

Іван Лопатченко

аспірант кафедри політології та філософії

ХРІДУ НАДУ при Президентові України

ORCID ID: 0000-0003-2777-7189

СУТНІСТЬ ТА МОЖЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МЕДІА КОМУНІКАТИВНОЇ СКЛАДОВОЇ ДЕРЖАВНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ ДЕМОКРАТИЗАЦІЇ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Розглянуто сутність та можливості застосування медіа комунікативної складової державної інформаційної політики України як одного з елементів державної політики. Проаналізовано основні законодавчі напрями діяльності держави в інформаційній сфері. З'ясовано важливість впливу засобів масової інформації та засобів масової комунікації на державну інформаційну політику в умовах демократизації публічного управління. Визначено, що під впливом сучасних ЗМІ технологія публічного управління змінює свій характер: державний примус трансформується у форму експертного управління суспільством, з іншого – перетворюється на різновид епізодичної комунікації, заснованої на політичному виборі індивіда. Встановлено основні елементи комунікації, а також значний потенціал використання новітніх інструментів медіа комунікативної складової державної інформаційної політики у розрізі демократизації публічного управління.

Ключові слова: публічне управління; комунікація; медіа; інформація; функція; держава.

Ivan Lopatchenko

PhD student of the Department of Political Science and Philosophy,

KRIPA NAPA under the President of Ukraine

ORCID ID: 0000-0003-2777-7189

THE ESSENCE AND POSSIBILITIES OF USING THE MEDIA COMMUNICATIVE COMPONENT STATE INFORMATION POLICY IN THE CONTEXT OF DEMOCRATIZATION PUBLIC ADMINISTRATION

The hybrid and informational influences that have been directed at our country in the last few years have made the state information policy one of the most important in the interaction between the state and the public, as well as in counteracting external negative actions. Prohibitions of social networks that shape anti-Ukrainian sentiment, incitement to hostility in the media and other information factors have led to a gradual understanding of the importance of effective use of the media communicative component of state information policy in democratization of public administration.

Recent research and publications analysis. Research of theoretical bases and practical directions of realization of the state information policy is based on works of such scientists: Soloviyov S. H., Hrytsyak N. V., Semenchenko A. I., Lytvyanova L. V., Dreshpak V. M., Pocheptsov H. H., Pavlyuk O. H., Vlasenko R. V.

The paper objective. The main task of this article is to substantiate the need to study the nature and possibilities of using the media communicative component of state information policy in the context of democratization of public administration.

The main paper body. The essence and possibilities of application of the media communicative component of the state information policy of Ukraine as one of the elements of the state policy are considered. The main legislative directions of the state activity in the information sphere are analyzed. The importance of the influence of mass media and mass media on the state information policy has been clarified. Obviously, the object of the media communicative function of the state is not the entire amount of information in its spatio-temporal and value dimension, but only the part of information that can influence the development of an individual, society as a whole or certain social group in particular. It is determined that under the influence of modern media the technology of public administration changes its character: state coercion, transformed into a form of expert management of society, on the other – turns into a kind of episodic communication based on political choice of the individual. The development of the structure of Ukrainian society and information and communication technologies has led to the diversification of technological tools for information exchange, which, in turn, has become the basis for multifaceted content of media communications. On the one hand, for such factors, this system helps to strengthen information links in society and is an important factor in stimulating information exchanges between different social groups, government, political, economic, scientific, public and other actors. On the other hand, the strengthening of information ties, the growth of information exchanges on the basis of information and communication technologies made it possible to use these assets for information influences, manipulations, and the dissemination of negative information. The main elements of communication have been identified, as well as the significant potential of using the latest tools of the media communicative component of the state information policy in terms of democratization of public administration.

