозволяє їм не лише краще зрозуміти суть нагальної проблеми, але й вийти за її межі – обговорити більш широке коло питань. Однак таке можливе, якщо спілкування на переговорах буде побудоване на основі діалогу, визнанні проблем і потреб одне одного. Коли вдається побудувати таке спілкування, переговори стають одним із найбільш конструктивних елементів політичного розвитку.

Від переговорів слід відрізнити *подання сигналів учасниками про можливі дії і наміри*. Характер таких знаків може бути різним. Так, один з учасників конфлікту може знизити рівень конфронтаційної риторики в офіційних виступах або в засобах масової інформації. Такий поворот справи можна зрозуміти як сигнал, що означає *запрошення до переговорів, але він ще не є переговорами*. При цьому байдуже, чи існують в учасників прямі або непрямі канали комунікації.

Важливо мати на увазі, що від інших різновидів спілкування переговори відрізняє наявність *проблеми*, яку необхідно вирішити спільними зусиллями. Якщо цього не відбувається, то спілкування зводиться до дискусій, консультацій, обговорень. Відповідно варто виокремити останню найважливішу характеристику переговорів. Вона полягає в тому, що *переговорами* можна назвати лише ті з них, які спрямовані на *спільне вирішення проблеми*. Необхідно особливо підкреслити слово „спільне”, оскільки при однобічних кроках сторони також вирішують проблему або намагаються її розв’язати, але іншим шляхом – однобічних кроків.

Переговори – процес неоднорідний і складається з декількох стадій, які відрізняються за своїми завданнями, причому кожна стадія має свої особливості. У той же час це єдиний процес у тому розумінні, що жодна стадія не може розглядатися самостійно, незалежно від інших.

Узагальнюючи бачення різними дослідниками **стадій ведення переговорів**, вважається за доцільне виокремити наступні:

- підготовка до переговорів (передпереговорная стадія);
- процес їх проведення і досягнення домовленостей у випадку, якщо переговори закінчилися їхнім підписанням (стадія взаємодії);
- аналіз результатів переговорів і виконання досягнутих домовленостей (*імплементація*).

Виокремлення саме цих стадій зумовлене насамперед відмінностями в характері діяльності учасників переговорів на кожній з них, поставленими завданнями й типом взаємодії. Тобто діють вони переважно всередині своєї делегації (перша й остання стадія) або разом із партнером (стадія взаємодії).

Кожна з цих стадій має свої особливості, передбачає певні вимоги до учасників переговорного процесу, відповідно й результати [85, с. 437].

Підготовка до переговорів. Особливості цього етапу пов'язані із з'ясуванням *мети переговорів, конкретних інтересів, намірів учасників, добором методів їх проведення, прогнозуванням імовірних проблем у взаємодії учасників переговорів, способів узгодження їх інтересів*. Усе це має бути підпорядковане досягненню очікуваних результатів. Вироблення і ухвалення життєздатних угод потребує високої гнучкості партнерів. Силкові методи подолання суперечностей чи уникнення від переговорів при цьому не можуть бути застосовані.

Далеко не другорядним завданням на цьому етапі є *передбачення тривалості переговорів*. Вони повинні мати достатній ресурс часу для взаємного інформування, аналізу проблем, вироблення, обговорення пов'язаного з ними рішення. *Тривалі переговори спричиняють зниження актуальності обговорюваної проблеми, втрату можливостей пошуку взаємовигідних умов*. Тому організатори переговорів повинні подбати про баланс усіх чинників, спрямувати зусилля на їх психологічну, організаційну, змістову і тактичну підготовку.

Психологічна підготовка. Будь-які переговори пов'язані з неабияким психологічним напруженням і потребують від їх учасників максимальної витримки. Вміле використання емоцій робить переговори повноцінними, а їх результати оптимальнішими, ефективнішими.

Організаційна підготовка. Цей аспект підготовчої роботи пов'язаний з формуванням делегації, визначенням місця, часу переговорів, часу зустрічі, сценарію засідання, погодження багатьох питань стосовно ведення переговорів. Поєднання в ділових переговорах процесів міжособистісного спілкування та обміну інформацією висуває *високі вимоги до комунікативних і професійних здібностей учасників делегації*. Хоча б хтось один у ній повинен уміти вчасно поставити потрібне запитання, тактовно зупинити обговорення, перевести розмову в іншу площину, зняти емоційну напругу тощо. Не менш важливим є вміння максимально точно, ефективно і лаконічно викласти суть питання, головні ідеї, пропозиції, умови тощо. Комунікативна діяльність на переговорах передбачає також забезпечення розуміння обговорюваних проблем, використання неформальних каналів циркулювання інформації.

Завершує організаційну підготовку *розробка сценарію майбутніх переговорів*, який повинен передбачати різноманітні варіанти поведінки учасників, відповідні превентивні дії, спрямовані на забезпечення результату – *змістова підготовка*.

Тактична підготовка. Її мета полягає у *виборі методів і способів ведення переговорів, розподілі ролей між учасниками команди, налагодженні конструктивних рівноправних відносин із партнером*. Побутує думка, що ділові відносини з партнерами на переговорах мають передусім бути дружніми, у партнерові потрібно бачити друга, який здатний безкорисно допомогти. Такий погляд безпорадний перед аргументом, що переговори засвідчують не лише спільність, а й відмінність, конфлікт інтересів, вони будуються на взаємовигідній, а не альтруїстичній основі. Поширеною є і точка зору, за якою до партнера на переговорах потрібно ставитися жорстко, конфронтаційно, а будь-які прояви дружнього ставлення є недоречними (див. таб. 1) [93, с. 576].

Якщо перший підхід хибує некритичним ставленням до протилежної сторони, то другий – надмірною упередженістю, егоїстичністю, а тому обидва не можуть претендувати на конструктивність, а їх використання не може бути ефективним.

Отже, підготовчий етап має засвідчити загальну психологічну, організаційну, методичну і змістову готовність делегацій до дій. Однак підготовка до переговорів не є самоціллю, оскільки заздалегідь усе продумати і прорахувати неможливо.

Власне переговорний процес. У цей час розкриваються інтереси його учасників та аргументи, якими вони при цьому користуються, відбувається своєрідна конкуренція стратегій, тактик, зближення чи віддалення позицій, наслідком чого є досягнення чи відсутність результату.

Таблиця 1

Методи ведення переговорів

М'який підхід	Жорсткий підхід
Учасники – друзі	Учасники – супротивники
Мета – угода	Мета – перемога
Робити поступки	Вимагати поступок
Дотримуватися м'якого курсу	Дотримуватися жорсткого курсу
Довіряти іншим	Не довіряти іншим
Легко змінювати свою позицію	Жорстко дотримуватися своєї позиції
Робити пропозиції	Погрожувати
Допускати однобічні втрати заради угоди	Вимагати однобічних дивідендів як платні за угоду
Наполягати на угоді	Наполягати на своїй позиції
Зазнавати тиску	Застосовувати тиск

Завершення переговорів та аналіз їх результатів. Цей етап передбачає аналіз і оцінювання результатів переговорів, реалізацію досягнутих домовленостей. У переговорній практиці слід вважати підписаний документ свідченням плідності переговорів. Проте *наявність документа не є показником успішності переговорів, а його відсутність – провалу.* Все залежить від функціонального навантаження переговорів. Наприк-

лад, їх інформаційний характер не передбачає спільного документа. Крім того, учасники переговорів можуть по-різному ставитись до спільного договору. **Успішними вважаються переговори, за яких обидві сторони високо оцінюють їх результати. Не менш важливими показниками успішності переговорів є ступінь розв'язання проблем, дотримання сторонами взятих на себе зобов'язань.**

На завершальній стадії формується уявлення про репутацію (надійність, відповідальність) партнера переговорів. Навіть одне його порушення обіцянки, зобов'язання підриває довіру до партнера. Важливим елементом завершальної стадії переговорів є *письмовий звіт*. Це не лише підсумковий документ, а й фіксація перебігу переговорів.

Завершальна стадія переговорів має показати, наскільки вони були вдалими й результативними. Вдалими можна вважати переговори тоді, коли обидві сторони розцінюють їх результати як взаємний здобуток.

6.2. РІЗНОВИДИ ТА ФУНКЦІЇ ПЕРЕГОВОРІВ

Спрямованість на спільне вирішення проблеми одночасно є й головною функцією переговорів. Це те, заради чого проводяться переговори. Реалізація цієї функції залежить від ступеня зацікавленості учасників у пошуках рішення, яке б влаштувало всіх. Існує *три різновиди переговорів залежно від зацікавленості сторін*. Перший різновид складають такі переговори, за яких учасники (або один з учасників) *мало зацікавлені в їхньому позитивному вирішенні або байдужі до нього*. Другий різновид переговорів – це переговори, за яких *сторони хоча й виявляють зацікавлення щодо досягнення результатів, але досить помірно*, яке стосується переважно загальної перспективи. До

третього різновиду належать переговори, за яких **учасники реально зацікавлені в спільному вирішенні проблеми**. Відповідно, якщо всі учасники орієнтовані на третій різновид, то переговори напевно закінчатися вдало, тобто проблема буде вирішена. Можливе досягнення домовленостей і у тому випадку, якщо одна зі сторін виявляє виважене зацікавлення щодо них, а інша – сильне. За незначного зацікавлення сторін згоди, скоріш за все не буде досягнуто.

Реалізація **функції „спільного вирішення проблеми”** шляхом переговорів не обов’язково означає її остаточне розв’язання. Тут можливі різні варіанти. Наприклад, сторони усвідомлюють небезпеку, яку містять у собі однобічні кроки, і починають переговори. Але на цьому етапі учасники не бачать можливого вирішення шляхом переговорів і розуміють, що вони не готові до спільних дій і рішень, або вважають їх не вигідними і передчасними. Метою таких переговорів є „заморожування” подальшого розвитку конфліктних відносин. Процес переговорів може сприяти *стримуванню однобічних дій*, оскільки виникає взаємозалежність учасників конфлікту внаслідок самого факту їх проведення. Як приклад, згадаємо проведення переговорів між Росією і Україною щодо Чорноморського флоту. Так, після розпаду СРСР спочатку президент України, а потім і президент Росії почали вживати однобічні заходи щодо перепідпорядкування Чорноморського флоту одній державі. Ці кроки були зупинені початком переговорного процесу.

У наведеному прикладі спільне переговорне рішення має тимчасовий характер. Однак *тимчасові рішення тільки припиняють конфлікт, і якщо сторони не ухвалюють подальших кроків щодо його врегулювання, то він може спалахнути з новою силою*. За таких обставин звичайно потрібні поновлення і продовження переговорів. Однак і тимчасові, і тривалі переговорні рішення повинні сприйматися сторонами як

ліпші, ніж однобічні дії. А якщо ні, то переговори будуть лише тактичним ходом, перепочинком при розвитку конфлікту.

Майже на всіх переговорах із врегулювання конфлікту поряд із головною функцією наявні й інші функції. Використання переговорів із різними функціональними цілями можливе тому, що переговори завжди долучаються до більш широкого політичного контексту і слугують інструментом при розв'язанні цілого комплексу внутрішньо-політичних і зовнішньополітичних завдань. Відповідно, вони можуть виконувати різні функції. Одні функції досить добре узгоджуються з головним призначенням переговорів – разом із протилежною стороною вирішувати проблему, інші – суперечать їхній основній функції.

Найбільш істотними **функціями переговорів**, крім головної, є наступні:

- інформаційно-комунікативна;
- регулятивна;
- функція вирішення власних внутрішньополітичних і зовнішньополітичних завдань;
- пропагандистська.

Інформаційно-комунікативна функція наявна майже у всіх переговорах. *Виключення можуть становити переговори, які проводять для „введення в оману”, але і в них є комунікаційний аспект, хоча й мінімальний.* Сутність інформаційно-комунікаційної функції полягає в тому, щоб *з'ясувати точку зору протилежної сторони, надати інформацію про свої інтереси, побоювання, підходи до розв'язання проблеми, перш, ніж сторони почнуть домовлятися.* Найбільш інтенсивним цей процес є на початку переговорів.

З'ясування сторонами підходів до вирішення проблеми дозволяє більш точно визначити кінцеве розв'язання і повніше реалізувати основну функцію переговорів – спільне вирішення проблеми.

Однак слід мати на увазі, що за допомогою інформаційно-комунікативної функції *можливе й подання недостовірної інформації, введення протилежної сторони в оману*. У цьому випадку вирішення проблеми шляхом переговорів буде заблоковане.

Інколи буває, що учасники конфлікту, вдаючись до переговорів, зацікавлені лише в *обміні поглядами, точками зору*. Такі переговори розглядаються сторонами як попередні, а їх функція – є суто **інформаційною**.

Попередні переговори не є переговорами в сутнісному значенні цього слова. Але під час їх проведення може бути позначений певний підхід до вирішення проблеми. Тому, якщо такі переговори розглядати в контексті загального процесу врегулювання, то слід визнати їхню позитивну роль під час пошуку сторонами рішення, яке б задовільняло всіх.

Спорідненою з інформаційною є **комунікативна функція**, пов'язана з *налагодженням і підтримкою зв'язків і відносин учасників конфлікту*. Її основні завдання – встановлення постійних каналів комунікації, обмін точками зору й обговорення підходів до розв'язання проблеми. Обидві функції – інформаційна і комунікативна, зазвичай, реалізуються одночасно не лише на переговорах, але й в інших сферах спілкування, що дозволяє не проводити розмежування між ними, а виокремлювати єдину інформаційно-комунікативну функцію переговорів.

Наступна важлива функція переговорів – **регулятивна**. З її допомогою здійснюються *регуляція, контроль і координація дій учасників*. Ця функція близька до інформаційно-комунікативної, хоча й має свої особливості. По-перше, вона часто *реалізується в тих випадках, коли вже є домовленості* й переговори ведуться з приводу виконання ухвалених раніше рішень. По-друге, регулятивна функція використовується

для контролю. Якщо встановлене перемир'я та мирні переговори тільки розпочалися, то зміст контролю зводиться до того, щоб, наприклад, обговорити суперечливі випадки порушення угод щодо перемир'я. А якщо учасники конфлікту вже досягли домовленостей про мир, то наступні переговори можуть використовуватися для з'ясування питань про дотримання цих домовленостей.

Регулятивна функція передбачає також *деталізацію більш загальних рішень з метою їх конкретного втілення*. Переговори, на яких реалізується ця функція, виконують роль своєрідного „налагодження” відносин сторін. Якщо переговори багатобічні, то на них відбувається „колективне управління взаємозалежністю” – регуляція відносин учасників. Нарешті, регулятивна функція використовується для того, щоб *не допустити виходу ситуації з-під контролю учасників конфлікту, особливо в найбільш гострі моменти розвитку відносин*. У таких випадках вона тісно переплітається з інформаційно-комунікативною: *учасники регулюють свої відносини саме за рахунок забезпечення інформацією один одного про наміри*.

Утім *регулятивна функція може бути використана і для того, щоб шляхом контролю за діями протилежної сторони спробувати нав'язати їй своє рішення*.

Крім того, переговори можуть використовувати ті чи інші учасники для *вирішення власних внутрішньополітичних і зовнішньополітичних завдань*. Участь у переговорах може бути вигідною кому-небудь з учасників під час передвибірної боротьби, як, наприклад, демонстрація прагнення до миру. В інших випадках до переговорів вдаються для того, щоб вплинути на позиції третіх сторін, наприклад, спонукати їх до зняття санкцій. Нарешті, сторона може розглядати саму участь у пе-

реговорах як корисну з погляду *підвищення її міжнародного авторитету*, надання певного політичного статусу і т. д.

Інколи переговори потрібні для того, щоб слугувати свого роду „маскуванням” („*введенням в оману*”), коли *насправді домовленості зовсім не потрібні*, оскільки вирішуються зовсім інші завдання. **„Маскувальні” переговори ведуться лише заради створення видимості.** У цьому випадку їх функціональне призначення є далеким від основного – спільного вирішення проблем, і переговори перестають бути переговорами за своєю суттю.

Наприклад, **„маскувальна” функція переговорів використовується для початку збройного нападу.** Зміст таких переговорів полягає в тому, щоб провести їх і, навіть, укласти угоди з *метою виграти час, „приспати” пильність супротивника, а під час початку збройних дій – опинитися в більш вигідному становищі.* Так були розпочаті переговори Японією зі США незадовго до її нападу на Перл-Харбор. Історії відомі також приклади, коли переговори розпочиналися тільки задля того, щоб потім звинуватити протилежну сторону в їхньому провалі, небажанні вирішувати проблеми шляхом переговорів і почати проти неї збройні дії.

Слід відзначити, що подібна поведінка не обов’язково має абсолютно деструктивний характер. Усе залежить від конкретної ситуації, а головне, від того, чи дійсно вирішення проблеми можливе шляхом переговорів. Наприклад, під час конфлікту з представниками радикального руху „Тупак Амару”, які захопили заручників у резиденції японського посла в Лімі, влада, роблячи вигляд, що може піти на компроміс, вела тривалі переговори (з грудня 1996 р. до квітня 1997 р.). У підсумку це надало їй можливість підготуватися до штурму будинку й звільнити заручників.

Пропагандистська функція переговорів полягає в активному впливі на громадську думку з метою роз'яснення широким колам своєї позиції, виправдання власних дій, висування претензій протилежній стороні, обвинувачення супротивника в протиправних діях, залучення на свій бік нових союзників тощо. У цьому змісті вона може розглядатися в якості похідної або додаткової до такої функції, як вирішення власних внутрішньополітичних або зовнішньополітичних проблем.

Наразі, за значного залучення засобів масової інформації до проблем урегулювання конфліктів *практично будь-які переговори використовують пропагандистську функцію*. Однак особливо інтенсивно пропагандистська функція застосовується на великих міжнародних конференціях з приводу конфліктних відносин, що відбувається за широкого залучення преси. На великих переговорах створюються спеціальні органи для роботи з пресою. Виступ на таких конференціях часом стає своєрідним використанням їх як трибуни. В результаті їх позиції виявляються „скутими” очікуваннями мас. Для того щоб уникнути тиску преси і взагалі впливу ззовні, переговори найчастіше ведуться „*за зачиненими дверима*” і навіть таємно. В останньому випадку взагалі не подається інформація про їхнє проведення.

Говорячи про пропагандистську функцію та про відкритість переговорів, не слід випускати і позитивні моменти, завдяки яким сторони опиняються під контролем громадської думки.

Самі учасники переговорів зазвичай намагаються якомога більш повно використовувати пропагандистську функцію. Для цих цілей скликаються прес-конференції, проводяться брифінги, випускаються прес-релізи. Наприклад, проведення відразу після вдалих переговорів прес-конференції однією зі сторін при виборі тактики „відмовчування” іншою стороною може сприяти тому, що успіх переговорів буде по-

в'язуватися саме з першим учасником, незважаючи на те, що роль іншого була в цьому не меншою, а можливо й більш значною.

Питання про відкритість переговорів широко дебатовалося після першої світової війни. З ідеєю відкритості переговорів активно виступив тоді президент США В. Вільсон. Однак багато досвідчених дипломатів стримано поставилися до його пропозиції. Сьогодні переважає помірна точка зору, згідно з якою ***питання про те, наскільки переговори повинні бути відкритими, необхідно вирішувати окремо в кожному конкретному випадку, – важливо, щоб їх загальна спрямованість відповідала зниженню рівня конфлікту.***

Будь-які переговори багатфункціональні й припускають одночасну реалізацію відразу декількох функцій, що зазвичай утворюють ієрархію, у якій одна функція є більш важливою для того або іншого учасника переговорів, інша – менш важливою. Причому ця ієрархічна будова може зазнавати змін протягом переговорного процесу. Важливо, однак, щоб головною функцією все-таки залишалася спільне вирішення проблеми.

Взагалі ж, оцінюючи функції переговорів з погляду їх конструктивності або деструктивності, слід мати на увазі весь політичний контекст і те, наскільки доцільним є спільне вирішення проблеми (наприклад, чи потрібні переговори з терористами, що захопили заручників, або краще розпочати дії щодо їх звільнення). Однак необхідно ще раз підкреслити, що ***тільки ті переговори за умов конфлікту або співробітництва, в яких головне місце в ієрархії посідає функція спільного з партнером вирішення проблеми, дійсно є переговорами.*** А якщо ні, то переговори перетворюються на „квазіпереговори”, нагадуючи переговори лише за формою.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОДІАГНОСТИКИ

1. Що таке переговори? Яке завдання вони покликані вирішити?
2. Розкрийте особливості (риси) переговорів за умов конфлікту та співробітництва.
3. Які ви знаєте стадії ведення переговорів?
4. Назвіть різновиди та розкрийте функції переговорів.

ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ:

1. До ознак переговорів не відноситься:
а) часткова схожість і відмінність інтересів; б) спілкування сторін; в) взаємозалежність учасників переговорів; г) конфронтація.
2. До стадій ведення переговорів не відноситься:
а) передпереговорная стадія; б) стадія взаємодії; в) стадія стагнації; г) імпліmentaція.
3. Аналіз результатів переговорів і виконання досягнутих домовленостей – це:
а) імпліmentaція; б) співробітництво; в) кооперація; г) кооптація.
4. Аспект підготовчої роботи пов'язаний з формуванням делегації, визначенням місця, часу переговорів, часу зустрічі, сценарію засідання, погодження багатьох питань стосовно ведення переговорів:
а) організаційна підготовка; б) психологічна підготовка; в) змістова підготовка; г) стратегічна підготовка.

5. Розробка сценарію майбутніх переговорів, який повинен передбачати різноманітні варіанти поведінки учасників, відповідні превентивні дії, спрямовані на забезпечення результату:

а) організаційна підготовка; б) психологічна підготовка; в) змістова підготовка; г) стратегічна підготовка.

6. До функцій переговорів не відносяться:

а) інформаційно-комунікативна; б) регулятивна; в) пропагандистська; г) ізоляціоністська.

ДІЛОВА ГРА:

„Особливості ведення переговорів державними службовцями за умов конфлікту та співробітництва”. При підготовці до виконання завдання варто скористатися інформацією Додатка Г.

СЛОВНИК

Висхідні комунікації – як правило, здійснюються у формі звітів, пропозицій і пояснювальних записок. Метою їх є ознайомлення вищого рівня керівництва про те, що відбувається на більш низьких рівнях ієрархічної системи.

Горизонтальні комунікації – міжрівневі комунікації в державних установах, тобто обмін інформацією між структурними підрозділами.

Е-інформація (e-information) – можливість надання громадянам доступу до публічної інформації.

Е-консультація (e-consultation) – залучення громадян для обговорення питань державної політики, надання послуг.

Електронна готовність – готовність до впровадження ІКТ центральними та регіональними органами державного управління; це багатовимірне соціальне явище, що складається з таких чотирьох основних сфер: 1) надійна та доступна інфраструктура; 2) ефективне управління; 3) демократичне управління та 4) корисні та якісні державні послуги.

Е-ухвалення рішень (e-decision-making) – спільна можливість у формуванні політики, спільне вироблення сервісних компонентів.

Ефект присутності – психологічний ефект, полягає в тому, що в слухачів та глядачів може створюватися враження, начебто вони самі присутні при здійсненні тієї події, яка висвітлюється в прямому репортажі. Завдяки цьому значно підвищується ступінь довіри до переданої інформації, а отже, зростає й сила її впливу, оскільки людина психологічно схильна найбільше довіряти своєму безпосередньому досвіду.

Засоби невербальної комунікації – жести, поза, міміка, інтонація, паузи, дистанціювання.

Зворотні інформаційні зв'язки – комплексний потік інформації від територіальної громади, підприємств і установ, а також від ЗМІ – до органів місцевого самоврядування, що стосується конкретних важливих проблем, пов'язаних із функціонуванням міста, оцінкою ситуації в різних галузях життєдіяльності міста та конкретних рішень місцевої влади, рівнях їх виконання.

Імідж – сформований у масовій свідомості і такий, що має характер стереотипу сильно емоційно пофарбований образ чого-небудь або кого-небудь.

Ініціатива „Відкритий Уряд” (Open Government Partnership) – це багатостороння міжнародна ініціатива, офіційно запроваджена 20 вересня 2011 року Президентом США і Бразилії під час сесії Генеральної Асамблеї ООН.

Інтернет – це глобальна соціально-комунікаційна комп’ютерна мережа, призначена для задоволення особистісних і групових комунікаційних потреб за рахунок використання телекомунікаційних технологій.

Інформатизація – це сукупність взаємопов’язаних організаційних, правових, політичних, соціально-економічних, науково-технічних, виробничих процесів, що спрямовані на створення умов для задоволення інформаційних потреб, реалізації прав громадян і суспільства на основі створення, розвитку, використання інформаційних систем, мереж, ресурсів та інформаційних технологій, створених на основі застосування сучасної обчислювальної та комунікаційної техніки.

Інформатизація суспільства – організований соціально-економічний і науково-технічний процес створення оптимальних умов для задоволення інформаційних потреб і реалізації прав громадян, органів державної влади, органів місцевого самоврядування організацій, громадських об’єднань на основі формування і використання інформаційних ресурсів.

Інформаційне суспільство – суспільства нового типу, де особливу роль відіграють знання і засновані на них технології, домінування інформації, прискорення технічного прогресу, зменшення частки матеріального виробництва в сукупному суспільному продукті, розвиток сектору послуг, підвищення якості життя.

Інформація – це відомості про об’єкти і явища навколишнього світу, їх параметри, властивості і стан, які сприймають інформаційні системи у процесі життєдіяльності й роботи.

Комунікативна компетентність особистості – наявність необхідних психологічних знань, соціальних настанов, умінь і досвіду у сфері міжособистісного та міжгрупового спілкування.

Комунікативна особистість – людина, яка володіє вміннями й навичками вільно, комунікативно доцільно користуватися засобами рідної мови – її стилями, типами, жанрами в усіх видах мовленнєвої діяльності.

Комунікативні якості мовлення – правильність, чистота, точність, багатство й різноманітність лексики, образність, виразність, дохідливість, доцільність, стислість.

Комунікаційний процес – це обмін інформацією між двома або більшою кількістю осіб. Основні функції комунікативного процесу полягають у досягненні соціальної спільності при збереженні індивідуальності кожного з елементів.

Комунікація – модель двостороннього процесу зв'язку, коли і відправник, і отримувач інформації діють у межах властивих їм меж співвідношення, взаємин, що склалися між ними, і оточуючою їх соціальною ситуацією.

Логічний рівень нерозуміння – виникає, якщо не враховується логіка та міркування іншого.

Масова комунікація (або інформаційно-пропагандистська діяльність) – діяльність соціального суб'єкта з виробництва й поширення соціально-політичної інформації, спрямованої на формування суспільної свідомості суб'єктів політики та спрямування їхньої діяльності.

Мовленнєва майстерність державного службовця – це цілісна система засобів мовленнєвого впливу, яка свідомо використовується ним у конкретних умовах комунікації для досягнення поставленої мети. Вона передбачає: а) уміння говорити грамотно, без помилок; б) володіння всіма мовними засобами, усіма її стилістичними ресурсами, прийомами впливу на партнерів по спілкуванню; в) творчий підхід до процесу мовленнєвого впливу на інших людей, вироблення власного індивідуального стилю мовлення; г) наявність мовленнєвої культури.

Нисхідні комунікації – мають місце, коли постає завдання довести до відома підлеглих та інших організацій зміст рішень, які ухвалюються на вищих рівнях (стратегічні напрями майбутньої діяльності).

Об'єктивні фактори розвитку управлінської компетентності державних службовців – прояв відкритих вимог до управлінської діяльності в системі державної служби.

Об'єктивно-суб'єктивні фактори розвитку управлінської компетентності державних службовців – розвинена соціально-психологічна компетентність; високий рівень розвитку комунікативної та соціально-перцептивної компетентності.

Особиста комунікація – всі види обміну інформацією, що мають місце між людьми.

Політична глобалізація – виявляється в поглибленні міжнародного співробітництва, створенні впливових міжнародних урядових і громадських організацій, формуванні єдиного правового простору, становленні інтегративної ідеології.

Політична комунікація – процес передачі політичної інформації, яка циркулює від однієї частини політичної системи до іншої, між політичною та суспільною системами, а також між політичними структурами, суспільними групами та індивідами.

Політичний коментар – відвертий й неприхований суб'єктивний погляд, на те, що відбувається, поєднує тенденційний добір фактів з їхньою творчою інтерпретацією з метою переконання аудиторії, маніпулювання її думкою й діями.

Професійна самооцінка – ставлення до власних професійно важливих якостей, розвиненість управлінських знань і вмінь, а також продуктивність управлінської діяльності порівняно з наявними професійними стандартами та нормативними еталонами.

Прямі інформаційні зв'язки – комплексний інформаційний потік, спрямований на територіальну громаду, який стосується діяльності органів самоврядування, загальної ситуації у місті, планів і перспектив розвитку.

Публічна інформація – це відображена та задокументована будь-якими засобами та на будь-яких носіях інформація, що була отримана або створена в процесі виконання суб'єктами владних повноважень своїх обов'язків, передбачених чинним законодавством, або яка знаходиться у володінні суб'єктів владних повноважень, інших розпорядників публічної інформації.

Семантичний рівень нерозуміння виникає, якщо фонетично мова „своя”, але зміст „чужий”, „чужа” семантика.

Соціально-медійний оптимум – плюралізм видань за їхнього чіткого позиціонування, інформаційної „адресності” і соціальної відповідальності незалежно від форм власності.

Спілкування – це такий вид спільної діяльності, між учасниками якої відбувається суб'єкт-суб'єктна взаємодія, в якій партнери однаково активні і розглядають один одного як мету, а не як засіб.

Стереотипи – стійкі та спрощені образи соціальних об'єктів, подій, явищ, що складаються в умовах дефіциту інформації, як результат узагальнення особистого досвіду та уявлень, визнаних у суспільстві.

Стилістичний рівень нерозуміння – виникає під час явного порушення стилю висловлювання, за невідповідності форми й змісту повідомлення, за невідповідності вербальних і невербальних елементів, за невідповідності словесної форми та емоційного стану промовця.

Суб'єктивні фактори розвитку управлінської компетентності державних службовців – високий рівень теоретичних знань, прак-

тичних управлінських умінь і навичок, творче мислення; самооцінка і саморегуляція; ставлення до професії; професійно-управлінське спрямування; професійно важливі якості.

Управлінська компетентність – психолого-акмеологічна категорія, властива конкретному суб'єкту управлінської діяльності.

Управлінський професіоналізм – інтегрує в собі три групи елементів: а) компетенції (знання, вміння і навички); б) світогляд; в) моральність у їхній цілісності та взаємозв'язку.

Фонетичний рівень нерозуміння – неповне розуміння, коли говорять незрозуміло, швидко, невиразно, з акцентом, коли використовують невідомі слова, невідповідні контексту жести або жестикуляція занадто активна й швидка.

ТЕСТИ

1. Ваш творчий вік

Визначте варіанти відповіді, які вас влаштовують.

1. Ви спізнюєтесь і перебуваєте неподалік від автобусної зупинки. Підходить автобус. Що ви зробите:

- а) буду бігти, щоб встигнути;
- б) буду йти якнайшвидше;
- в) буду йти трохи швидше, ніж звичайно;
- г) буду йти як ішов;
- д) подивлюся, чи не їде наступний автобус, а потім вирішу, що робити.

2. Ваше ставлення до моди:

- а) визнаю і дію, щоб відповідати їй;
- б) визнаю те, що мені підходить;
- в) не визнаю сучасні екстравагантні моделі;
- г) не визнаю сучасну моду взагалі;
- д) визнаю й відкидаю, зважаючи на настрій.

3. У вільний час ви ліпше за все:

- а) проводите час із приятелями;
- б) дивитесь телевізор;
- в) читаете художню літературу;
- г) розгадуєте кросворди;
- д) займаєтесь чим завгодно.

4. На ваших очах відбувається явна несправедливість. Ваші дії:

- а) відразу спробую відновити справедливість усіма доступними засобами;
- б) стану на бік потерпілого та спробую йому допомогти;
- в) спробую відновити справедливість у межах закону;
- г) а що можна зробити? Засудити про себе чергову несправедливість і продовжити свої справи;
- д) втручуся в обговорення, не висловлюючи своєї думки.

5. Коли ви слухаете сучасну молодіжну музику, то:

- а) ви в захваті;
- б) думаєте, що й ви цим повинні „перехворіти”;
- в) не визнаєте цей шум і гуркіт;
- г) вважаєте, що в кожного свій смак.

6. Ви перебуваєте в дружній компанії. Для вас важливо:

- а) можливість продемонструвати свої здібності;
- б) зробити так, щоб люди не забували, з ким мали справу;
- в) поводитися гідно;
- г) поводитися відповідно до норм цієї компанії.

7. Яка робота вам подобається?

- а) в якій є елементи несподіванки й ризику;
- б) різна, але не монотонна;
- в) така, де можна використовувати свій досвід і знання;
- г) нескладна;
- д) залежить від настрою.

8. Наскільки ви завбачливі?

- а) схильний братися за справи, не розмірковуючи;
- б) волю спочатку діяти, а вже потім міркувати;
- в) волю не брати участь у справах, поки не з'ясовані хоча б основні їх наслідки;
- г) волю брати участь тільки в таких справах, де успіх гарантований;
- д) ставлюся до справ залежно від ситуації.

9. Чи довірливі ви?

- а) довіряю деяким людям;
- б) довіряю багатьом людям;
- в) не довіряю багатьом;
- г) не довіряю нікому;
- д) усе залежить від того, з ким я маю справу.

10. Ваш настрій:

- а) переважає оптимістичний;
- б) часто оптимістичний;
- в) часто песимістичний;
- г) переважає песимістичний;
- д) залежно від обставин.

Підрахуйте окремо кількість позитивних відповідей за кожною позицією від „б” до „д”. Потім отримайте загальну суму за формулою:

$$T = 2(б+3в+4г+2д).$$

Отримана цифра – ваш творчий вік.

Якщо кількість балів збігається з вашим віком, то все в порядку. Для тих, хто віддає перевагу творчій діяльності, бажано, щоб психологічний вік не випереджав паспортний. А якщо після тридцяти років він

відстає, то це буде значити, що ви в гарній формі, вільні від стереотипів і ваші можливості ще не вичерпані. Коли ваш творчий вік іде ненабагато попереду – теж непогано: виходить, ви успішно впораетесь зі стандартними діями, що вимагають чіткості й пунктуальності.

2. Ваш творчий потенціал

Оберіть один із варіантів відповідей.

1. Чи вважаєте ви, що оточуючий вас світ можна покращити?
 - а) так;
 - б) ні, він і так досить гарний;
 - в) так, але тільки вибірково.
2. Чи вважаєте ви, що самі можете брати участь у значних змінах оточуючого світу?
 - а) так, у більшості випадків;
 - б) ні;
 - в) так, у деяких випадках.
3. Чи вважаєте ви, що деякі з ваших ідей сприяли б значному прогресу у тій сфері діяльності, у якій ви працюєте?
 - а) так;
 - б) так, за сприятливих обставин;
 - в) лише до певної міри.
4. Чи вважаєте ви, що в майбутньому будете відігравати настільки важливу роль, що зможете щось принципово змінити?
 - а) так, напевно;
 - б) це малоймовірно;
 - в) можливо.
5. Коли ви вирішуєте почати якусь дію, чи думаєте ви, що здійсите свій задум?
 - а) так;
 - б) часто думаєте, що не зможете;
 - в) так, часто.
6. Чи відчуваєте ви бажання зайнятися справою, яку абсолютно не знаєте?
 - а) так, невідоме вас вабить;
 - б) невідоме вас не цікавить;
 - в) усе залежить від характеру цієї справи.

7. Вам доводиться займатися незнайомою справою. Чи відчуваєте ви бажання досягти в ній досконалості?

- а) так;
- б) задовольняєтесь тим, що встигли досягти;
- в) так, але тільки якщо вам це подобається.

8. Якщо справа, яку ви не знаєте, вам подобається, чи прагнете ви знати про неї все:

- а) так;
- б) ні, ви прагнете навчитися тільки головного;
- в) ні, ви прагнете тільки задовольнити свою цікавість.

9. Коли ви зазнаєте невдачі, то:

- а) якийсь час опираєтесь всупереч здоровому глузду;
- б) махнете рукою на цю витівку, бо розумієте, що вона нереальна;
- в) продовжуєте робити свою справу, навіть коли стає зрозуміло, що перешкоди неперборні.

10. На вашу думку, професію треба обирати, виходячи з:

- а) своїх можливостей, подальших перспектив для себе;
- б) стабільності, значущості, потреб професії, потреби в ній;
- в) переваг, які вона забезпечить.

11. Подорожуючи, могли б ви легко зорієнтуватися в маршруті, який вже пройшли?

- а) так;
- б) ні, боїтеся збитися зі шляху;
- в) так, але тільки там, де місцевість вам сподобалася й запам'яталася.

12. Відразу ж після якоїсь бесіди чи зможете ви згадати все, що говорилося:

- а) так, без зусиль;
- б) усього згадати не зможете;
- в) запам'ятовуєте тільки те, що вас цікавить.

13. Коли ви чуєте слово на незнайомій вам мові, то можете повторити його по складах, без помилки, навіть не знаючи його значення?

- а) так, без ускладнень;
- б) так, якщо це слово легко запам'ятати;
- в) повторите, але не зовсім правильно.

14. У вільний час ви віддаєте перевагу:

- а) залишитися наодинці, помізкувати;
- б) перебувати в компанії;
- в) вам байдуже, чи будете ви одні або в компанії.