Conclusions and prospects for further research. We have established that the state information policy is nothing but a media communicative function of the state, the essence of which is to obtain, use, disseminate and store information, ensure openness and transparency of government and ensure the right of everyone to access information. That is why the application of the media communicative component of the state information policy has great potential for the formation of quality information space and the development of a new paradigm of modern public administration, although it requires a more thorough theoretical understanding and further scientific analysis.

Key words: public administration; communication; media; information; function; state.

© Лопатченко І. М., 2021.

Постановка проблеми

Тривала суспільно-політична та соціально-економічна нестабільність в нашій державі висуває на перший план важливість сталого інформаційного стану в країні, який має певним чином стабілізувати загальні настрої суспільства. Гібридні та інформаційні впливи, які направлені останні декілька років на нашу країну вивели державну інформаційну політику в одну з надважливих у взаємодії держави та громадськості, а також у протидії зовнішнім негативним діям. Заборони соціальних мереж, які формують антиукраїнські настрої, розпалювання ворожнечі у ЗМІ та інші інформаційні фактори призвели до поступового розуміння важливості ефективного застосування медіа комунікативної складової державної інформаційної політики в умовах демократизації публічного управління й саме ця складова повинна стати певним стабілізуючим чинником у суспільстві. Все вищезазначене створює необхідність наукового вивчення та практичного використання цієї складової в діяльності публічного управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Дослідження теоретичних основ та практичних напрямків реалізації державної інформаційної політики базується на працях таких вчених: С. Г. Соловійов, О. Є. Бухтатий, Н. В. Грицяк, А. І. Семенченко, І. Б. Жилияєв, Т. А. Гузенко, Л. В. Литвинова, В. М. Дрешпак, Г. Г. Почепцов, О. Г. Павлюк, В. І. Гурковський, О. В. Радченко, Р. В. Власенко та ін. [1; 2; 5; 6].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми

Використання медіа комунікативної складової державної інформаційної політики в умовах демократизації публічного управління знаходиться на етапі розвитку та становлення. Проте сутність та можливості застосування даної складової ще залишається недостатньо вивченим та потребує подальшої теоретичної та практичної деталізації.

Мета

Основною метою даної статті є обґрунтування необхідності дослідження сутності та можливостей застосування медіа комунікативної складової державної інформаційної політики в умовах демократизації публічного управління.

Виклад основного матеріалу

Головною метою будь-якої державної інформаційної політики (прихованої чи відкритої, коротко- чи довгострокової) є управління процесами створення, збирання, зберігання та розповсюдження інформації в усіх сферах суспільного життя, іншими словами – здійснення впливу на свідомість громадян, фокусування інформаційного потоку на формуванні симулякрів, наближення до ідеалізації політичних персон та їхніх дій, а також прищеплення відповідних політичних, культурних та ідеологічних норм. Державна інформаційна політика, з одного боку, є складовою державної політики. З іншого боку, інформаційна політика є у значній мірі самостійною політикою [2].

В українському законодавчому полі – зокрема у Законі України «Про інформацію» закріплені вимоги до сукупності основних напрямів діяльності держави в інформаційній сфері щодо [7]:

- забезпечення доступу кожного до інформації;
- забезпечення рівних можливостей щодо створення, 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, сприяння міжнародній співпраці та входженню України до світового інформаційного простору.

Це дає можливість стверджувати, що державна інформаційна політика є нічим іншим як медіа комунікативною функцією держави, суть якої полягає в одержанні, використанні, поширенні і зберіганні інформації, забезпеченні відкритості та прозорості діяльності суб'єктів владних повноважень і забезпеченні права кожного на доступ до інформації.

У сучасних умовах суть цієї функції полягає не тільки в забезпеченні розповсюдження державою інформації. Ключовою метою є формування позитивної громадської думки щодо державної політики в різних сферах суспільного життя, отримання вогуту довіри від громадян, соціальних інститутів і суспільства в цілому. Тому медіа комунікативна спрямованість діяльності держави має безперервний та, по суті, нескінченний характер. Ця функція відіграє не менш важливу роль, ніж економічна функція або функція оборони, що, у свою чергу, потребує до себе постійної уваги. Тому медіа комунікативна складова знаходиться у стані постійного розвитку, удосконалення та прогресивного або ж навпаки регресивного розвитку [2].