15. Ви займаєтеся якоюсь справою. Вирішуйте припинити це заняття тільки коли:

- а) справа закінчена й видається вам відмінно виконаною;
- б) ви більш-менш задоволені;
- в) вам ще не все вдалося зробити.

16. Коли ви наодинці:

- а) любите мріяти про якісь навіть абстрактні речі;
- б) за всяку ціну намагаєтеся знайти собі конкретне заняття;
- в) іноді любите помріяти, але про речі, які пов'язані з вашою роботою.

17. Коли якась ідея захоплює вас, то ви станете думати про неї?

- а) незалежно від того, де й з ким ви перебуваєте;
- б) ви можете робити це тільки наодинці;
- в) тільки там, де буде не занадто галасливо.

18. Коли ви відстоюєте якусь ідею?

- а) можете відмовитися від неї, якщо вислухаєте переконливі аргументи опонентів;
- б) залишитеся при своїй думці, які б аргументи не вислухали;
- в) зміните свою думку, якщо опір виявиться занадто сильним.

Підрахуйте бали, які ви набрали, у такий спосіб:

- за відповідь „а” – 3 бали;
- за відповідь „б” – 1;
- за відповідь „в” – 2.

Питання 1, 6, 7, 8 визначають межі вашої допитливості; питання 2, 3, 4, 5 – віру в себе; питання 9 і 15 – сталість; питання 10 – амбіційність; питання 12 і 13 – „слухову” пам'ять; питання 11 – зорову пам'ять; питання 14 – ваше прагнення бути незалежним; питання 16, 17 – здатність абстрагуватися; питання 18 – ступінь зосередженості.

Загальна сума набраних балів покаже рівень вашого творчого потенціалу.

49 і більше балів. У вас є значний творчий потенціал, який надає вам багатий вибір можливостей. Якщо ви на ділі зможете застосувати ваші здібності, то вам доступні найрізноманітніші форми творчості.

Від 24 до 48 балів. У вас цілком нормальний творчий потенціал. Ви маєте ті якості, які дозволяють вам творити, але у вас є й проблеми, які гальмують процес творчості. У будь-якому разі ваш потенціал дозволить вам творчо виявити себе, якщо ви, звичайно, цього побажаєте.

23 і менше балів. Ваш творчий потенціал, на жаль, невеликий. Але, можливо, ви просто недооцінили себе, свої здібності? Відсутність віри у свої сили може підвести вас до думки, що ви взагалі не здатні до творчості. Позбудьтеся цього й у такий спосіб розв'яжете проблему.

3. Методика дослідження активності мислення

Спрямованість методики. Ця методика базується на такому понятті, як активність мислення. На думку автора цієї розробки І. М. Луцихиної, активність мислення є такою характеристикою, яка показує здатність індивіда використовувати свій інтелектуальний потенціал, свої розумові здібності для досягнення конкретних цілей, завдань. У такий спосіб рівень розвитку активності мислення відбиває здатність вирішувати інтелектуальні завдання, при цьому до уваги беруться не інтелектуальні здібності, а скоріше динамічні характеристики особливостей протікання розумових процесів: швидкість і гнучкість.

Під швидкістю розуміється здатність людини вирішувати інтелектуальні завдання, використовуючи метод перебору, тобто знаходження правильної відповіді, варіанта рішення шляхом відсіювання неправильних відповідей, невідповідних варіантів рішення. Під гнучкістю розуміється здатність людини вирішувати інтелектуальні завдання, використовуючи трансформацію абстрактних об'єктів (слів, образів) в операбельний вигляд, знаходження нових асоціативних зв'язків абстрактних об'єктів між собою. Залежно від того, які об'єкти перебираються трансформуються, асоціюються – слова або образи, – це говорить про вербальну швидкість та гнучкість, й про образну швидкість і гнучкість. Відповідно до цього поділу МДАМ (Методика дослідження активності мислення) поділяється на чотири субтести.

1-й субтест: вербальна швидкість. Піддослідного просять за одну хвилину написати якнайбільше жіночих імен, що починаються на „С” (другий варіант – чоловічі імена на „С”). Імена не повинні дублювати одне одного: наприклад як „Сашко” і „Саня”. Можна використовувати рідковживані й „закордонні” імена. Якщо експериментаторові якийсь ім'я незнайоме – необхідно запитати піддослідного про походження цього імені. Нормою є 6-7 написаних імен.

2-й субтест: образна швидкість. Піддослідному пропонується набір із дванадцяти кіл (діаметром близько 2 см). Перед ним ставиться завдання за одну хвилину домалювати до якомога більшої кількості кіл малюнки, тематично пов'язані з водоймами (інший варіант – із продуктами харчування). Малюнок не повинен розташовуватися повністю усередині кола – коло повинне бути складеним елементом малюнка. Відразу після виконання піддослідним завдання необхідно впевнитися, що всі малюнки відповідають вимогам. Якщо експериментаторові незрозумілий зміст зображеного, то він запитує у піддослідного. Норма: 4 малюнка.

3-й субтест: вербальна гнучкість. Піддослідному пропонується набір із чотирьох букв: „Я П Т О” (інший варіант – „Д М И Р”). Перед випробуванням постає завдання за одну хвилину написати якнайбільше речень за наступними правилами:

- речення складається з чотирьох слів;
 - перше слово починається на „Я”, друге – на „П” і т. д.;
 - слова не повинні повторюватися;
 - речення може бути безглуздом, але слова повинні між собою бути пов’язаними (приклад: „Яйце полетіло творити обструкцію”).
- Норма: 4 речення.

4-й субтест: образна гнучкість. Піддослідному пропонується за одну хвилину намалювати якнайбільше малюнків з використанням певних елементів. Ці елементи (або два гачки, або „корона”) можуть бути змінені за розміром, бути повернені, використовуватися в одному малюнку кілька разів, але форма їх мінятися не повинна. Ще одна вимога: малюнок повинен зображувати щось конкретне, а не бути набором абстрактних ліній, фігур. Відразу після виконання завдання експериментатор повинен уточнити можливі неясності: що зображено на малюнку піддослідного, де саме приховані запропоновані елементи. Норма: 4 малюнки.

4. Методика визначення рівня уяви

Інструкція: Вам пропонується 12 питань тесту. На них треба відповідати або „так”, або „ні”. Перша цифра в дужках (кількість балів) означає позитивну відповідь, друга – негативну.

1. Чи цікавитеся ви живописом? (2, 1).
2. Чи часто ви нудьгуєте? (1, 2).
3. Розповідаючи яку-небудь історію, чи любите ви прикрасити її барвистою деталлю, доданою від себе? (1, 0).
4. Чи ініціативні ви на роботі? (2, 1).
5. Чи „широко” чи ви пишете, чи багато займаєте місце на папері? (1, 0).
6. Чи керуєтеся ви при виборі одягу законами моди або власним смаком? (2, 1).
7. Чи полюбляєте ви малювати під час зборів або лекцій на аркуші паперу одні й ті ж самі фігурки? (0, 1).
8. Слухаючи музику, чи уявляєте ви які-небудь образи, пов’язані з нею? (1, 0).
9. Чи полюбляєте ви писати довгі листи? (2, 1).

10. Чи бачите ви іноді кольорові сни? (1, 0).

11. Чи подобається вам подумки бувати в тих снах, які знаєте лише за розповідями? (1, 0).

12. Чи часто ви плачете, розчулившись у кінотеатрі? (1, 0).

Отже, підрахуйте бали. 14–17 бали: у вас багата уява. Якщо ви зумієте застосувати її в житті, то досягнете великих творчих успіхів. 9-13 бали: середня уява. Така уява зустрічається в дуже багатьох людей. Від вас і тільки від вас залежить, чи зумієте ви розвинути її. 5-8 бали: ви реаліст у повному сенсі цього слова. У хмарах не літаєте. Однак трохи фантазії ще нікому не зашкодило. Тому замисліться про це.

5. Емпатичні здібності

Вам пропонуються питання, на які треба відповісти „так” або „ні”.

1. У мене є звичка уважно вивчати обличчя й поведінку людей, щоб зрозуміти їхній характер, схильності, здібності.

2. Якщо оточуючі виявляють ознаки нервовості, я звичайно залишаюся спокійним.

3. Я більше вірю доводам свого розуму, ніж інтуїції.

4. Я вважаю цілком доречним для себе цікавитися домашніми проблемами товаришів по роботі.

5. Я можу легко ввійти в довіру до людини, якщо буде потрібно.

6. Звичайно я з першої ж зустрічі вгадую „споріднену душу” у новій людині.

7. Я, зазвичай, з цікавості починаю розмову про життя, роботу, політику з випадковим супутниками в потягу, літаку.

8. Я втрачаю душевну рівновагу, якщо оточуючі чимось пригнічені.

9. Моя інтуїція – більш надійний засіб розуміння оточуючих, ніж знання або досвід.

10. Проявляти цікавість до внутрішнього світу іншої особистості не тактовно.

11. Часто своїми словами я кривджу близьких мені людей, не зауважуючи того.

12. Я легко можу уявити себе якоюсь твариною, відчуті її звички й стан.

13. Я рідко розмірковую про причини вчинків людей, які мають до мене безпосереднє відношення.

14. Я рідко занадто переймаюся проблеми своїх друзів.

15. Зазвичай, за кілька днів я відчуваю: щось повинно трапитися з близькою мені людиною, і очікування справджуються.

16. У спілкуванні з діловими партнерами, зазвичай, намагаюся уникати розмов про особисте.
17. Іноді близькі дорікають мені в жорсткості, неухважності до них.
18. Мені легко вдається копіювати інтонацію, міміку людей, наслідуючи їх.
19. Мій зацікавлений погляд часто бентежить нових партнерів.
20. Чужий сміх звісно заражає й мене.
21. Часто діючи навмання, я проте знаходжу правильний підхід до людини.
22. Плакати від щастя нерозумно.
23. Я здатний повністю злитися з коханою людиною, ніби розчинившись у ній.
24. Мені рідко зустрічалися люди, яких я розумів би без зайвих слів.
25. Я мимоволі або з цікавості часто підслуховую розмови сторонніх людей.
26. Я можу залишатися спокійним, навіть якщо всі навколо мене хвилюються.
27. Мені простіше підсвідомо відчутти сутність людини, ніж зрозуміти її, „розклавши по полицках”.
28. Я спокійно ставлюся до дрібних неприємностей, які трапляються в когось із членів родини.
29. Мені було б важко душевно, відверто розмовляти з настороженою, замкненою людиною.
30. У мене творча натура – поетична, художня, артистична.
31. Я без особливої цікавості вислуховую сповіді нових знайомих.
32. Мені жаль людину, яка плаче.
33. Моє мислення більше відрізняється конкретністю, жорсткістю, послідовністю, ніж інтуїцією.
34. Коли друзі починають говорити про свої неприємності, я волю перевести розмову на іншу тему.
35. Якщо я бачу, що в когось з близьких погано на душі, то звичайно втримуюся від розпитів.
36. Мені важко зрозуміти, чому дрібниці, можуть так сильно зазмучувати людей.

Обробка даних. Підраховується число правильних відповідей (відповідно до „ключа”) за кожною шкалою, а потім визначається сумарна оцінка:

1. Рациональний канал емпатії: +1, +7, -13, +19, +25, -31;
2. Емоційний канал емпатії: -2, +8, -14, +20, -26, +32;

3. Інтуїтивний канал емпатії: -3, +9, +15, +21, +27, -33;
4. Установки, що сприяють емпатії: +4, -10, -16, -22, -28, -34;
5. Проникаюча здатність в емпатії: +5, -11, -17, +23, -29, -35;
6. Ідентифікація в емпатії: +6, +12, +18, -24, +30, -36.

Інтерпретація результатів. Аналізуються показники окремих шкал і загальна сумарна оцінка рівня емпатії. Оцінки на кожній шкалі можуть варіювати від 0 до 6 балів і вказують на значущість конкретного параметру в структурі емпатії.

Раціональний канал емпатії характеризує спрямованість уваги, сприйняття й мислення емпатуючого на сутність будь-якої іншої людини – на її стан, проблеми, поведінку. Це довільний інтерес до іншого, що відкриває шляхи емоційного та інтуїтивного відображення партнера. У раціональному компоненті емпатії не слід шукати логіку або мотивацію інтересу до іншого. Партнер привертає увагу своєю сутністю, що дозволяє емпатуючому неупереджено виявляти його сутність.

Емоційний канал емпатії. Фіксується здатність емпатуючого входити в емоційний резонанс з оточуючими – співпереживати. Емоційна чуйність у цьому випадку стає засобом „входження” в енергетичне поле партнера. Зрозуміти його внутрішній світ, спрогнозувати поведінку й ефективно впливати можливо тільки в тому випадку, якщо відбулося енергетичне підстроювання до емпатованого. Співучасть і співпереживання виконують роль сполучної ланки, провідника від емпатуючого до емпатованого й навпаки.

Інтуїтивний канал емпатії. Бальна оцінка свідчить про здатність респондента бачити поведінку партнерів, діяти в умовах дефіциту вихідної інформації про них, спираючись на досвід, що зберігається в підсвідомості. На рівні інтуїції замикаються й узагальнюються різні відомості про партнерів. Інтуїція, мабуть, якнайменше залежить від оцінних стереотипів, ніж осмислене сприйняття партнерів.

Установки, що сприяють або перешкоджають емпатії, відповідно, полегшують або ускладнюють дію всіх емпатичних каналів. Ефективність емпатії, імовірно, знижується, якщо людина намагається уникати особистих контактів, вважає недоречним виявляти цікавість до іншої особистості, переконала себе спокійно ставитися до переживань і проблем оточуючих. Подібні умовиводи різко обмежують діапазон емоційної чуйності й емпатичного сприйняття. Навпаки, різні канали емпатії діють активніше й надійніше, якщо немає перешкод з боку установок особистості.

Проникаюча здатність в емпатії розцінюється як важлива комунікативна властивість людини, що дозволяє створювати атмосферу

відкритості, довіри, чуйності. Кожен із нас своєю поведінкою і ставленням до партнерів сприяє інформаційно-енергетичному обміну або перешкоджає йому. Розслаблення партнера сприяє емпатії, а атмосфера напруженості, неприродності, підозрливості перешкоджає розкриттю та емпатичному осягненню.

Ідентифікація – ще одна неодмінна умова успішної емпатії. Це вміння зрозуміти іншого на основі співпереживань, постановки себе на місце партнера. В основі ідентифікації легкість, рухливість і гнучкість емоцій, здатність до наслідування.

Шкальні оцінки виконують допоміжну роль в інтерпретації основного показника – рівня емпатії.

Сумарний показник теоретично може змінюватися в межах від 0 до 36 балів. За попередніми даними, можна вважати: 30 балів і вище – дуже високий рівень емпатії; 29–22 – середній; 21–15 – занижений; менше 14 балів – дуже низький.

6. Взаємовідносини із співрозмовником

Оцініть кожне висловлювання за 4-бальною шкалою, згадавши при цьому конкретні ситуації.

1. Мій співрозмовник не впертий і дивиться на речі широко.
2. Він поважає мене.
3. Обговорюючи різні точки зору, ми дивимося на справу по суті. Дрібниці нас не хвилюють.
4. Мій співрозмовник розуміє, що я прагну до гарних взаємин.
5. Він завжди гідно оцінює мої висловлювання.
6. Під час бесіди він відчуває, коли треба слухати, а коли – говорити.
7. Під час обговорення конфліктної ситуації я стриманий.
8. Я відчуваю, коли моє повідомлення цікаве.
9. Мені подобається проводити час у бесідах.
10. Коли ми доходимо згоди, то добре знаємо, що робити кожному з нас.
11. Якщо потрібно, мій співрозмовник готовий продовжувати обговорення.
12. Я намагаюся йти назустріч його проханням.
13. Я вірю його обіцянкам.
14. Ми обоє намагаємося догодити один одному.
15. Мій співрозмовник звичайно говорить по суті й без зайвих слів.

16. Після обговорення різних точок зору я відчуваю, що це мені корисно.

17. У будь-якій ситуації я уникаю занадто різких висловлювань.

18. Я широко намагаюся зрозуміти співрозмовника.

19. Я цілком можу розраховувати на його ширість.

20. Я вважаю, що гарні взаємини залежать від обох.

21. Після неприємної розмови ми зазвичай намагаємось бути уважними одне до одного і не ображаємось.

Підраховуючи бали, ви одержите три результати.

Взаємна підтримка – сума балів у рядках № 2, 5, 9, 12, 14, 18, 20.

Злагодженьсть у спілкуванні – № 1, 4, 6, 8, 11, 15, 19.

Залагоджування конфлікту – № 3, 7, 10, 13, 16, 17, 21.

21 бал і вище вважається за норму.

Якщо недобір за взаємною підтримкою – вам слід бути більш уважними до співрозмовника. Погана злагодженьсть у спілкуванні – симптом того, що саме спілкування відбувалося за несприятливих умов – поспіх, відсутність приводу для обговорення й т. п. Нарешті, якщо у вас труднощі з залагоджуванням конфлікту, то потрібно активніше шукати шляхи до взаєморозуміння.

7. Ваша комунікативна установка

Вам треба прочитати кожне із запропонованих нижче суджень і відповідати „так” або „ні”, виражаючи згоду або незгоду з ними. Рекомендуємо скористатися аркушем паперу, на якому фіксується номер питання й ваша відповідь; потім протягом подальших наших пояснень, звертайтеся до свого запису. Будьте уважними та щирими:

1. Мій принцип у відносинах з людьми: довіряй, але перевіряй.

2. Краще думати про людину погано й помилитися, ніж навпаки (думати добре й помилитися).

3. Високопосадові особи, зазвичай, хитруни.

4. Сучасна молодь не здатна до глибоких почуттів у коханні.

5. З роками я став більш закритим, тому що часто доводилося розплачуватись за свою відкритість.

6. Практично в будь-якому колективі присутні заздрість або підсидження.

7. Більшість людей позбавлена почуття жалю до інших.

8. Більшість працівників на підприємствах і в установах намагається прибрати до рук усе, що погано лежить.

9. Підлітки здебільшого сьогодні виховані гірше, ніж коли-небудь.
10. У моєму житті часто зустрічалися цинічні люди.
11. Буває так: робиш добро людям, а потім жалкуєш про це, тому що вони платять невдячністю.
12. Добро повинне бути з кулаками.
13. З нашим народом можна побудувати щасливе суспільство в не-далекому майбутньому.
14. Нерозумних навколо себе бачиш частіше, ніж розумних.
15. Більшість людей, з якими доводиться мати ділові стосунки, грають порядних, але по суті вони інші.
16. Я дуже довірлива людина.
17. Праві ті, хто вважають: треба більше боятися людей, а не звірів.
18. Милосердя в нашому суспільстві в найближчому майбутньому залишиться ілюзією.
19. Наша дійсність робить людину стандартною, безликою.
20. Вихованість у моєму оточенні на роботі – велика рідкість.
21. Я практично завжди зупиняюся, щоб дати на прохання перехо-жого жетон для телефону-автомата в обмін на гроші.
22. Більшість людей піде на аморальні вчинки заради особистих інтересів.
23. Люди, як правило, безініціативні в роботі.
24. Люди похилого віку в більшості показують свою злостивість кожному.
25. Більшість людей на роботі люблять попліткувати одне про одного. Отже, ви ознайомилися з питаннями й зафіксували свої відповіді. Тепер переходимо до обробки даних і інтерпретації результатів.

Ознаки негативної установки

1. *Завуальована жорстокість у відносинах до людей*, у судженнях про них. У замаскованій або непрямій формі судження особистості містять недобррозичливість, сторожкість у відносинах з багатьма парт-нерами, негативні висновки про людей, небажання відгукуватися на їхні проблеми. Подібні умовиводи несуть у собі негативну енергію. Зрозуміло, знайдеться не так багато добровольців, які самі зізналися б у них. Більшість із нас вірить у свою доброзичливість, чуйність та інші соціально схвалювані якості, ігноруючи або згладжуючи в самооцінках те, що суперечить бажаному Я. Проте життя показує й інше. Повер-ніться, будь ласка, до питань, на які ви відповідали на самому початку розгляду. Про завуальовану твердість у відносинах до людей свідчать такі варіанти відповідей (у дужках вказується кількість балів, що нараховуються за відповідний варіант): 1 – так (3), 6 – так (3), 11 – так

(7), 16 – ні (3), 21 – ні (4). Максимально можна набрати 20 балів. Скільки вийшло у вас? Чим більше зароблених балів, тим відчутніше виражена завуальована жорстокість у ставленні до людей.

Поміркуйте над відповідями, що збіглися з ключем: можливо, вам захочеться переглянути свої позиції. Наприклад, ви стверджуєте, що ваш принцип у відношенні до людей: довіряй, але перевіряй. Погодьтеся, що в такій непрямій формі виявляється схильність до підозрливості, тому що якщо ви довіряєте кому-небудь, значить вам немає чого стежити за ним. Або ви робите добро людям, а потім жалкуєте про це, тому що не одержали відповідної подяки. Хіба дійсна доброта здійснюється в корисливих цілях і вимагає оцінки з боку того, кому вона адресована? Доброта безумовна, вона діється за покликом душі, а якщо хтось невдячний, так це його моральна вада. Можливо, ви відзначили, що не завжди зупиняєтеся, щоб дати перехожому жетон для телефону-автомата в обмін на гроші. Про що це свідчить? Про те, що дрібні проблеми інших вас не цікавлять, що вам не хочеться зауважувати на них. І, будь ласка, не шукайте собі виправдання: а якщо я поспішаю, якщо немає жетона та інше. Адже ви розумієте, що в заданому питанні мається на увазі загальна ситуація, принцип ставлення до ближнього, а не конкретний випадок.

2. Відкрита жорстокість у відносинах з людьми. Особистість не приховує та не пом'якшує своїх негативних оцінок й переживань з приводу більшості оточуючих: висновки про них різкі, однозначні й зроблені, можливо, назавжди. Про відкриту жорстокість ви можете судити з таких питань із наведеного вище опитування: 2 – так (9), 7 – так (8), 12 – так (10), 17 – так (10), 22 – так (8). Скільки у вас балів з 45 можливих? На які саме питання ви відповідали ствердно? Замисліться над їхнім змістом і спробуйте переглянути свої переконання. Наприклад, ви вважаєте, що споконвіку краще думати про людину погано й помилитися, ніж думати добре. Такий умовивід заздалегідь негативно налаштовує вас практично на будь-якого партнера. Він вам ще погано відомий, можливо, він прекрасна людина, але ви вже підстрахували себе на випадок розчарування – ви насторожені, вами керує негативний досвід. Як говориться, обпеклися на молоці, а дмете на воду. Подібні очікування не можуть сприяти зміцненню контактів. Важко погодитися й з тими, хто певен у тому, що треба більше боятися людей, а не звірів. До чого може призвести таке моральне налаштування? Інша людина його активно відстоює або говорить: „Я ж не показую своє переконання в спілкуванні з ким-небудь”. Але дозволимо собі заперечити у відповідь: якщо сформувалася певна установка, то навіть у прихованому вигляді вона визначає ставлення особистості до людей.

Енергетика негативних установок досягає партнерів. Наші спостереження повністю підтверджують таку закономірність: коли опитувані завзято захищають тезу про те, що люди страшніше звірів, то, як правило, у них проблеми в спілкуванні з близькими й колегами, вони недоброчинливі, озлоблені, інколи навіть агресивні, хоча часто не знаходять у собі цих рис.

3. *Обґрунтований негативізм у судженнях про людей.* Такий виражається в об'єктивно зумовлених негативних висновках про деякі типи людей і окремі сторони взаємодії: адже в житті мають місце прикрі явища, не зауважувати на які було б наївно. Тому частка негативізму в установці до людей неминуча – не можна ж сприймати дійсність крізь рожеві окуляри. Обґрунтований негативізм виявляється в таких питаннях і варіантах відповідей: 3 – так (1), 8 – так (1), 13 – ні (1), 18 – так (1), 23 – так (1). Максимальна кількість балів – 5, набрати їх не вважається за сором. Однак привертає увагу цей особливий тип опитуваних. Вони демонструють досить виражену жорстокість – завуальовану або відкрити, або й ту, і іншу відразу, але в той же час немов носять рожеві окуляри: на те, що викликає обґрунтований негативізм, не зауважують. Послухати таких, виходить, що наші чиновники переважно всі хороші, ніхто не краде за місцем служби, не за горами щасливе майбутнє суспільства, у якому ми живемо. За нашими спостереженнями, такі погляди демонструють досить складні особи: внутрішньосуперечливі, непослідовні у висловлюваннях, із заниженою самокритичністю, схильні до вихвалень й зухвалої поведінки. У всякому разі, вони підсоложують дійсність, мабуть, бажаючи показати своє лояльне ставлення до неї. Звичайно такі люди є джерелом підвищеної негативної енергії.

4. *Брюзжання*, тобто схильність робити необґрунтовані узагальнення негативних фактів в області взаємин з партнерами та у спостереженні за соціальною дійсністю. Про наявність такого компонента в негативній установці свідчать наступні питання зі згаданого опитувача: 4 – так (2), 9 – так (2), 14 – так (2), 19 – так (2), 24 – так (2). Максимальна кількість балів – 10. А як справи з брюзжанням у вас? Пам'ятайте: навіть епізодичні приступи брюзжання несуть у собі негативну енергію й викликають дискомфорт у партнерів.

5. *Негативний особистий досвід спілкування з оточуючими.* Цей компонент установки показує, якою мірою вам щастило в житті на найближче коло знайомих і партнерів по спільній діяльності (у попередніх показниках оцінювалися скоріше загальні ситуації). Про негативний особистий досвід контактів свідчать питання: 5 – так (5), 10 – так (5), 15 – так (5), 20 – так (4), 25 – так (1). Скільки балів набрали ви з 20 максимально можливих? Негативний досвід спілкування відіграє роль

конденсатора, який утримує постійну високу напругу негативної енергії емоцій. Часом досить невеликого провокуючої обставини, щоб такий досвід відтворився у свідомості й поведінці особистості та відбився на відносинах з людьми. Партнери можуть не знати й не здогадатися про те, що у свій час пережила особистість, але вони неодмінно піддаються негативному енергетичному впливу й відчують дискомфорт.

Підіб'ємо підсумки:

Завуальована жорстокість – 20

Відкрита жорстокість – 45

Обґрунтований негативізм – 5

Бурчання – 10

Негативний досвід спілкування – 20

Разом – 100.

Який сумарний бал отриманий вами, якщо врахувати всі показники негативної комунікативної установки? Якщо ви одержали бал вище загального середнього – 33, це свідчить про наявність вираженої негативної комунікативної установки, яка, цілком ймовірно, несприятливо позначається на самопочутті партнерів. Можливо, у вас виходить приспати свідомість учасників спільної діяльності, але на підсвідомому рівні вони обов'язково відчують дискомфорт. Саме в таких випадках про людину говорять „чимсь вона насторожує”, „у неї цеглина за пазухою”, „м'яко стелить, однак жорстко спати”.

Енергетику негативної комунікативної установки неможливо сховати від сенсорних систем партнера. Проблеми з'являться навіть у тому випадку, якщо ви намагаєтеся ретельно маскувати своє негативне налаштування щодо оточуючих, наприклад на роботі. Справа в тому, що, коли ви змушуєте себе стримуватися, бути коректним, виникає постійна напруга. З погляду етики, можливо, все складається бездоганно, однак, розплачуватися за це доводиться високою психологічною ціною, рано чи пізно стан напруги призведе до стресу, нервового зриву, не виключено, що розрядка час від часу відбувається за межами роботи – у родині, у спілкуванні з приятелями або в громадських місцях, що теж неприємно.

8. Чи приємно з вами спілкуватися?

Часом людині складно глянути на себе з боку. Цей тест призначений для того, щоб з'ясувати, наскільки Ви приємні в спілкуванні.

1. Ви любите більше слухати, ніж говорити?

2. Ви завжди можете знайти тему для розмови навіть із незнайомою людиною?

3. Ви завжди уважно слухаєте співрозмовника?
4. Чи любляете ви давати поради?
5. Якщо тема розмови вам нецікава, чи будете показувати це співрозмовнику?
6. Чи дратуєтеся, коли вас не слухають?
7. У вас є власна думка із кожного питання?
8. Якщо тема розмови вам незнайома, чи будете її розвивати?
9. Ви любляете бути центром уваги?
10. Чи є хоча б три предмети, з яких ви маєте досить міцні знання?
11. Ви гарний оратор?

Якщо ви відповіли позитивно на запитання 1, 2, 3, 6, 7, 8, 9, 10, 11, можете зарахувати собі по одному балу за кожну відповідь, що збіглася. А тепер порахуємо.

1-3 бали. Складно сказати, чи то ви мовчун, з якого не витягнеш ні слова, чи то настільки товариські, що вас намагаються уникати, але факт залишається фактом: спілкуватися з вами далеко не завжди приємно, але завжди вкрай складно. Вам варто було б над цим замислитись.

4-9 балів. Ви, можливо, і не занадто товариська людина, але майже завжди уважний і приємний співрозмовник, хоча можете бути й досить неуважним, коли не в дусі, але ви не вимагаєте в такі хвилини особливої уваги до вашої персоні від навколишніх.

9-11 балів. Ви, напевно, одна з найприємніших у спілкуванні людей. Навряд чи друзі зможуть бути без вас. Це чудово. Постає тільки одне запитання: вам дійсно приємна увесь час ваша роль або іноді вам доводиться грати, як на сцені?

9. Оцінка рівня комунікабельності (тест Ряхівського)

Інструкція: Вашій увазі пропонується кілька простих запитань. Відповідайте швидко, однозначно: „так”, „ні”, „іноді”.

Текст опитування

1. У вас має бути ординарна або ділова зустріч. Чи вибиває Вас з колії її очікування?
2. Чи викликає у Вас знітнення та невдоволення доручення виступити з доповіддю, повідомленням, інформацією на якій-небудь нараді, зборах або подібному заході?
3. Чи не відкладаєте ви візит до лікаря до останнього моменту?

4. Вам пропонують виїхати у відрядження до міста, де ви ніколи не були. Чи докладете ви максимум зусиль, щоб уникнути цього відрядження?

5. Чи любите ви ділитися своїми переживаннями з будь-ким?

6. Чи дратуєтеся ви, якщо незнайома людина на вулиці звернеться до вас із проханням (показати дорогу, назвати час, відповісти на якесь запитання)?

7. Чи вірите ви, що існує проблема „батьків і дітей” і що людям різних поколінь важко розуміти один одного?

8. Чи посоромитеся ви нагадати знайомому, що він забув вам повернути гроші, які узяв у борг кілька місяців тому?

9. У ресторані або в їдальні вам запропонували вочевидь неякісну їжу. Чи змовчите ви, лише роздратовано відсунувши тарілку?

10. Опинившись наодинці з незнайомою людиною. Ви не почнете з нею спілкування й будете не задоволені, якщо першою заговорить вона. Чи так це?

11. Вас жахає будь-яка довга черга, де б вона не була (у магазині, бібліотеці, касі кінотеатру). Чи волієте ви відмовитися від свого наміру або встанете в кінець черги і будете нудьгувати чекаючи?

12. Чи боїтеся ви брати участь у якій-небудь комісії з розгляду конфліктних ситуацій?

13. У Вас є власні суто індивідуальні критерії оцінки здобутків літератури, мистецтва, культури й ніяких чужих думок на цей рахунок ви не визнаєте. Це так?

14. Почувши десь у кулуарах висловлювання вочевидь помилкової точки зору щодо питання, з якого ви добре обізнані, чи волієте ви промовчати й не вступати в розмову?

15. Чи викликає у вас неприязнь чие-небудь прохання допомогти розібратися в тому або іншому службовому питанні або навчальній темі?

16. Ліпше ви викладаєте свою точку зору (думку, оцінку) в письмій формі, чи в усній?

Оцінка відповідей:

„так” – 2 бали, „іноді” – 1 бал, „ні” – 0 бали.

Отримані бали підсумовуються, і по класифікатору визначається, до якої категорії відноситься респондент.

Класифікатор тесту:

30–31 бали. Ви некомунікабельні, і це ваше лихо, тому що найбільше страждаєте від цього ви самі. Але й близьким вам людям нелегко.

На вас важко покластися в справі, яка вимагає групових зусиль. Намагайтеся більше спілкуватись, контролюйте себе.

25–29 бали. Ви замкнені, неговірки, віддасте перевагу самотності, тому у вас мало друзів. Нова робота й необхідність нових контактів якщо й не викликають у вас у паніку, то надовго виводять з рівноваги. Ви знаєте цю особливість свого характеру й буваєте незадоволені собою. Але не обмежуйтеся тільки таким невдоволенням – ви маєте право переломити ці особливості характеру. Хіба не буває, що при якомусь сильному захопленні ви стаєте комунікабельним? Варто лише збадьоритись.

19–24 бали. Ви певною мірою товариські і в незнайомому середовищі почуваете себе цілком упевнено. Нові проблеми вас не лякають. І все-таки з новими людьми сходитесь обережно, в суперечках і диспутах берете участь неохоче. У Ваших висловлюваннях часом занадто багато сарказму, без жодних на те підстав. Ці недоліки можна виправити.

14–18 бали. У вас нормальна комунікабельність. Ви допитливі, охоче слухаєте цікавого співрозмовника, досить терплячі в спілкуванні, відстоюєте свою точку зору без запалу. Без неприємних переживань йдете на зустріч із новими людьми. У той же час не любите гучних компаній; екстравагантні витівки й багатослівність викликають у вас роздратування.

9–13 бали. Ви досить товариські (часом, можливо, навіть надміру), цікаві, говірки, любите висловлюватися з різних питань, що, буває, викликає роздратування оточуючих. Охоче знайомитесь з новими людьми. Любите бувати в центрі уваги, нікому не відмовляєте в проханнях, хоча не завжди можете їх виконати. Буває, роздратуєтесь, але швидко відходите. Чого вам бракує, так це посидючості, терпіння й відваги при зіткненні з серйозними проблемами. При бажанні, однак, ви можете себе змусити не відступати.

4–8 бали. Ви, мабуть, „сорочка-хлопець”. Товариськість б’є з Вас ключем. Ви завжди в курсі всіх справ. Ви любите брати участь у всіх дискусіях, хоча серйозні теми можуть викликати у Вас мігрень або навіть нудьгу. Охоче берете слово щодо будь-якого питання, навіть якщо маєте про нього поверхневе уявлення. Усюди почуваете себе у своїй тарілці. Беретеся за будь-яку справу, хоча не завжди можете успішно довести її до кінця. З цієї причини керівники й колеги ставляться до вас із деяким побоюванням і сумнівами. Замисліться над цими фактами.

3 бали і менше. Ваша комунікабельність носить хворобливий характер. Ви балакучі, багатослівні, втручаєтесь в справи, які не мають до вас жодного стосунку. Беретеся судити про проблеми, у яких зовсім не компетентні. Так чи інакше ви часто буваєте причиною різного роду

конфліктів у вашому оточенні. Запальні, вразливі, нерідко буваєте не-об'єктивними. Серйозна робота не для вас. Людям – і на роботі, і вдома, і взагалі всюди – важко з вами. Вам треба попрацювати над собою і своїм характером! Насамперед виховуйте в собі терплячість і стриманість, шанобливо ставтесь до людей, нарешті, подумайте про своє здоров'я – такий стиль життя не проходить даремно.

10. Чи вмієте ви говорити і слухати?

Пройдіть цей тест (так званий тест Маклені – на честь американського психолога) для того, щоб нарешті з'ясувати – чи вмієте ви говорити й слухати. Відповідайте „так” або „ні”.

1. Коли ви розмовляєте, пояснюєте що-небудь, чи уважно стежите за тим, щоб слухач зрозумів вас?
2. Чи підбираєте слова, що відповідають його підготовці?
3. Чи обмірковуєте вказівки, розпорядження, перш ніж їх висловити?
4. Якщо ви висловили нову думку й підлеглий не задає запитань, чи вважаєте, що він зрозумів її?
5. Чи стежите за тим, щоб ваші висловлювання були якомога більш певними, чіткими, короткими?
6. Чи обмірковуєте попередньо свої ідеї, пропозиції, щоб не говорити незв'язно?
7. Чи заохочуєте запитання?
8. Ви вважаєте, що: а) знаєте думки оточуючих; б) ставите запитання, щоб це з'ясувати?
9. Чи розрізняєте факти й думки?
10. Чи шукаєте все нові заперечення проти аргументів співрозмовника?
11. Чи намагаєтесь, щоб ваші підлегли у всьому погоджувалися з вами?
12. Чи завжди говорите зрозуміло, чітко, повно, коротко й чемно?
13. Чи робите ви паузи в мові, щоб і самому зібратися з думками, і слухачам дати можливість обміркувати ваші пропозиції, поставити запитання?

Якщо ви не замислюючись відповісте „так” на всі питання, крім 4, 8, 10 і 11, можна вважати, що ви володієте засобами грамотного спілкування, вмієте викладати свої думки й слухати співрозмовника.

11. Уміння слухати

На кожне з питань потрібно дати відповіді, які оцінюються: „майже завжди„ – 2 бали; „у більшості випадків” – 4 бали; „іноді” – 6 балів; „рідко” – 8 балів; „майже ніколи” – 10 балів.