Очевидно, що об'єктом медіа комунікативної функції держави є не весь обсяг інформації в її просторово-часовому та ціннісному вимірі, а виключно та частка інформації, яка здатна здійснювати вплив на розвиток окремого індивіда, суспільства в цілому або ж певних соціальних груп зокрема.

Цю інформацію ми сьогодні сприймаємо як суспільно значущу. Очевидно, що здійснити вплив на формування в більшості членів соціуму певного відношення до якоїсь політичної, соціальної, культурної або іншої проблеми вона може лише за умови позитивного сприйняття якоюсь мінімально необхідною кількістю його членів. Суспільно значуща інформація, поширюючись каналами між особового спілкування та декодуючись під час цих процесів, набуває статусу масової інформації. Зрозуміло, що ефективність її розповсюдження залежить від того, яка кількість членів суспільства залучиться до процесу комунікації. Найефективніше це здійснювати за допомогою спеціального інструментарію — засобів масової інформації та засобів масової комунікації, які, трансформуючи інформацію у повідомлення зрозумілі і сприйнятливі для певної цільової аудиторії, надають їй змістовних кордонів, формують громадську думку, здатну укріпити мур державної влади, або ж навпаки — зруйнувати їх ущент [2].

Сьогодні очевидним є те, що можливість доступу до індивіда інформації та гарантування права на її

поширення серед інших членів суспільства є одним із найважливіших суспільних цінностей, а здатність трансформувати кількість інформації в якість знань вирізняє особливий критерій суспільного стану – «медіа-еліту», тоді як основна маса населення перетворюється на пасивних споживачів інформації – «медіатаріат». І якщо в минулому сторіччі боротьба між капіталістами і пролетаріатом (від лат. *proletarius*) характеризувала індустріальну систему суспільних відносин, то в інформаційному суспільстві ці протистояння відбуваються між індивідами, здатними плідно використовувати отриману інформацію, і медіатаріатом [2].

Для будь-якого сучасного суспільства, яке знаходиться в умовах кардинальних змін засобів виробництва, світогляду людей, міждержавних, культурних і суспільних відносин визначальним чинником стає саме рівень можливості доступу до глобального інформаційного простору, який все більше впливає на економіку, політику та національну безпеку. Невідворотність процесу глобалізації, що супроводжує цей етап, докорінно змінює не лише традиційні суспільні устрої, а й знищує міждержавні кордони, нівелює основні функції держави щодо контролю за інформацією та засобами її масового поширення. Термін «інформаційна територія держави» – це досить умовний термін, тому що на сучасному етапі розвитку держава не в силах остаточно перекрити канали трансляції відеопродукції з інших країн, зокрема інформації що передається через численні штучні супутники Землі. Сучасна держава, за посередництвом регулюючих органів, може лише контролювати наземну ефірну та кабельну трансляцію на своїй території [1].

Надзвичайно важливою є інша функція засобів масової інформації – комунікативна, яка забезпечує такі зворотні зв'язки:

- по-перше, між аудиторією, на яку розраховане повідомлення;
- по-друге, між аудиторією та засобами масової інформації, а також між аудиторією та органами державної влади;
- по-третє, між органами державної влади та засобами масової інформації [2].

Саме встановлення зворотного зв'язку між органами державної влади та мас-медіа впливає на якість передачі інформації аудиторії, адже точні уявлення органу управління про об'єкт управління, причому не лише принципове, «взагалі і в цілому», але і деталізоване, оперативне, пов'язане з конкретною ситуацією, є невід'ємним елементом і умовою ефективного управління. Ця система фіксує досягнутий рівень єдності суспільства (соціумів, груп) та суб'єктів владних повноважень, а також ступеня довіри населення до засобів масової інформації. Жодною політичною партією, релігією, громадською організацією чи мультинаціональною корпорацією досі не винайдено більш потужного об'єднуючого ресурсу, ніж мас-медіа. Під впливом сучасних ЗМІ технологія публічного управління змінює свій характер: державний примус, що, з одного боку, трансформується у форму експертного управління суспільством, з іншого – перетворюється на різновид епізодичної комунікації, заснованої на політичному виборі індивіда.

Розвиток структури українського суспільства та інформаційно-комунікаційних технологій зумовив уріз-

номанітнення технологічних інструментів для інформаційних обмінів, що, у свою чергу, стало основою для багатоаспектного змістовного наповнення медіа комунікацій. З одного боку, за таких чинників ця система сприяє зміцненню інформаційних зв'язків у суспільстві і є важливим фактором для стимулювання інформаційних обмінів між різними соціальними групами людей, державними, політичними, економічними, науковими, громадсько-суспільними та іншими суб'єктами суспільної діяльності. З іншого – зміцнення інформаційних зв'язків, зростання рівня інформаційних обмінів на основі інформаційно-комунікаційних технологій дало змогу використовувати ці надбання для інформаційних впливів, маніпулювань, поширення негативної інформації про діяльність конкуруючих суб'єктів, із метою інформаційного збурення в суспільстві [2].

У зв'язку з цим сформувався відповідний суспільний запит, що зумовив розвиток таких напрямів медіа комунікативної діяльності, як інформаційна аналітика, медіа-аналітика в роботі сучасних інформаційних центрів, аналітичний аналіз соціальних мереж. У свою чергу, це дало поштовх для дослідницької роботи в цьому напрямі, усвідомлення необхідності підвищення відповідних якісних параметрів, потрібних для розуміння сучасних методологічних, організаційних засад та програмно-технологічних засобів забезпечення результативності медіа комунікативної складової державної інформаційно політики, пов'язаної з дослідженням інформаційних процесів, обробкою, аналізом, узагальненням інформації, що функціонує в соціальних інформаційних комунікаціях та відображає результат щодо суспільної діяльності окремих державних, політичних, економічних, наукових, громадсько-суспільних та інших суб'єктів [5].

Стратегічно сформувати ефективну медіа комунікативну складову державної інформаційної політики можна визначивши, в першу чергу, об'єктивні цілі комунікації, виявлення цільової аудиторії, узгодження ключових повідомлень, обравши дієвий спосіб та форми подання інформації, а також механізми зворотного зв'язку. В свою чергу, цілі комунікації – це надання інформації, підвищення поінформованості, заохочення до дій, досягнення консенсусу, зміна поведінки, заохочення участі громад, врегулювання конфліктів. Серед основних інструментів комунікації, виділяють наступні: комунікативні заходи, інформаційні бюлетені, медіа, у тому числі прес-конференції, передачі на телебаченні та радіо, офіційні веб-сайти, громадські слухання, соціальний моніторинг, робота консультативно-дорадчих органів, створення робочих та експертних груп, консультативних порталів, інших платформ, а також новітні соціальні засоби комунікації, наприклад, YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, яким, на нашу особисту думку, потрібно приділити особливу увагу при застосуванні медіа комунікативної складової державної інформаційної політики [3].

На початку 2018 року КМІС провело опитування, яке продемонструвало, що дві третини (67 %) дорослого населення України користувалися інтернетом. Частка користувачів серед людей 18–45 років в Україні сягнула 94 %. Як зазначають соціологи, кількість користувачів інтернету продовжує зростати більшими темпами, ніж це прогнозувалося. Таким швидким темпам розвитку сприяє введення в дію у 2015 році

мобільних мереж доступу до інтернету у форматі 3G та введення в дію в 2018 році мереж у форматі 4G, що дозволило охопити маленькі містечка, селища міського типу та навіть невеликі села [3].