1. Чи намагаєтеся ви „згорнути” бесіду в тих випадках, коли її тема (чи й співрозмовник) нецікаві вам?
2. Чи дратують вас манери вашого співрозмовника?
3. Чи може невдале висловлювання співрозмовника спровокувати вас на різкість або брутальність?
4. Чи уникаєте ви вступати в бесіду з невідомою або малознайомою вам людиною?
5. Чи маєте ви звичку перебивати співрозмовника?
6. Чи робите вигляд, що уважно слухаєте, а самі думаєте зовсім про інше?
7. Чи змінюється ваш тон, голос, вираз обличчя залежно від того, хто ваш співрозмовник?
8. Чи змінюєте тему розмови, якщо співрозмовник торкнувся неприємного для вас питання?
9. Чи виправляєте співрозмовника, якщо в його мові зустрічаються неправильно вимовлені слова, назви, вульгаризми?
10. Чи буває у вас поблажливий менторський тон, з відтінком зневаги й іронії стосовно співрозмовника?

Зайве нагадувати, що точну відповідь ви одержите при бажанні відповісти з максимальною щирістю на всі питання.

Якщо в підсумку ви набрали суму більше 62 балів, то ви слухач „вище за середній рівень”. Іншими словами – чим більше у вас балів, тим більше у вас розвинене вміння слухати.

12. Тест на незалежність

У цьому опитуванні питання мають кілька варіантів відповідей. Необхідно обрати той, який більше вам підходить.

1. Закінчивши школу, як ви ухвалили рішення щодо своєї майбутньої професії і навчання?
 - а) вирішили це питання самостійно, дотримуючись своїх вподобань і оцінки своїх здібностей;

- б) дослухався до думки своїх батьків і родичів;
- в) дослухався до поради близьких друзів.

2. На що ви розраховували, вступаючи до обраного вами навчального закладу?

- а) тільки на свої сили;
- б) на зв'язки й сприятливий результат вступних іспитів;
- в) тільки на зв'язки з людьми, які обіцяли допомогти.

3. Як під час навчання ви готувалися до іспитів і до занять?

- а) розраховували на свою працьовитість;
- б) іноді зверталися до допомоги однокурсників і викладачів;
- в) розраховували тільки на чужу допомогу.

4. Як ви влаштувалися на роботу після завершення навчання?

- а) по розподілу;
- б) скористався для цього інформацією обізнаних людей;
- в) влаштувався завдяки зв'язкам.

5. Яким чином за складних ситуацій на роботі ви ухвалюєте рішення?

- а) розраховую тільки на свій досвід і знання;
- б) іноді консультуюся з колегами;
- в) завжди раджуся з людьми.

6. Чим в основному був продиктований ваш вибір партнера при одруженні?

- а) зовсім самостійно ухваленим рішенням;
- б) думкою близьких і знайомих людей;
- в) рішенням батьків, прийнятим незалежно від мене.

7. Якщо ваша дружина (чоловік) перебуває в тривалому відрядженні, то чи спроможні ви самі, припустимо, обрати житло, купити меблі, прийняти інші важливі життєві рішення?

- а) так;
- б) так, після порад з людьми, але найкраще відкласти схвалення рішення до приїзду чоловіка;
- в) ні.

8. Наскільки заповзятю в підлітковому віці ви обстоювали свою думку:

- а) завжди відстоював;
- б) сперечався з батьками, і кожний з нас звичайно залишався при своїй думці, враховуючи, однак, і думку іншої сторони;
- в) у більшості випадків не міг самостійно вирішити, як бути й відмовлявся від своєї думки.

9. Наскільки заповзято в цей час ви обстоюєте свою думку в спілкуванні з домашніми, колегами по роботі, з друзями?

- а) відстоюю завжди, незалежно від людей і обставин;
- б) відстоюю досить часто;
- в) відстоюю досить рідко, частіше – йду на поступки.

10. Як ви розвиваєтесь як особистість у професійній, громадській і інтелектуальній сферах?

- а) повністю всі сили й час віддаю роботі;
- б) для мене дуже важлива думка чоловіка (або) і близьких людей;
- в) повністю покладаюся на їхню [чоловіка (або) і близьких людей] думку.

11. Якщо ваші близькі потребують поліпшення свого здоров'я і якщо ви бачите, що вони самі не стежать за ним, наносячи тим самим собі шкоду, то?

- а) ви змушуєте їх стежити за своїм здоров'ям;
- б) ви натякаєте й час від часу тактовно нагадуєте про це;
- в) думаєте про це, але фактично нічим не допомагаєте.

Оцінка результатів

За вибір варіанту відповіді „а” респондент одержує **4 бали**. За вибір варіанта відповіді „б” нараховується **2 бали**. За вибір варіанта відповіді „в” він здобуває **0 балів**. На закінчення підраховується загальна сума балів, набраних респондентом, і на її основі робиться висновок про ступінь розвитку в нього якості особистості „незалежність”.

При сумі балів **від 33 до 44** вважається, що людина надто незалежна у своїх судженнях і вчинках і фактично не зважає на думки оточуючих людей.

При сумі балів **від 15 до 29** робиться висновок про те, що людина досить незалежна, але у своїй незалежності все-таки з увагою й повагою ставиться до думок інших людей.

При загальній сумі балів **від 0 до 14** індивід розглядається як залежний від оточуючих людей, несамостійний, невпевнений у собі.

13. Тест на оптимізм

У цьому тесті необхідно, познайомившись із кожним з наступних 20 суджень, обрати один із чотирьох варіантів відповідей на нього, поданих нижче відповідного судження й позначених літерами „а”, „б”, „в” і „г”.

1. Ваші сни:
 - а) драматичні (страшні);
 - б) мрячні й неясні;
 - в) приємні;
 - г) в основному еротичні.
2. Про що ви найчастіше думаете вранці, тільки-но прокинувшись?
 - а) про те, яка буде погода;
 - б) про улюблену роботу;
 - в) про роботу, яка неприємна, але повинна бути виконана;
 - г) про кохану людину.
3. Як ви звичайно снідаєте?
 - а) сервірую стіл, виділяючи достатній для цього час;
 - б) під час сніданку скаржуся на те, що не виспався;
 - в) люблю поговорити під час сніданку;
 - г) поспішаю поспідати, тому що часто запізнююся.
4. Коли ви читаете газету, то на чому одразу ви зупиняєте свою увагу?
 - а) на політичних і економічних новинах;
 - б) на матеріалах про спорт;
 - в) на статтях про новини культури.
5. Як ви реагуєте, прочитавши про якусь надзвичайну подію, скандал, злочин?
 - а) не реагуєте ніяк, це вам байдуже;
 - б) турбуєтеся про те, щоб таке не трапилося з вами;
 - в) обурюєтеся тим, що органи безпеки й правосуддя не можуть навести лад;
 - г) розглядаєте те, що трапилося як те, що мало бути, цілком природньо.
6. Як ви поведетеся при першій зустрічі з незнайомою людиною?
 - а) без коливань довіряюся їй;
 - б) чекаю, коли вона про щось запитає мене;
 - в) з цікавістю спостерігаю за нею;
 - г) стежу за нею, але без особливого інтересу.
7. Що ви робите, якщо зауважуєте, що хтось розглядає вас на вулиці, у метро, у якому-небудь іншому громадському місці?
 - а) починаю турбуватися про те, що, напевно, виглядаю смішно;
 - б) мені стає неприємно;
 - в) дивлюся на себе в яке-небудь дзеркало, скло, щоб бачити своє відображення;
 - г) не звертаю на це ніякої уваги.

8. Якщо ви шукаєте потрібну адресу в незнайомому місті, то віддасте перевагу?

- а) узяти таксі;
- б) розпитати про неї знайомих людей;
- в) спробуєте знайти її самі;
- г) будете увесь час відчувати побоювання, що вам не вдасться її відшукати.

9. З якими думками ви зазвичай починаєте свій робочий день?

- а) з надією, що він буде успішним;
- б) з бажанням, щоб робочий день скоріше скінчився;
- в) з очікуванням приємних розмов і зустрічей з товаришами по службі, колегами по роботі;
- г) з надією, що в цей день вас не очікують якісь неприємності й проблеми на роботі.

10. Якщо ви програєте в яку-небудь гру, то це?

- а) засмучує вас, і ви вважаєте, що це був для вас поганий день;
- б) змушує вас грати далі доти, поки ви не виграєте;
- в) вас не засмучує, бо ви вважаєте, що гра є гра, хтось у ній повинен програти;
- г) змушує вас придумувати спосіб, яким можна виграти гру.

11. Коли ви сидите за столом і вам подають невелику порцію чогонебудь дуже смачного, то ви:

- а) накидаєтеся на неї і з'їдаєте з великим апетитом;
- б) боїтеся того, що можете від цього погладшати;
- в) з'їдаєте її, але з деякими каяттями совісті;
- г) боїтеся того, що ваш шлунок цього не витримає.

12. Коли ви сваритесь з кимось, хто вам симпатичний, то:

- а) боїтеся того, щоб не зіпсувати остаточно відносини з цією людиною;
- б) ставитеся до цього спокійно, тому що бачите в цьому певний зміст і необхідність;
- в) вважаєте, що незабаром ви напевно знову помиритесь і все буде добре;
- г) вважаєте, що це добре, що відносини між будь-якими людьми не повинні бути занадто „гладкими”.

13. Коли у ванній кімнаті ви дивитесь на свою фігуру, то:

- а) знаходите її нормальною, хоча вважаєте, що може бути й краще;
- б) думаєте про те, що треба скинути зайву вагу, але для цього треба чимало працювати;

в) вважаєте, що ваша фігура не являє собою нічого особливого („фігура як фігура”);

г) відразу ж ухвалюєте рішення щодо того, що необхідно терміново зайнятися гімнастикою.

14. Наскільки природні ви в любовних відносинах?

а) я повністю й із захватом віддаюся любові, навіть короткочасній;

б) постійно аналізую свої відносини й думаю про те, наскільки приємний партнерові мій вияв почуттів;

в) мене увесь час щось гнобить, і я постійно стривожений, стурбований, не можу повністю віддатися своїм почуттям;

г) ні про що не турбуюся, відчуваю себе добре й вільно.

15. Ви пройшли медичний огляд і чекаєте його результатів. У цей час ви:

а) боїтеся, як би у вас не виявили якого-небудь серйозного захворювання;

б) упевнені в тому, що лікар вам однаково не скаже правду;

в) думаєте, що у вас нічого серйозного й вам нема чого боятися;

г) думаєте про те, що кожній людині краще вчасно довідатися всю правду про стан свого здоров'я.

16. Що ви відчуваєте, щодня спілкуючись із людьми?

а) привітні з ними або ставитесь з прохолодою залежно від людей і обставин;

б) часто відчуваєте себе ніяково й не знаєте як поводитися;

в) уважно спостерігаєте за реакціями людей на вашу поведінку, прислухаєтесь до того, що про вас говорять люди;

г) вам нерідко здається, що ви поведетесь не краще за інших.

17. Якщо вам випадає тривала подорож, то як ви до неї готуетесь?

а) ретельно її планую;

б) не сумніваюся в тому, що що-небудь обов'язково трапиться, що перешкодить подорожі;

в) не дуже ретельно готуетесь до неї;

г) до самого від'їзду перебуваєте в стані сильного занепокоєння й тільки потім, з початком подорожі, заспокоюєтесь.

18. Якому з перерахованих нижче кольорів ви надаєте перевагу?

а) червоний;

б) сірий;

в) зелений;

г) синій.

19. На що ви розраховуєте, коли ухвалюєте рішення?

- а) на удачу, везіння, щасливий випадок;
- б) тільки на самого себе;
- в) на тверезий розрахунок й об'єктивну оцінку обставин і фактів;
- г) на різного роду сигнали й знаки (з якої ноги встав, чи зустрів на вулиці чорну кішку й т. п.);
- д) на долю, якої не уникнеш.

20. Якщо у вас є можливість вибору, то що ви віддасте перевагу?

- а) одержати невелику спадщину;
- б) досягти стабільних успіхів у своїй професійній діяльності;
- в) створити що-небудь значне в науці, техніці, мистецтві, одержати визнання;
- г) зустріти кохану людину, знайти гарного друга.

Ключ до методики

У таблиці для кожного з 20 суджень і вибраної відповіді на нього зазначено кількість балів, якою оцінюється ця відповідь.

Таблиця

Відповіді	Порядковий номер судження									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
а	1	2	5	2	3	5	1	1	5	2
б	4	5	2	1	1	1	5	5	2	1
в	3	2	3	4	2	3	2	3	3	5
г	5	4	1	4	4	3	4	2	2	3
д	1									
Відповіді	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
а	5	1	5	3	2	5	2	3	2	3
б	2	2	2	2	1	2	1	1	5	1
в	3	5	3	1	4	3	4	2	3	5
г	1	3	2	5	3	4	2	4	1	4
д									2	

Для кожного респондента визначається загальна сума балів, набраних за відповідями на всі 20 суджень, і на їх основі робляться наступні висновки про рівень розвитку такої якості, як оптимізм (або, відповідно, протилежної якості – песимізм):

91–100 балів – надмірний оптимізм, не обґрунтований реальними обставинами життя, що межує з деякою легковірністю.

76–90 балів – трохи завищений, але загалом-то нормальний оптимізм, який, однак, заважає іноді усвідомлювати й виправляти недоліки.

61–75 балів – тверезий реалізм, заснований на нормальному оптимізмі, який у різних соціальних ситуаціях домінує.

48–60 балів – тверезий погляд на світ з песимізмом, що виникає доволі часто.

36–47 балів – песимізм найчастіше бере гору, хоча іноді проявляються риси оптимізму.

24–35 балів – надмірний, невиправний песимізм, не обґрунтований реальними життєвими подіями.

14. Діагностика стану агресії (опитувальник Басса-Дарки)

А. Басс розділив поняття агресії й ворожості та визначив останню як: „... реакцію, що розбурхує негативні почуття й негативні оцінки людей і подій”. Створюючи свій опитувач, що диференціює прояви агресії й ворожості, А. Басс і А. Дарка виділили наступні *види реакцій*:

1. Фізична агресія – використання фізичної сили проти іншої особи.

2. Непряма – агресія, обхідним шляхом спрямована на інша особу або ні на кого не спрямована.

3. Роздратування – готовність до прояву негативних почуттів при найменшому порушенні (запальність, брутальність).

4. Негативізм – опозиційна манера в поведінці від пасивного опору до активної боротьби проти звичаїв, що встановилися, і законів.

5. Образа – заздрість і ненависть до навколишніх за дійсні й вигадані дії.

6. Підозрілість – у діапазоні від недовіри й обережності стосовно людей до переконання в тому, що інші люди планують і приносять шкоду.

7. Вербальна агресія – вираження негативних почуттів як через форму (лемент, вереск), так і через зміст словесних відповідей (прокльони, погрози).

8. Почуття провини – виражає можливе переконання суб'єкта в тому, що він є поганою людиною, що коїть зло, але й також відчуває докори сумління.

Опитувальник складається з 75 тверджень, на які респондент відповідає „так” або „ні”.

ОПИТУВАЛЬНИК

1. Часом я не можу подолати бажання завдати шкоди іншим.	так	ні
2. Інколи пліткую про людей, яких не люблю.	так	ні
3. Я легко стаю знервованим, але швидко заспокоююся.	так	ні
4. Якщо мене не попросят добре, я не виконаю.	так	ні
5. Я не завжди отримую те, що маю отримати.	так	ні
6. Я не знаю, що люди говорять про мене за спиною.	так	ні

7. Якщо я не схвалюю поведінку друзів, я даю їм це відчути.	так	ні
8. Коли мені випадало надурити кого-небудь, я відчував докори сумління.	так	ні
9. Мені здається, що я не здатний ударити людину.	так	ні
10. Я ніколи не дратуюся настільки, щоб кидатися предметами.	так	ні
11. Я завжди поблажливий до чужих недоліків.	так	ні
12. Якщо мені не подобається встановлене правило, мені хочеться порушити його.	так	ні
13. Інші вміють майже завжди користуватися сприятливими обставинами.	так	ні
14. Я тримаюся насторожено з людьми, які ставляться до мене трохи більш дружньо, ніж я очікував.	так	ні
15. Я часто буваю не згодний з людьми.	так	ні
16. Іноді мені приходять думки, яких я соромлюся.	так	ні
17. Якщо хто-небудь першим ударить мене, я не відповім йому.	так	ні
18. Коли я дратуюся, я лясаю дверима.	так	ні
19. Я набагато більш дратівливий, ніж здається.	так	ні
20. Якщо хтось уявляє себе начальником, я завжди роблю йому на зло.	так	ні
21. Мене трохи засмучує моя доля.	так	ні
22. Я думаю, що багато хто з людей не люблять мене.	так	ні
23. Я не можу стриматися від суперечки, якщо люди не згодні зі мною.	так	ні
24. Люди, які уникають роботи, повинні відчувати почуття провини.	так	ні
25. Той, хто ображає мене й мою родину, запрошується на бійку.	так	ні
26. Я не здатний на грубі жарти.	так	ні
27. Мене охоплює лють, коли з мене насміхаються.	так	ні
28. Коли люди виставляють себе у ролі начальників, я роблю все, щоб вони не зазнавалися.	так	ні
29. Майже щотижня я бачу кого-небудь, хто мені не подобається.	так	ні
30. Багато хто з людей заздрить мені.	так	ні
31. Я вимагаю, щоб люди поважали мене.	так	ні
32. Мене пригнічує те, що я мало роблю для своїх батьків.	так	ні
33. Люди, які постійно дістають вас, варті того, щоб їх „кляцнули по носі”.	так	ні
34. Я ніколи не буваю похмурий від злості.	так	ні

35. Якщо до мене ставляться гірше, ніж я того заслуговую, я не засмучуюсь.	так	ні
36. Якщо хтось допікає мені, я не звертаю уваги.	так	ні
37. Хоча я й не показую цього, мене іноді гризуть заздрощі.	так	ні
38. Іноді мені здається, що з мене сміються.	так	ні
39. Навіть якщо я злюся, я не вдаюся до „сильних” висловів.	так	ні
40. Мені хочеться, щоб мої гріхи були скасовані.	так	ні
41. Я рідко даю здачі, навіть якщо хто-небудь ударить мене.	так	ні
42. Коли виходить не по-моєму, я іноді ображаюся.	так	ні
43. Іноді люди дратують мене однією своєю присутністю.	так	ні
44. Немає людей, яких би я по-справжньому ненавидів.	так	ні
45. Мій принцип: „Ніколи не довіряти „чужинцям”.	так	ні
46. Якщо хто-небудь дратує мене, я готовий сказати, що я про нього думаю.	так	ні
47. Я роблю багато такого, про що згодом жалкую.	так	ні
48. Якщо я розлючуся, я можу вдарити кого-небудь.	так	ні
49. З дитинства я ніколи не проявляв вибухів гніву.	так	ні
50. Я часто почуваюсь як на порохівій бочці, що ладна вибухнути.	так	ні
51. Якби всі знали, що я почуваю, мене б вважали людиною, з якою нелегко працювати.	так	ні
52. Я завжди думаю про те, які таємні причини змушують людей робити що-небудь приємне для мене.	так	ні
53. Коли на мене кричать, я починаю кричати у відповідь.	так	ні
54. Невдачі засмучують мене.	так	ні
55. Я б'юся не рідше й не частіше ніж інші.	так	ні
56. Я можу згадати випадки, коли я був настільки злим, що хапав річ, що потрапила мені під руку і ламав її.	так	ні
57. Іноді я відчуваю, що готовий першим почати бійку.	так	ні
58. Іноді я думаю, що життя чинить зі мною несправедливо.	так	ні
59. Раніше я думав, що більшість людей говорить правду, але тепер я в це не вірю.	так	ні
60. Я лаюся тільки від люті.	так	ні
61. Коли я вчиняю неправильно, мене мучить сором.	так	ні
62. Якщо для захисту своїх прав мені потрібно застосувати фізичну силу, я застосовую її.	так	ні
63. Іноді я виражаю свій гнів тим, що стукаю кулаком по столу.	так	ні
64. Я буваю грубим щодо людей, які мені не подобаються.	так	ні
65. У мене немає ворогів, які б прагли мені нашкодити.	так	ні
66. Я не вмію поставити людину на місце, навіть якщо вона того заслуговує.	так	ні