Таке всеохоплююче проникнення Інтернету в сучасне життя створило величезний потенціал соціальних мереж. Вважаємо, що їх принагідно використовувати, як дієвий новітній інструмент при застосуванні медіа комунікативної складової державної інформаційної політики. Так, дослідження компанії «Gemius. Україна» демонструє, що зараз є зареєстрованими більше ніж 40 млн. акаунтів у соціальних мережах, ця цифра порівняна з кількістю населення України. Важливість використання соціальних мереж засвідчує те, що серед державних інституцій майже всі мають акаунти, сторінки та групи в найбільш використовуваних сайтах, таких, як YouTube, Facebook, Twitter, Instagram. Маючи велику кількість читачів та підписників, матеріали та публікації, які розміщуються у соціальних мережах державних інституцій отримують значне охоплення та розповсюдження. Важливо зазначити, що створення такого виду інформаційного контенту не потребує великих матеріальних вкладень, проте має дієвий вплив на свідомість громадськості та безпосередньо на державну інформаційну політику [4].

Так, наприклад, кількість підписників на сторінку діючого Президента України у Facebook складає 1 млн. 200 тис. користувачів, ще більшу аудиторію він має у мережі Instagram – 9,3 млн підписників. Завдяки прямій комунікації з користувачами прес-служба керівника держави розміщує важливі повідомлення, відео матеріали, новини, щодо внутрішніх та закордонних зустрічей та багато іншого. Також важливим є приклад сторінки у мережі Twitter 45-го Президента США Дональда Трампа, на яку підписано більше 83 млн. користувачів. Цю сторінку Трамп почав розвивати ще у 2009 році, перебуваючи у статусі бізнесмена й поступово перетворюючи її у серйозну комунікаційну силу, яка мала величезний вплив на його передвиборну компанію на пост голови держави й після обрання Трампа Президентом перетворилась на механізм прямої передачі важливої інформації не лише для своїх співгромадян, але й для усієї світової спільноти [8]. Вплив сторінки у мережі Twitter став настільки масштабним, що за заклики до протестів в процесі передачі влади від Трампа наступному Президенту США Джо Байдену компанія Twitter змушена була заблокувати акаунт уникаючи ризику подальшого заклику до супротиву.

Розгляд сутності та можливостей застосування медіа комунікативної складової державної інформаційної політики продемонстрував, що ця складова проходить етап становлення та розвитку. В сучасних умовах світового розвитку інститут інформації виступає інфраструктурним підґрунтям взаємодії держави та суспільства й носить пріоритетне значення. Застосування органами державної влади медіа комунікативної складової державної інформаційної політики дозволять Україні створити реальні умови для демократизації публічного управління та якнайшвидшої європейської інтеграції.

Висновки

Отже, нами встановлено, що державна інформаційна політика є нічим іншим як медіа комунікативною функ-

цією держави, суть якої полягає в одержанні, використанні, поширенні і зберіганні інформації, забезпечення відкритості та прозорості діяльності суб'єктів владних повноважень і забезпечення права кожного на доступ до інформації. Саме тому застосування медіа комунікативної складової державної інформаційної політики має неабиякий потенціал для формування якісного інформаційного простору та розвитку нової парадигми сучасного публічного управління, хоча й вимагає більш ґрунтовного теоретичного осмислення та подальшого наукового аналізу.