67. Я часто думаю, що жив неправильно.	так	ні
68. Я знаю людей, які здатні довести мене до бійки.	так	ні
69. Я не засмучуюся через дріб'язки.	так	ні
70. Мені рідко спадає на думку, що люди намагаються розлютити або образити мене.	так	ні
71. Я часто тільки погрожую людям, хоча й не збираюся приводити погрози у виконання.	так	ні
72. Останнім часом я став занудою.	так	ні
73. У суперечці я часто підвищую голос.	так	ні
74. Я намагаюся звичайно приховувати своє погане ставлення до людей.	так	ні
75. Я краще погоджуся з чимось, ніж почну сперечатися.	так	ні

Відповіді оцінюються за вісьмома шкалами у такий спосіб:

1. Фізична агресія:

„так” = 1, „ні” = 0: 1, 25, 31, 41, 48, 55, 62, 68, „ні” = 1, „так” = 0: 9, 7

2. Непряма агресія:

„так” = 1, „ні” = 0: 2, 10, 18, 34, 42, 56, 63, „ні” = 1, „так” = 0: 26, 49

3. Роздратування:

„так” = 1, „ні” = 0: 3, 19, 27, 43, 50, 57, 64, 72, „ні” = 1, „так” = 0: II, 35,

69

4. Негативізм:

„так” = 1, „ні” = 0: 4, 12, 20, 28, „ні” = 1, „так” = 0: 366

5. Образа:

„так” = 1, „ні” = 0: 5, 13, 21, 29, 37, 44, 51, 58

6. Підозрілість:

„так” = 1, „ні” = 0: 6, 14, 22, 30, 38, 45, 52, 59, „ні” = 1, „так” = 0: 33,

66, 74, 75

7. Вербальна агресія:

„так” = 1, „ні” = 0: 7, 15, 23, 31, 46, 53, 60, 71, 73, „ні” = 1, „так” = 0: 33, 66, 74, 75

8. Почуття провини:

„так” = 1, „ні” = 0: 8, 16, 24, 32, 40, 47, 54, 61, 67

Індекс ворожості містить у собі 5 і 6 шкалу, а індекс агресивності (як прямої, так і мотиваційної) містить у собі шкали 1, 3, 7.

Нормою агресивності є величина її індексу, що дорівнює 21 плюс-мінус 4, а ворожості – 6, 5–7 плюс-мінус 3. При цьому звертається увага на можливість досягнення певної величини, що показує ступінь прояву агресивності.

Користуючись цією методикою, необхідно пам'ятати, що агресивність як властивість особистості й агресія як акт поведінки можуть бути

зрозумілі в контексті психологічного аналізу мотиваційної сфери особистості. Тому опитувачем Басса-Дарки слід користуватися в сукупності з іншими методиками: особистісними тестами психічних станів (Кеттелл, Спілберг), проєктивними методиками (Люшер) і т. д.

15. Метод Ассінгера (оцінка агресивності у відносинах)

Методика А. Ассінгера („опитувальник Ассінгера”) визначає, чи досить людина коректна по відношенню до оточуючих й чи легко спілкуватися з нею. Для більшої об’єктивності відповідей можна провести взаємооцінювання, коли колеги відповідають на запитання один за одного. Це допоможе зрозуміти, наскільки вірна їхня самооцінка.

Підкресліть відповідь:

I. Чи схильні Ви шукати шляхи до примирення після чергового службового конфлікту?

1. Завжди.
2. Іноді.
3. Ніколи.

II. Як Ви поведетеся в критичній ситуації?

1. Внутрішньо розбухуєтесь.
2. Зберігаєте повний спокій.
3. Втрачаєте самоконтроль.

III. Яким вважають Вас колеги?

1. Самовпевненим і заздрісним.
2. Дружелюбним.
3. Спокійним і незаздрісним.

IV. Як Ви відреагуєте, якщо Вам запропонують відповідальну посаду?

1. Приймете її з деякими побоюваннями.
2. Погодитесь без коливань.
3. Відмовитися від неї заради власного спокою.

V. Як Ви будете поводитися, якщо хтось із колег без дозволу візьме з Вашого стола папір?

1. Видасте йому „по перше число”.
2. Змусите повернути.
3. Запитаєте, чи не потрібне йому ще що-небудь.

VI. Якими словами Ви зустрінете чоловіка (дружину), якщо він (вона) повернувся з роботи пізніше звичайного?

1. „Що це тебе так затримало?”
2. „Де ти стирчиш допізна?”
3. Я вже почав(а) хвилюватися”.

VII. Як Ви поведетеся за кермом автомобіля?

1. Чи намагастесь обігнати машину, яка „показала вам хвіст”?
2. Вам однаково, скільки машин Вас обійшло.
3. Помчитесь з такою швидкістю, щоб ніхто на наздогнав Вас.

VIII. Якими Ви вважаєте свої погляди на життя?

1. Збалансованими.
2. Легковажними.
3. Вкрай твердими.

IX. Що Ви робите, якщо не все вдається?

1. Намагаєтесь звалити провину на іншого.
2. Змиритесь з цим.
3. Стаєте надалі обережнішим.

X. Як Ви відреагуєте на фейлетон про випадки розбещеності серед сучасної молоді?

1. „Пора б уже заборонити їм такі розваги”.
2. „Треба створити їм можливість організовано й культурно відпочивати”.
3. „І чого ми стільки ними переймаємось?”

XI. Що Ви відчуваєте, якщо місце, яке Ви прагли зайняти, дісталось іншому?

1. „І навіщо я тільки на це нерви витрачав?”
2. „Вочевидь, його фізіономія шефові приємніша”.
3. „Можливо, мені це вдасться іншим разом”.

XII. Як Ви дивитесь страшний фільм?

1. Боїтесь.
2. Нудьгуєте.
3. Одержуєте щире задоволення.

XIII. Якщо через дорожню пробку ви спізнюєтесь на важливу нараду?

1. Будете нервувати під час засідання.
2. Спробуєте викликати поблажливість партнерів.
3. Засмутитесь.

XIV. Як Ви ставитеся до своїх спортивних успіхів?

1. Обов'язково намагастесь виграти.
2. Цінуєте задоволення відчутти себе знову молодим.
3. Дуже гніваєтесь, якщо не щастить.

XV. Як Ви зробите, якщо Вас погано обслужили в ресторані?

1. Стерпите, уникаючи скандалу.
2. Викличте метрдотеля й зробите йому зауваження.
3. Підете зі скаргою до директора ресторану.

XVI. Як Ви себе поведете, якщо Вашу дитину скривдили в школі?

1. Поговорите зі вчителем.
2. Влаштуєте скандал батькам „малолітнього злочинця”.
3. Порадите дитині дати здачі.

XVII. Яка, по-вашому, Ви людина?

1. Середній.
2. Самовпевнений.
3. Пробивний.

XVIII. Що Ви відповісте підлеглому, з яким зіштовхнулися у дверях установи, якщо він почав вибачатися перед вами?

1. „Вибачте, це моя провина”.
2. „Нічого, дрібниці”.
3. „А уважним Ви бути не можете?!”

XIX. Як Ви відреагуєте на статтю в газеті про випадки хуліганства серед молоді?

1. „Коли ж, нарешті, будуть вжиті конкретні заходи?!”
2. „Треба б увести тілесні покарання”.
3. „Не можна все валити на молодь, винуваті й вихователі!”

XX. Уявіть, що Вам випаде заново народитися, але вже твариною. Яку тварину Ви б обрали?

1. Тигра або леопарда.
2. Домашню кішку.
3. Ведмедя.

Тепер уважно переглянете підкреслені відповіді. Підсумуйте номер відповідей.

Результати:

45 і більше балів. Ви занадто агресивні, при тому нерідко буваєте неврівноваженим і жорстоким щодо інших. Ви сподіваєтесь досягти управлінської „верхівки”, розраховуючи на власні методи, добитися успіху, жертвуючи інтересами оточуючих. Тому Вас не дивує ворожість

товаришів по службі, але за найменшої можливості Ви намагаєтеся їх за це покарати.

36–44 бали. Ви помірковано агресивні, але цілком успішно йдете по життю, оскільки у Вас досить здорового марнославства й самовпевненості.

35 і менше балів. Ви надто миролюбні, що зумовлено недостатньою впевненістю у власних силах і можливостях. Однак це аж ніяк не підтверджує, що Ви як травинка гнетесь під будь-яким вітерцем. І все-таки більше рішучості Вам не зашкодить!

Якщо по семи й більше запитанням Ви набрали по три бали й менше ніж з семи питань – по одному балу, то вибухи Вашої агресивності носять скоріше руйнівний, ніж конструктивний характер. Ви схильні до непродуманих вчинків і запеклих дискусій. Ви ставитеся до людей зневажливо й своєю поведінкою провокуєте конфліктні ситуації, яких цілком могли б уникнути.

Якщо ж по семи й більше питанням Ви одержите по одному балу й менше, ніж з семи питань – по три бали, то Ви надміру замкнені. Це не означає, що Вам не властиві спалахи агресивності, але Ви пригнічуєте їх занадто ретельно.

16. Чи конфліктна ви людина?

Ви можете оцінити себе й запропонувати іншим оцінити вас, наскільки Ви конфліктні. Для цього в запропонованій таблиці відзначте відповідну до вашої оцінки цифру на семибальній шкалі. З'єднаєте оцінки по балах (хрестики) на кожному рядку й побудуйте графік. Відхилення вліво від середини (цифра 4) вказує на схильність до конфліктної поведінки, вправо – на вміння уникати конфліктних ситуацій. Тепер підрахуйте загальну кількість балів. Сума в 70 балів свідчить про дуже високий ступінь конфліктності; 60 балів – високий; 50 – виражену конфліктність. Сума в 11–15 балів говорить про схильність уникати конфліктні ситуації. Порівняйте власну оцінку (за графіком і за балами) і оцінку, дану вам іншими. Зробіть відповідні висновки.

Рветься в суперечку	7654321	Ухиляється від суперечки
Свої доводи супроводжує беззаперечним тоном	7654321	Свої доводи супроводжує перепрошуючим тоном
Вважає, що досягне свого, якщо буде заперечувати.	7654321	Вважає, що програє, якщо буде заперечувати
Не збергає уваги на те, що інші не розуміють доводів	7654321	Шкодує, якщо бачить, що інші не розуміють доводів

Спірні питання обговорює в присутності опонента	7654321	Міркує про спірні проблеми під час відсутності опонента
Не бентежить, якщо потрапляє в напружену обстановку	7654321	У напруженій обстановці почувує себе ніяково
Вважає, що в суперечці треба виявляти характер	7654321	Вважає, що в суперечці не потрібно демонструвати своїх емоцій
Вважає, що в суперечках не поступаються	7654321	Вважає, що в суперечках поступаються
Вважає, що люди легко виходять з конфлікту	7654321	Вважає, що люди з труднощами виходять з конфлікту
Якщо вибухає, то вважає, що без цього не можна.	7654321	Якщо вибухає, то згодом відчуває почуття провини

17. Методика визначення стресостійкості і соціальної адаптації Холмса й Прає

Спробуйте згадати всі події, що сталися з Вами протягом останнього року, і підрахуйте загальну кількість „зароблених” вами балів.

№	Життєві події	Бали
1.	Смерть чоловіка (подружжя)	100
2.	Розлучення	73
3.	Роз'їзд подружжя (без оформлення розлучення), розрив з партнером	65
4.	Тюремне ув'язнення	63
5.	Смерть близького члена родини	63
6.	Травма або хвороба	53
7.	Одруження, весілля	50
8.	Звільнення з роботи	47
9.	Примирення подружжя	45
10.	Відхід на пенсію	45
11.	Зміна в стані здоров'я членів родини	44
12.	Вагітність партнерки	40
13.	Сексуальні проблеми	39
14.	Поява нового члена родини, народження дитини	39
15.	Реорганізація на роботі	39
16.	Зміна фінансового становища	38

17.	Смерть близького друга	37
18.	Зміна професійної орієнтації, зміна місця роботи	36
19.	Посилення конфліктності відносин із чоловіком	35
20.	Позичка або позика на велику покупку (наприклад, дома)	31
21.	Закінчення строку виплати позики, борги, або зростаючі борги	30
22.	Зміна посади, підвищення службової відповідальності	29
23.	Син або дочка залишають будинок	29
24.	Проблеми з родичкою чоловіка (дружини)	29
25.	Визначне особисте досягнення, успіх	28
26.	Подружжя звільняється з роботи (або влаштовується на роботу)	26
27.	Початок або закінчення навчання в навчальному закладі	26
28.	Зміна умов життя	25
29.	Відмова від якихось індивідуальних звичок, зміна стереотипів поведінки	24
30.	Проблеми з начальством, конфлікти	23
31.	Зміна умов або годин роботи	20
32.	Зміна місця проживання	20
33.	Зміна місця навчання	20
34.	Зміна звичок, пов'язаних із проведенням дозвілля або відпустки	19
36.	Зміна звичок, пов'язаних з віросповіданням	19
36.	Зміна соціальної активності	18
37.	Позичка або позика для покупки менш великих речей (машини, телевізора)	17
38.	Зміна індивідуальних звичок, пов'язаних зі сном, порушення сну	16
39.	Зміна кількості членів родини, які з вами проживають разом, зміна характеру й частоти зустрічей з іншими членами родини	15 '
40.	Зміна звичок, пов'язаних з харчуванням (кількість споживаної їжі, дієта, відсутність апетиту й т. п.).	15
41.	Відпустка	13
42.	Різдво, зустріч Нового року, день народження	12
43.	Незначне порушення правопорядку (штраф за порушення правил вуличного руху)	11

Доктори Холмс і Раге (США) вивчали залежність захворювань (у тому числі інфекційних хвороб і травм) від різних стресогенних життєвих подій у більш ніж п'яти тисяч пацієнтів. Вони дійшли висновку,

що психічним і фізичним хворобам звичайно передують певні серйозні зміни в житті людини. На підставі свого дослідження вони склали шкалу, у якій кожній важливій життєвій події відповідає певне число балів залежно від ступеня його стресогенності.

Відповідно до проведених досліджень було встановлено, що 150 балів означають 50 % імовірності виникнення якогось захворювання, а при 300 балах вона збільшується до 90 %.

Уважно прочитайте весь перелік, щоб мати загальне уявлення про те, які ситуації, події й життєві обставини, що викликають стрес, у ньому представлені. Потім повторно прочитайте кожний пункт, звертаючи увагу на кількість балів, за яким оцінюється кожна ситуація. Далі спробуйте вивести з тих подій і ситуацій, які за останні два роки відбулися у вашому житті, середнє арифметичне (порахуйте – середню кількість балів за 1 рік). Якщо яка-небудь ситуація виникла у вас частіше одного разу, то отриманий результат слід помножити на цю кількість раз. Остаточна сума визначає одночасно і ступінь вашого опору стресу. Велика кількість балів – це сигнал для занепокоєння, що попереджає вас про небезпеку. Тобто, вам необхідно негайно вжити заходів, щоб ліквідувати стрес. Підрахована сума має ще одне важливе значення – вона виражає (у цифрах) ваш ступінь стресового навантаження.

Для наочності наводимо порівняльну таблицю стресових характеристик.

Загальна сума балів	Ступінь опору стресу
150–199	Високий
200–299	Середній
300 и более	Низький (вразливість)

Якщо, приміром, сума балів – понад 300, це означає реальну небезпеку, тобто вам загрожує психосоматичне захворювання, оскільки ви близькі до фази нервового виснаження.

Підрахунок суми балів дасть вам можливість відтворити картину свого стресу. І тоді ви зрозумієте, що не окремі, начебто б незначні події у вашому житті були причиною виникнення стресової ситуації, а їх комплексний вплив.

18. Діагностика домінантної півкулі

Як відомо, люди різняться по відносному впливу півкуль мозку. В одних домінує ліва, в інших – права півкуля. Ліва вважається центром

логічного, абстрактного й понятійного мислення, тоді як права півкуля концентрується на творчому, інтуїтивному й образному мисленні.

Під час тестування людям показують слово „червоний”, написане синіми буквами. Потім їх просять назвати колір слова. Ліва півкуля говорить „червоний”, а права – „синій”. Отримана у підсумку відповідь говорить про відносний вплив півкуль.

ЛІТЕРАТУРА

1. Акмеологічний словник / Під заг. ред. А. Деркача. – М. : Вид-во РАГС, 2004. – 161 с.
2. Андрушків Б. М. Основи менеджменту / Б. М. Андрушків, О. С. Кузьмін. – Львів : Видавництво „Світ”, 1995. – 294 с.
3. Атаманчук Г. Про особливості професіоналізму в управлінні / Г. Атаманчук // Право та управління. XXI століття. – 2012. – № 2. – С. 56-61.
4. Балувев Д. Г. Информационная революция и современные международные отношения : [учебное пособие] / Д. Г. Балувев. – Нижний Новгород : ННГУ, 2000. – 107 с.
5. Барт Р. Риторика образа / Р. Барт // Р. Барт. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. – М., 1989.
6. Бебик В. Держава і громадянське суспільство: партнерські комунікації у глобальному світі / В. Бебик, В. Бортніков, Л. Дегтерьова, А. Кудряченко ; За заг. ред. В. Бебіка. – К. : ІКЦ „Леста”. – 2006. – 248 с.
7. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз : [монографія] / В. М. Бебик. – К. : МАУП, 2005. – 440 с.
8. Бебик В. Політичний маркетинг і менеджмент : [монографія] / В. Бебик. – К. : МАУП, 1996. – 144 с.
9. Белл Д. Социальные рамки информационного общества / Д. Белл // Новая технократическая волна на Западе / Под ред. П. С. Гуревича. – М. : Прогресс, 1986. – С. 330–342.
10. Білорус О. Г. Менеджмент: конкурентоздатність і ефективність / О. Г. Білорус, Є. Г. Панченко. – К. : Т-во „Знання України”, 1992. – 40 с.
11. Блэк С. Паблік Рилейшнз. Что это такое? : Пер. с англ. / С. Блэк. – М. : Новости : Модино пресс, 1990. – 240 с.
12. Бодрунова С. С. Концепции публичной сферы и медиакратическая теория: поиск точек соприкосновения / С. С. Бодрунова // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2011. – Т. 14. – № 1. – С. 110–132.
13. Бодрунова С. С. Медиакратия: атлантические подходы к определению термина / С. С. Бодрунова // Медиафилософия II. По мате-

риалам Второй международной научной конференции „Медиафилософия. Границы дисциплины”, 21–22 ноября 2008 года / Под ред. В. В. Савчука, М. А. Степанова. – СПб. : Санкт-Петербургское Философское общество, 2009. – С. 91–105.