Література

1. Дрешпак В. М. Комунікативна діяльність державних службовців у світлі етичних принципів / Дрешпак Валерій Михайлович. *Публічне адміністрування: теорія та практика*: електрон. зб. наук. праць. 2009. Вип. 1(1). URL: <http://www.dbuapa.dp.ua/zbirnik/2009-01/DreshpakStat.pdf>
2. Інформаційна складова державної політики та управління : монографія / Соловійов С. Г., та ін. / заг. ред. Грицьак Н. В. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України, Каф. інформ. політики та електрон. урядування. Київ: К. І. С., 2015. 320 с.
3. Карлов Т. В. Вдосконалення механізмів управління конфліктами у взаємодії органів влади та громадськості в Україні: регіональний підхід. *Державне управління та місцеве самоврядування*: зб. наук. праць. 2018. Вип. 3(38) . С. 69–74.
4. Лопатченко І. М. Сучасні медіа комунікативні технології профілактики соціального сирітства. *Публічне управління XXI ст. : форсайтінг успіху*: зб. тез XVI міжнар. наук. конгресу (Харків, 21 квіт. 2016 р.) Харків: Магістр, 2016. С. 443–446.
5. Павлюк О. Екологія інформаційного простору України: проблеми дослідження. *Сучасна українська держава: вектори розвитку та шляхи мобілізації ресурсів: матеріали* Всеукр. наук.-практ. конф. (Одеса, 13 лют. 2016 р.) Одеса, 2016. С. 226–229 с.
6. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. Київ, ВД «Києво-Могилянська академія». 2015. 497 с.
7. Про інформацію. Закон України від 02. 10. 1992 № 2657-XII (з усіма змінами та поправками). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2657-12/ed20170101>.
8. Singer P. W., Brooking E. T. *LikeWar. The Weaponization of Social Media*. New York: Houghton Mifflin Harcourt, 2018. 416 p.

References.

1. Dreshpak V. M. Komunikatyvna diialnist derzhavnykh sluzhbovtziv u svitli etychnykh pryntsyypiv / Dreshpak Valerii Mykhailovych. *Publichne administruvannia: teoriia ta praktyka*: elektron. zb. nauk. prats. 2009. Vyp. 1(1). URL: <http://www.dbuapa.dp.ua/zbirnik/2009-01/DreshpakStat.pdf>
2. Informatsiina skladova derzhavnoi polityky ta upravlinnia : monohrafiia / Soloviov S. H. , ta in. / zah. red. Hrytsiak N. V. Nats. akad. derzh. upr. pry Prezidentovi Ukrainy, Kaf. inform. polityky ta elektron. uriaduvannia. Kyiv: K. I. S., 2015. 320 s.
3. Karlov T. V. Vdoskonalennia mekhanizmyv upravlinnia konfliktamy u vzaiemodii orhaniv vlydy ta hromadskosti v Ukraini: rehionalnyi pidkhyd. *Derzhavne upravlinnia ta mistseve samovriaduvannia*: zb. nauk. prats. 2018. Vyp. 3(38) . S. 69–74.

4. Lopatchenko I. M. (Kharkiv, 21 kvit. 2016 r.) – Suchasni media komunikativni tekhnologii profilaktyky sotsialnoho syritstva. Publichne upravlinnia KhKhl st. : forsaitynh uspikhu: zb. tez KhVI mizhnar. nauk. konhresu Kharkiv: Mahistr, 2016. S. 443–446.

5. Pavliuk O. (Odesa, 13 liut. 2016 r.) – Ekolohiia informatsiinoho prostoru Ukrainy: problemy doslidzhennia. Suchasna ukrainska derzhava: kektory rozvytku ta shliakhy mobilizatsii resursiv: materialy Vseukr. nauk.-prakt. konf. (Odesa, 2016. C. 226–229 s.

6. Pocheptsov H. Suchasni informatsiini viiny. Kyiv, VD «Kyievo-Mohylianska akademiia». 2015. 497 s.

7. Pro informatsiiu. Zakon Ukrainy vid 02. 10. 1992 № 2657-KhII (z usima zminamy ta popravkamy). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2657-12/ed20170101>.

8. Singer P. W., Brooking E. T. LikeWar. The Weaponization of Social Media. New York: Houghton Mifflin Harcourt, 2018. 416 p.