14. Браун Л. Имидж – путь к успеху / Л. Браун. – СПб. : Питер, 1996. – 288 с.

15. Брудный А. А. Психологическая герменевтика / А. А. Брудный. – М. : „Лабиринт”, 1998. – 201 с.

16. Введенская Л. А. Культура и искусство речи Современная риторика / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. – Ростов-на-Дону : „Феникс”, 1998. – 556 с.

17. Вебер М. Политика как призвание и профессия / М. Вебер // Избранные произведения. – М. : Прогресс, 1990. – С. 644–706.

18. Викентьев И. Л. Приемы рекламы и Public Relations. Программы-консультанты / И. Л. Викентьев. – СПб. : Бизнес-пресса, 2007. – 408 с.

19. Викторов А. Ф. Информационная война в современных условиях / А. Ф. Викторов // Информационное общество. – 1997. – № 1. – С. 49–56.

20. Винарик Л. С. Информационная культура в современном обществе / Л. С. Винарик, Н. Ф. Васильева // Механизм регулирования экономики. – 2009. – № 2. – С. 80–90.

21. Вирилио П. Информационная бомба. Стратегия обмана / П. Вирилио. – Москва : Гнозис : Фонд научных исследований, Прагматика культуры, 2002. – 190 с.

22. Войтасик Л. Психология политической пропаганды / Л. Войтасик. – М. : Прогресс, 1981. – 281 с.

23. Галкин Д. В. // Постмодернизм / Д. В. Галкин, П. Вирильо, Д. В. Галкин // Энциклопедия. – Минск : Интерпрессервис, Книжный дом, 2001. – С. 118–121.

24. Гозман Л. Я. Политическая психология / Л. Я. Гозман, Е. Б. Шестопал. – Ростов-на-Дону, 1996. – 448 с.

25. Губерський Л. Масова комунікація / Л. Губерський, А. Москаленко, В. Иванов, В. Вергун. – К. : Либідь, 1997. – 216 с.

26. Гуменский А. Управление международной информацией / А. Гуменский // Международные процессы. – Т. 8. – № 1 (22). – январь-апрель, 2010 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.intertrends.ru/twenty-second/004.htm>.

27. Державна політика сприяння розвитку громадянського суспільства : [методичні рекомендації] / Укр. незалеж. центр політ. Дослідж. : А. О. Красносільська, М. В. Лациба, А. В. Волошина, В. О. Курпій, Н. М. Чермошенцева, О. Л. Ващук – К. : Агентство „Україна”, 2013. – 180 с.

28. Деркач А. Акмеологічна оцінка професійної компетентності державних службовців : [навчальний посібник] / Під заг. ред. А. Деркача. – М. : Вид-во РАГС, 2006. – 108 с.

29. Дилигенский Г. Г. Социально-политическая психология / Г. Г. Дилигенский. – М. : Наука, 1994. – 304 с.

30. Дороти Доти И. Паблсити и паблик рилейшнз / Доти И. Дороти / Перевод с англ. ; Издание 2-е. – М. : „Филинь”, 1998. – 288 с.

31. Дюрозель Ж. Історія дипломатії від 1919 року до наших днів / Ж. Дюрозель. – К. : Основи, 1998. – 906 с.

32. Журавлев А. П. Символическое значение языкового знака / А. П. Журавлев // Речевое воздействие. Проблемы прикладной психолінгвистики. – М., 1972. – С. 81–104.

33. Журавський В. Україна на шляху до інформаційного суспільства (Нормативно-правові акти) / В. Журавський, М. Родіонов, І. Жилиєв / За заг. ред. М. З. Згуровського – К. : ІВЦ „Видавництво „Політехніка”, 2004. – 484 с.

34. За результатами міжнародної оцінки розвитку електронного урядування проведеного ООН „United Nations E-Government Survey 2014. E-Government For The Future We Want” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nc.gov.ua/menu/publications/doc/E-Gov_Complete_Survey-2014.pdf.

35. Завадский И. И. Информационная война – что это такое? / И. И. Завадский // „Конфидент”. – 1996. – № 4. – С. 3-15.

36. Зазикін В. Психологічні аспекти виборчого процесу / В. Зазикін. – М. : РЦОІТ, 2002. – 128 с.

37. Закон України „Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прозорості відносин власності стосовно засобів масової інформації” : за станом на 4 лип. 2013 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/409-18>.

38. Закон України „Про внесення змін до Закону України „Про інформацію” : за станом на 13 січ. 2011 р. № 2938-VI [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2938-17>.

39. Закон України „Про доступ до публічної інформації”: станом на 13 січ. 2011 р. № 2939-VI [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2939-17>.

40. Закон України „Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні”: за станом на 16 лист. 1992 № 2782-XII [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2782-12>.

41. Закон України „Про інформаційні агентства”: за станом на 28 лют. 1995 р. № 74/95-ВР [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/74/95-%D0%B2%D1%80>.

42. Закон України „Про інформацію”: за станом на 2 жовт. 1992 р. № 2657-XII [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>.

43. Закон України „Про Концепцію Національної програми інформатизації”: за станом на 4 лют. 1998 р. № 75/98-ВР [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/75/98-%D0%B2%D1%80>.

44. Закон України „Про національну програму інформатизації”: за станом на 4 лют. 1998 р. № 74/98-ВР [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/74/98-%D0%B2%D1%80>.

45. Закон України „Про національну раду України з питань телебачення і радіомовлення”: за станом на 23 верес. 1997 р. № 538/97-ВР [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/538/97-%D0%B2%D1%80>.

46. Закон України „Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007 – 2015 роки”: за станом на 9 січ. 2007 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/537-16>.

47. Закон України „Про телебачення та радіомовлення”: за станом на 21 груд. 1993 р. № 3759-XII [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3759-12>.

48. Зарецкая Е. Н. Риторика. Теория и практика речевой коммуникации / Е. Н. Зарецкая. – М. : Дело, 2002. – 480 с.

49. Зернецька О. В. Глобальний розвиток масової комунікації і міжнародні відносини / О. В. Зернецька. – К. : Освіта, 1999. – 351 с.

50. Иванов В. Ф. Контент-анализ. Методология і методика дослідження ЗМК / В. Ф. Иванов. – К. : Наук. думка, 1994. – 112 с.

51. Ивин А. А. Основы теории аргументации / А. А. Ивин. – М. : Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1997. – 352 с.

52. Інформаційно-аналітичний звіт про діяльність державного агентства з питань науки, інновацій та інформатизації України у 2013 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dknii.gov.ua/?q=node/1889>.

53. Калашнюк Є. О. Соціально-економічні та науково-технологічні детермінанти формування інформаційної політики в умовах глобалізації / Є. О. Калашнюк // Актуальні проблеми міжнародних відносин : Збірник наукових праць. Випуск 65 (у двох частинах). І частина. – К. : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут міжнародних відносин, 2006. – С. 167–171.

54. Канєвський Г. Машина пропаганди Путіна та інформаційна недолугість України / Г. Канєвський // Економічна правда. – 1 квіт. 2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.epravda.com.ua/publications/2014/04/1/433089/>.

55. Карданская Н. Л. Основы принятия управленческих решений : [учеб. пособие для вузов по экон. спец. и направлениям] / Н. Л. Карданская. – М. : Рус. деловая литература, 1998. – 288 с.

56. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс ; Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М. : ГУВШЭ, 2000. – 608 с.

57. Кастельс М. Становление общества сетевых структур. Новая постиндустриальная волна на Западе : [Антология] / М. Кастельс ; Под ред. В. Л. Иноземцева. – М. : Academia, 1990. – 494 с.

58. Ковальчук А. С. Основы имиджелогии и делового общения / А. С. Ковальчук. – Ростов н/Д : Феникс, 2003. – 288с.

59. Колшанский Г. В. Паралингвистика / Г. В. Колшанский. – М. : Наука, 1974. – 80 с.

60. Комов С. А. Информационная борьба в политических конфликтах: вопросы теории / С. А. Комов // Информатика и вычислительная техника. – 1996. – № 1–2. – С. 13–16.

61. Конечкая В. П. Социология коммуникации / В. П. Конечкая. – М. : ЭКСМО, 2002. – 256 с.

62. Королько В. Г. Основы публич рилейшнз. – М.: „Рефл-бук”, К. : „Ваклер”. – 2001. – 528 с.

63. Королько В. Г. Политическая реклама: уроки выборов, проблемы / В. Г. Королько // Социология: теория, методы, маркетинг. – 1998. – № 6. – С. 26–34.

64. Костенко Н. В. Ценности и символы в массовой коммуникации / Н. В. Костенко. – Киев : Наукова думка, 1993. – 128 с.

65. Костина А. В. Тенденции развития культуры информационного общества: анализ современных информационных и постиндустриальных концепций. Информационный гуманитарный портал „Знание. Понимание. Умение”. – № 4. – 2009. – Культурология [Электронный ресурс] / А. В. Костина. – Режим доступа : http://zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/ Kostina_Information_Society.

66. Крам Т. Управление энергией конфликта / Т. Крам ; Пер. с англ. – М. : АСТ, РЕФЛ-бук, 2000. – 288 с.

67. Кредісов А. І. Менеджмент для керівників / А. І. Кредісов, С. Г. Панченко, В. А. Кредісов. – К. : Т-во „Знання”, КОО, 1999. – 556 с.

68. Лавренко О. В. Діловий етикет та імідж державного службовця / О. В. Лавренко, А. А. Лавренко. – К., 2008. – 70 с.

69. Лайон Д. Інформаційне суспільство: проблеми та ілюзії / Д. Лайон ; Сучасна зарубіжна соціальна філософія. – К., 1996. – С. 362–380.

70. Лакан Ж. Функция и поле речи и языка в психоанализе / Ж. Лакан ; Пер. с франц. А. К. Черноглазова. – М. : Изд-ство „Гнозис”, 1995. – 192 с.

71. Ларсен С. Ф. Память на новости, сообщаемые по радио: структура сообщения и „обновление” знания / С. Ф. Ларсен // Психологические исследования общения. – М. : Рефл-бук, 1998. – 304 с.

72. Лебон Г. Психология народов и масс / Г. Лебон. – СПб. : „Макет”, 1995. – 311 с.

73. Леонтьев А. Л. Психология общения / А. Л. Леонтьев. – Тарту : ТГУ, 1974. – 220 с.

Леонтьева Л. С. Управляемая саморегуляция: поле медийной политики / Л. С. Леонтьева // Информационный гуманитарный портал „Знание. Понимание. Умение”. – 2009. – № 1. Философия. Политология. – 2009. – № 4. Культурология [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://zpu-journal.ru/e-zpu/2009/1/Leontieva_Self-regulation/index.php?sphrase_id=87047.

75. Литвак Б. Г. Управленческие решения / Б. Г. Литвак. – М. : Тандэм, экмос, 1998. – 248 с.

76. Литвиненко О. В. Спеціальні інформаційні операції та пропагандистські кампанії : [монографія] / О. В. Литвиненко. – К. : ВКФ „Сатсанга”, 2000. – 222 с.

77. Лопатина Н. В. Информационная культура как условие эффективности социальных технологий / Н. В. Лопатина. – М. : МГУКИ, 2002. – 70 с.

78. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история / Ю. М. Лотман. – М., 1996. – 464 с.

79. Льюис Д. Тренинг эффективного общения / Д. Льюис ; Пер. с англ. – М. : ЭКСМО-Пресс, 2002. – 223 с.

80. Макаренко Є. А. Європейська інформаційна політика : [монографія] / Є. А. Макаренко. – К. : Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

81. Макаренко Є. А. Міжнародні інформаційні відносини: структура, тенденції, перспективи : [монографія] / Є. А. Макаренко. – К. : Наша культура і наука, 2002. – 452 с.

82. Медиа в выборах: между политикой и культурой (контент-анализ политической прессы) / Под ред. Н. Костенко. – К. : Ин-т социологии НАН Украины, 1999. – 218 с.

83. Методичні рекомендації щодо практичного впровадження Закону України „Про доступ до публічної інформації” / [М. В. Лациба, О. С. Хмара, В. В. Андрусів [та ін.]; Укр. незалеж. Центр політ. дослідж. – К. : [Агентство „Україна”], 2011. – 144 с.

84. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания / Э. Ноэль-Нойман. – М. : „Прогресс-Академия”, 1996. – 352 с.

85. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління : [посібник] / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К. : Академвидав, 2003. — 568 с.

86. Оцінка електронної готовності України. Державне агентство з питань науки, інновацій та інформатизації України. Національний центр електронного урядування. – К. : ДП „Держінформресурс”, 2013. – 40 с.

87. Пиз А. Язык телодвижений / А. Пиз. – Нижний Новгород, 1992. – 265 с.

88. Постанова Кабінету Міністрів України „Про затвердження Положення про формування та виконання Національної програми інформатизації” від 31 серпня 1998 р. № 1352 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1352-98-%D0%BF>.

89. Постанова Кабінету Міністрів України „Про затвердження Положення про Національний реєстр електронних інформаційних ресурсів” від 17.03.2004 № 326 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу : [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/326-2004- %D0 %BF](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/326-2004-%D0%BF).

90. Постанова Кабінету Міністрів України „Про затвердження Порядку обов’язкової передачі документованої інформації” від 28.10.2004 № 1454 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу : [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1454-2004- %D0 %BF](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1454-2004-%D0%BF).

91. Постанова Кабінету Міністрів України „Про заходи щодо створення електронної інформаційної системи „Електронний Уряд” від 24.02.2003 № 208 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу : [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/208-2003-%D0 %BF](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/208-2003-%D0%BF).

92. Почепцов Г. Г. Имиджология / Г. Г. Почепцов. – К. : Рефл-бук, 2000. – 768 с.

93. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : „Рефл-бук” ; К. : „Ваклер”, 2001. – 656 с.

94. Почепцов Г. Г. Имиджология: инструментарий по управлению будущим / Г. Г. Почепцов. – 6-е изд. – М : СмартБук, 2009. – 575 с.

95. Почепцов Г. Г. Имиджмейкер. Паблик рилейшнз для политиков и бизнесменов / Г. Г. Почепцов. – К. : Изд-во „Рекламное агентство Губерникова”, 1995. – 235 с.

96. Почепцов Г. Г. Информационные войны / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, К. : Ваклер, 2000. – 280 с.

97. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М. : „Рефл-бук”, К. : „Ваклер”, 2000. – 352 с.

98. Почепцов Г. Г. Национальная безопасность стран переходного периода / Г. Г. Почепцов. – К., 1996. – 133 с.

99. Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер / Г. Г. Почепцов. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб. : Алетейя, 2001. – 256 с.

100. Почепцов Г. Г. Психологические войны / Г. Г. Почепцов. – М. : „Рефл-бук”, К. : „Ваклер”, 2000. – 528 с.

101. Почепцов Г. Г. Символы в политической рекламе / Г. Г. Почепцов. – К. : Принт Сервис, 1997. – 332 с.

102. Почепцов Г. Г. Теория и практика коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Центр, 1998. – 352 с.

103. Почепцов Г. Побудова іміджу як комунікативне програмування / Г. Почепцов // Нова політика. – 1998. – № 5. – С. 40–48.

104. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением / Г. Г. Почепцов. – Изд. 2., испр. и доп. – М. : Центр, 2000. – 624 с.

105. PR в органах державної влади та місцевого самоврядування: Монографія / О. В. Бабкіна, В. В. Басалюков, В. М. Бебик та ін.; За заг. ред. В. М. Бебика, С. В. Куніцина. – К. ; Сімферополь : МАУП, 2003. – 240 с.

106. Ракитов А. И. Философия компьютерной революции / А. И. Ракитов. – М. : Политиздат, 1991. – 287 с.

107. Расторгуев С. П. Философия информационной войны / С. П. Расторгуев. – М. : Вузовская книга, МПСИ, 2001. – 468 с.

108. Роджерс К. Эмпатия / К. Роджерс // Психология эмоций. Сборник. – М. : МГУ, 1984. – С. 235–237.

109. Розпорядження Кабінету Міністрів України „Про затвердження Концепції формування системи національних електронних інформаційних ресурсів” від 05.05.2003 № 259 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу : [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/259-2003- %D1 %80](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/259-2003-%D1%80).

110. Розпорядження Кабінету міністрів України „Про схвалення Концепції розвитку електронного урядування в Україні” від 13 груд. 2010 р. № 2250-р [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу : [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2250-2010- %D1 %80](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2250-2010-%D1%80).

111. Розпорядження Кабінету міністрів України „Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні” від 15 трав. 2013 р. № 386-р [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу : [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/386-2013- %D1 %80](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-%D1%80).

112. Романов А. А. Управленческая имиджелогия / А. А Романов, А. А. Ходырев. – Тверь : ТГСХА, ТИЭМ, 1998. – 244 с.

113. Рюкле Х. Ваше тайное оружие в общении: мимика, жест, движение / пер. с нем. / Х. Рюкле. – М. : Интерэкспорт, 1996. – 280 с.

114. Сергачева В. Приемы убеждения: стратегия и тактика общения / В. Сергачева. – СПб. : Питер, 2002. – 192 с.

115. Смолян Г. Л. Сетевые информационные технологии и проблемы безопасности личности / Г. Л. Смолян // Информационное общество. – 1999. – № 1. – С. 21–25.

116. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации / А. В. Соколов. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002. – 461 с.
117. Соколов И. Технология популярности, или паблик рилейшнз / И. Соколов. – Минск, 1999. – 477 с.
118. Сопер П. Основы искусства речи / П. Сопер. – Ростов-на-Дону : Феникс, 1995. – 448 с.
119. Соціологічне опитування Центру Разумкова та Фонду „Демократичні ініціативи” ім. Ілька Кучеріва: чи почуваетесь Ви господарем своєї держави? Серпень 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=54.
120. Соціологічне опитування Центру Разумкова: чи підтримуєте Ви діяльність уряду України? 1-2 березня 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=75.
121. Соціологічне опитування Центру Разумкова: чи підтримуєте Ви діяльність органів місцевого самоврядування? 1–2 березня 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=174.
122. Соціологічне опитування Центру Разумкова: якою мірою поширена корупція в кожній з наведених сфер? 30 вересня – 8 жовтня 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=903.
123. Спільний наказ Держкомінформу та Держкомзв’язку „Про затвердження Порядку інформаційного наповнення та технічного забезпечення Єдиного веб-порталу органів виконавчої влади та Порядку функціонування веб-сайтів органів виконавчої влади” від 25.11.2002 № 327/225 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1021-02>.
124. Стоун Д. Парадокс політики: мистецтво вироблення політичних рішень / Д. Стоун. – К. : Видавничий дім „Альтернативи”, 2001. – 304 с.
125. Тарнавська Н. П. Менеджмент: теорія та практика : [підручник для вузів] / Н. П. Тарнавська, Р. М. Пушкар. – Тернопіль : Карт-бланш, 1997. – 456 с.
126. Тихомирова Є. Зв’язки з громадськістю : [навчальний посібник] / Є. Тихомирова. – Київ : НМЦВО, 2001. – 560 с.
127. Тоффлер Э. Шок будущего: Пер. с англ. / Э. Тоффлер. – М. : ООО „Издательство АСТ”, 2002. – 557 с.

128. Трассер Й. Перспективи розвитку мережі Інтернет / Й. Трассер // Deutschland. Журнал про політику, культуру, економіку та науку. – жовтень/листопад 2000 р. – № 5. – С. 5–8.

129. У рамках Міжнародного наукового конгресу „Інформаційне суспільство в Україні” презентовано Оцінку електронної готовності України” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nc.gov.ua/news/index.php?ID=844>.

130. Ушакова Т. Н. Ведение политических дискуссий. Психологический анализ конфликтных выступлений / Т. Н. Ушакова, В. В. Латынов, А. А. Павлова, Н. Д. Павлова. – М., 1995. – 155 с.

131. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / Ф. Уэбстер ; Пер. с англ. М. В. Арапова и Н. В. Малыхиной под ред. Е. Л. Вартановой. – М. : Аспект Пресс, 2004. – С.45-67.

132. Фишер Р. Подготовка к переговорам / Р. Фишер, Д. Эртель ; Пер. с англ. – М. : Филин, 1996. – 232 с.

133. Фишер Р. Путь к согласию, или Переговоры без поражений / Р. Фишер, У. Юри ; Пер. с англ. А. Гореловой. – М. : Наука, 1992. – 158 с.

134. Фрайзер П. Сайтэл. Современные публик релейшнз / П. Фрайзер. – М. : Издательский Дом „Инфра – М”, 2002. – 592с.

135. Фридланд А. Я. Об уточнении понятия „информация” / А. Я. Фридланд // Педагогическая информатика. – 2001. – № 4. – С. 28–36.

136. Фукуяма Ф. Доверие. Социальные добродетели и созидание благосостояния / Ф. Фукуяма. – М. : ООО „Издательство АСТ” : ЗАО НПП „Ермак”, 2004. – 730 с.

137. Хабермас Ю. Теорія комунікативної дії / Ю. Хабермас // Вісник МДУ. – Т. 1. – Сер. 7 : Філософія. – № 4. – С. 43–63.

138. Честара Дж. Деловой этикет. Паблик рилейшнз / Дж. Честара. – М. : Агентство „Фаир”, 1997. – 336 с.

139. Чирченко О. А. Информационные аспекты компьютеризации / О. А. Чирченко. – М. : Наука, 1989. – 125 с.

140. Шабров О. Ефективність державного управління в умовах постмодерну / О. Шабров // Влада. – № 5. – С. 4–9.

141. Шейнов В. П. Как управлять другими. Как управлять собой. (Искусство менеджера) / В. П. Шейнов. – Минск : Амалфея, 1996. – 671 с.

142. Шепель В. М. Имиджология: Как нравиться людям / В. М. Шепель. – М. : Народ, образование, 2002. – 178 с.

143. Шепель В. М. Іміджелогія / В. М. Шепель. – 2-е вид. – М. : Культура та спорт, ЮНІТІ, 1997. – 382 с.
144. Шестерина А. М. Психологія журналістики / А. М. Шестерина. – Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2010. – 369 с.
145. Abbott K., Snidal D. Why State Act Through Formal International Organizations // „Journal of Conflict Resolution”, XLII, 1998, 3–32 p.
146. Brzezinski Z. Between Two Ages: America’s Role in the Technetronic Era. – New York : Viking Adult, 1970. – 334 p.
147. Katz R. L. The Information Society: An International Perspective. – N.Y. : Greenwood Pub. Group Inc., 1988. – 54–123 pp.
148. Masuda Y. The Information Society as Postindustrial Society. Wash. : World future soc., 1983. – 168 p.
149. Sussman A. Communication, Technology and Politics in the Information Age. – L.-N.J., 1997. – 256 p.
150. The Ideology of the Information Age / Ed. by J. D. Slack and F. Fejes. – Norwood, New Jersey : Ablex Publishing Corporation, 1987. – 288 p.
151. Webster F. Theories of Information Society. – 2nd edition. – L. : Routledge, 2002. – 304 p.

ПРЕДМЕТНИЙ ПОКАЖЧИК

- Адресат повідомлення, *с. 39*
- Вербальна комунікація, *с. 22*
- Дані, *с. 81*
- Декодування, *с. 37*
- Державна інформаційна політика, *с. 106*
- Джерело повідомлення, *с. 34*
- Документна комунікація, *с. 63–66*
- Е-інформація (e-information), *с. 164*
- Е-консультація (e-consultation), *с. 164*
- Електронна готовність, *с. 168–178*
- Електронна комунікація, *с. 66–67*
- Електронна участь, залучення громадян (e-participation), *с. 164*
- Електронне врядування, *с. 153–158*
- Е-ухвалення рішень (e-decision-making), *с. 164*
- Закони громадської думки, *с. 187–189*
- Засоби масової комунікації, *с. 95*
- Зв'язки з громадськістю (ПР), *с. 180*
- Зворотні інформаційні зв'язки, *с. 185*
- Знання, *с. 81*
- Імідж, *с. 190-192*
- Індекс розвитку електронного урядування (EGDI), *с. 163*
- Ініціатива „Відкритий Уряд”, *с. 153–155*
- Інтернет, *с. 73*
- Інформатизація суспільства, *с. 124, 129*
- Інформатизація, *с. 113, 124*
- Інформаційна державна стратегія, *с. 209–210*
- Інформаційна культура, *с. 89, 137–138*
- Інформаційне суспільство, *с. 88*
- Інформаційні процеси, *с. 82*
- Інформаційні технології, *с. 124*

- Інформація, *с. 31*
- Інфосфера, *с. 90*
- Кодування, *с. 35*
- Комунікативна компетентність, *с. 20*
- Комунікативна особистість, *с. 17*
- Комунікативний процес, *с. 48*
- Комунікативні бар'єри електронної комунікації, *с. 68–70*
- Комунікативні бар'єри, *с. 23*
- Комунікативні вміння, *с. 14*
- Комунікація, *с. 33*
- Конфліктна ситуація, *с. 215–216*
- Конфліктні відносини, *с. 215*
- М'яка влада, *с. 209*
- Маскувальні переговори, *с. 228–230*
- Мас-медіа, *с. 94*
- Медіакратія, *с. 99–103*
- Мовленева майстерність державного службовця, *с. 22*
- Моделі комунікації, *с. 31*
- Невербальна комунікація, *с. 23*
- Переговори, *с. 215, 220–230*
- Переговорний процес, *с. 222*
- Підкрутка повідомлення (spin doctoring), *с. 103*
- Повідомлення, *с. 36*
- Політична глобалізація, *с. 200–201*
- Політичні комунікації, *с. 54*
- Прямі інформаційні зв'язки, *с. 184*
- Публічна інформація, *с. 114–119*
- Рівні нерозуміння повідомлення, *с. 44*
- Самооцінка державного службовця, *с. 26–27*
- Система електронної взаємодії інформаційних ресурсів, *с. 160*
- Система електронної взаємодії органів виконавчої влади, *с. 159–160*
- Соціально-медійний оптимум, *с. 99*
- Співробітництво, *с. 215*

Спілкування, с. 9

Стилі ухвалення управлінських рішень, с. 145–147

Суб'єкти сучасного глобального інформаційного простору, с. 204

Теорія переконання, с. 186

Управлінська компетентність, с. 24

Управлінське мислення, с. 194

Управлінський професіоналізм, с. 193

Усна комунікація, с. 63, 66

ДОДАТКИ

Додаток А

**Зведена таблиця індикаторів електронної
готовності за ЦОВВ [86]**

Індекс	Значення	Базові індикатори	
Організаційно-технічна база	56 %	1. Індикатор Автоматизовані системи управління	52 %
		2. Індикатор Інтеграція систем та даних	62 %
		8. Індикатор Стандарти	51 %
		11. Індикатор Безпека та персональні дані	59 %
Сфери електронного управління	55 %	2. Індикатор Інтеграція систем та даних	62 %
		3. Індикатор Спроможність до інновацій	57 %
		4. Індикатор Нормативно-правові акти	41 %
		5. Індикатор Лідерство та стратегічне управління	46 %
Фактори ефективності електронного управління	36 %	Фактор 1 – Електронна ідентифікація та цифровий підпис	27 %
		Фактор 2 – Джерела аутентифікації автентичності персональних даних та їх володарів (реєстри, бази даних)	42 %
		Фактор 3 – Безпечне зберігання та передача документів та інформації (eSafe)	100 %
		Фактор 4 – Відкриті стандарти для створення програм та інструментів e-урядування	11 %

Закінчення табл.

		Фактор 5 – Принципи архітектури e-управління для формування стратегії e-управління, заснованої на пріоритеті базових послуг і як керівництво з використання загальних інструментів та G2G послуг	23 %
		Фактор 6 – Електронні послуги та електронні платежі – фінансові транзакції між державою та користувачами послуг (громадяни та бізнес)	11 %
		Фактор 1 – Електронна ідентифікація та цифровий підпис	23 %
Наявність політичної волі взаємодії із громадянами	47 %	1. Організаційно-правова готовність	5 %
		2. Технічна готовність	57 %
		3. Готовність громадян до участі	24 %
Прозорість державних закупівель	27 %	1. Платформа e-закупівель	16 %
		2. Законодавче врегулювання	38 %
Функціональність та зручність дизайну порталів державних послуг	56 %	1. Національний портал (послуги, що надаються в національному масштабі)	54 %
		2. Відомчий портал (послуги, що надаються вашою організацією)	57 %
Наявність першочергових (базових послуг) для громадян та бізнесу у форматі Єдиного Вікна	29 %	1. Базові послуги для громадян	29 %
		2. Базові послуги для бізнесу	

Додаток Б

Зведена таблиця індексів електронної
готовності за ОДА [86]

Індекс	Значення	Базові індикатори	
Організаційно-технічна база	44 %	1. Індикатор Автоматизовані системи управління	49 %
		2. Індикатор Інтеграція систем та даних	44 %
Сфери електронного управління	45 %	2. Індикатор Інтеграція систем та даних	44 %
		3. Індикатор Спроможність до інновацій	39 %
		4. Індикатор Нормативно-правові акти	30 %
		5. Індикатор Лідерство та стратегічне управління	37 %
		6. Індикатор Інформація як послуга та ресурс	42 %
		7. Індикатор Розвиток партнерських відносин	41 %
		8. Індикатор Стандарти	37 %
		9. Індикатор Доступ до навчання та підвищення кваліфікації в галузі комп'ютерної компетентності	65 %
		10. Індикатор Розуміння та використання переваг ІКТ в управлінні	64 %
		11. Індикатор Безпека та персональні дані	47 %
		Фактори ефективності електронного управління	15 %
Фактор 2 – Джерела аутентифікації автентичності персональних даних та їх володарів (реєстри, бази даних)	26 %		

Закінчення таблиці

		Фактор 3 – Безпечне зберігання та передача документів та інформації (eSafe)	6 %
		Фактор 4 – Відкриті стандарти для створення програм та інструментів е-урядування	8 %
		Фактор 5 – Принципи архітектури е-управління для формування стратегії е-управління, заснованої на пріоритеті базових послуг і як керівництво з використання загальних інструментів та G2G послуг	3 %
		Фактор 6 – Електронні послуги та електронні платежі – фінансові транзакції між державою та користувачами послуг (громадяни та бізнес)	23 %
Наявність політичної волі взаємодії із громадянами	23 %	1. Організаційно-правова готовність	25 %
		2. Технічна готовність	26 %
		3. Готовність громадян до участі	7 %
Прозорість державних закупівель	25 %	1. Платформа е-закупівель	15 %
		2. Законодавче врегулювання	10 %
Функціональність та зручність дизайну порталів державних послуг	36 %	1. Національний портал (послуги, що надаються в національному масштабі)	27 %
		2. Відомчий портал (послуги, що надаються вашою організацією)	44 %
Наявність першочергових (базових послуг) для громадян та бізнесу у форматі Єдиного Вікна	7 %	1. Базові послуги для громадян	5 %
		2. Базові послуги для бізнесу	8 %

Додаток В

**Зведена таблиця сумарних балів за результатами
опитування обласних державних адміністрацій [86]**

Обласна державна адміністрація	Сума балів	У відсотках до максимальної суми
КМДА	13 225	58 %
Вінницька	10 750	47 %
Волинська	15 650	68 %
Дніпропетровська	18 550	81 %
Донецька	7 175	31 %
Житомирська	5 625	25 %
Закарпатська	14 425	63 %
Запорізька	12 325	54 %
Київська	8 725	38 %
Кіровоградська	19 280	84 %
Луганська	8 375	37 %
Миколаївська	12 800	56 %
Полтавська	7475	33 %
Рівненська	15534	68 %
Сумська	22928	100 %
Тернопільська	204	1 %
Харківська	12680	55 %
Хмельницька	5200	23 %
Черкаська	12875	56 %
Чернігівська	12000	52 %

**Питання формалізованого інтерв'ю
за результатами проведених переговорів**

1. Назвіть учасників переговорного процесу?
 - яку фірму або організацію вони представляли;
 - кількість учасників із кожної сторони;
 - п.і.б. керівників переговорів із кожної сторони.

Коментар:

Кількість учасників з кожної сторони залежала від рівня складності предмета переговорів. Аналіз рівня представництва на переговорах дозволяє визначити значення, яке надавали проведеним переговорам перші керівники організації або фірми учасника, паритетність рівнів представництва на переговорах.

2. Хто ініціатор переговорів?
 - назва фірми або організації?

Коментар:

Відповідь на це питання дає можливість визначити ступінь активності в переговорній практиці тієї або іншої сторони.

3. Що стало предметом переговорів:
 - назвіть головну проблему обговорення на переговорах.

Коментар:

Відповідь на це питання визначає змістовну спрямованість переговорів.

4. Які схожі інтереси партнерів?

Коментар:

Чітке усвідомлення схожих інтересів сторін розширює можливості угоди учасників переговорів.

5. Які існують відмінні інтереси?

Коментар:

Уявлення про відмінні інтереси партнерів допомагає глибше з'ясувати особливості переговорів, що відбулися.

6. Підготовка до переговорів. Якщо була, то у чому полягала?

Коментар:

Відповідь на це питання дає можливість зафіксувати те конкретне, що входило до плану проведення переговорів.

7. Скільки було проведено раундів або спільних засідань під час переговорів?

Коментар:

Ця відповідь визначає ступінь складності переговорного процесу.

8. Місце проведення переговорів: на якій території проходив кожен раунд:

- на своїй території;
- на території партнера;
- на нейтральній території.

Коментар:

Істотний момент, що визначає психологічну сторону специфіки переговорів, особливо важких.

9. На які об'єктивні критерії довелося спиратися під час обговорення цінової або витратної сторони предмета переговорів?

Коментар:

Відповідь на це питання дозволяє встановити рівень об'єктивності або суб'єктивності при дослідженні матеріально-фінансового фактору предмета переговорів.

10. Скільки варіантів вирішення проблеми обговорювалося на переговорах?

11. Які це були варіанти?

Коментар:

Відповіді на ці два питання дозволяють оцінити рівень складності проблеми, що стала предметом переговорів.

12. Чи була підготовлена найкраща альтернатива обговорюваній угоді на випадок провалу переговорів?

Коментар:

Ця відповідь дозволяє оцінити ступінь захищеності учасника переговорів у напруженій або екстремальній ситуації.

13. У чому полягав результат переговорів?

Коментар:

Відповідь на це питання дозволяє встановити ступінь відповідності цілей і результату переговорного процесу.

14. Оцінка ходу переговорів з погляду стратегії й тактики кожної зі сторін.

Коментар:

Дуже важливе питання, що дозволяє оцінити способи поведінки учасників на переговорах.

15. Підсумкова оцінка результату переговорів.*Коментар:*

Відповідь на це питання визначає ступінь загального задоволення результатами переговорів їх учасниками.

16. Що не було враховано при підготовці до переговорів і що завадило це передбачити?

17. Які несподіванки виникли під час переговорів?

18. Які були труднощі або складні ситуації на переговорах і як їх було подолано?

19. Чи здійснено аналіз результатів переговорів?

Коментар:

Важливі питання. Дають можливість визначити характер і масштаб проблемних ситуацій, які виникали під час переговорів, а також оцінити набутий досвід: і позитивний, і негативний.

20. Компетентність учасника переговорів:

- які семінари із ведення переговорів він відвідував?
- які книги щодо ведення переговорів він читав?

21. У яких спеціальних знаннях щодо ведення переговорів відчувається потреба?

Коментар:

Відповіді на ці питання дають можливість визначити зростання професійної кваліфікації учасника переговорів під час набуття особистого досвіду.

Подібний аналіз – є завершальним. Розпочинати його треба після завершення переговорів, коли мине певний час. Це корисно для успіху майбутніх переговорів.

Навчальне видання

**Ганна Леонідівна
БОНДАР**

**КОМУНІКАТИВНА ПОЛІТИКА
В ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНОГО
СЛУЖБОВЦЯ**

Навчальний посібник

Редактор *О. Супрун*.
Технічний редактор, комп'ютерна верстка *Н. Андрєєва*.
Друк, фальцювально-палітурні роботи *С. Волинець*.

Підп. до друку 28.09.2015 р.
Формат 60x84¹/₁₆. Папір офсет.
Гарнітура «Times New Roman». Друк ризограф.
Ум. друк. арк. 17,44. Обл.-вид. арк 11,8.
Тираж 100 пр. Зам. № 4651.

Видавець і виготовлювач: ЧДУ ім. Петра Могили.
54003, м. Миколаїв, вул. 68 Десантників, 10.
Тел.: 8 (0512) 50-03-32, 8 (0512) 76-55-81, e-mail: vrector@chdu.mk.ua.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3460 від 10.04.2009 р.