

Соріна О.О.
кандидат економічних наук, доцент
Чернишова С.В.
магістр
студентка групи ФЕУз 312м
Національний університет «Запорізька політехніка»
м. Запоріжжя, Україна

МОДЕЛІ КОМУНІКАЦІЇ В ОРГАНАХ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ

Комунікація в органах публічної влади є інструментом управлінського впливу, оскільки це спосіб формування як діяльності, а й корпоративної культури, цінностей і стратегій. У процесі комунікації різних організаційних рівнях відбувається формування комунікативного потенціалу як окремих співробітників, і організації загалом.

Ділові комунікації всередині органу публічної влади відіграють важливу роль у забезпеченні ефективності та досягненні поставлених цілей. Внутрішні комунікації включають обмін інформацією, ідеями, практиками і досвідом між співробітниками і рівнями управління всередині органу публічного управління [1, с. 593]. Маючи високу значимість, комунікації вимагають розробки ефективних моделей комунікації.

Модель комунікації є абстрактним, мовленнєвим або графічним зображенням процесів комунікації, що виражає взаємозв'язок між адресантом (комунікатором), адресою, каналами комунікацій, засобами комунікації та адресатом (комунікантом). У загальному вигляді модель комунікації складається з комунікатора (той, хто передає повідомлення), повідомлення (зміст послання у знаковій чи іншій формі) та реципієнта (той, хто приймає повідомлення).

Існують два основні підходи до комунікацій в органах публічної влади. За першим підходом перевага надається каналу, і тоді йдеться про формальні (збори, нараду, корпоративна газета, внутрішнє розсилання тощо) і неформальні (чутки, спілкування в перервах, під час прийому їжі тощо) комунікаційних канали передачі. Другий підхід акцентує увагу на змісті та формі повідомлення незалежно від каналу, яким дане повідомлення було отримано [2, с. 72]. Відповідно до цього підходу формальна комунікація служить передачею повідомлень, визнаних органом публічної влади, як офіційних. Ці повідомлення носять найчастіше письмову форму і передаються вертикальними каналами. Сюди відносяться накази, розпорядження, службові та посадові інструкції, звіти тощо [3, с. 86]. Проте формальна комунікація може існувати і в усній формі. При цьому використовується горизонтальний канал, наприклад збори та наради. Неформальна комунікація виникає спонтанно, не контролюється керівниками й багато в чому породжується індивідуальними інтересами. До неформальної комунікації відносять чутки, комунікаційні ролі членів організації («зв'язків», «сторож», «космополіт» та ін.), а також міфи, стереотипи, плітки, що функціонують в інформаційному полі органу публічної влади (від чуток плітки відрізняються насамперед націленістю на передачу інформації про особисті

справи працівників). Таким чином, ці підходи не суперечать один одному, а скоріше підкреслюють різні складові формальної та неформальної комунікаційних систем.

Моделі комунікації є вербальними чи графічними уявлення, що ілюструють процес спілкування у схематичній, спрощеній формі. Вони можуть мати такий характер:

- 1) структурний – дозволяє показати елементи, з яких складається процес масової комунікації;
- 2) динамічний – показує перебіг процесу комунікації;
- 3) функціональний – показує зв'язки між окремими частинами процесу спілкування, що становлять модель;
- 4) оперативний – дозволяє прогнозувати та проектувати засоби комунікації [4, с. 2].

Отже, більшість моделей комунікації поєднують у собі структурні, динамічні, функціональні та операційні елементи з відходом від визначення комунікації з погляду масового виробництва та розподілу, в якому сильний наголос робиться на організаційні та технологічні аспекти комунікації.

Сьогодні можна виділити чотири основні моделі комунікації: передача, ритуал, привернення уваги та прийом [5, с. 46]. В основі моделі передачі зв'язку лежить погляд на комунікацію як процес передачі певної кількості повідомлень (повідомлень), заданих відправником або джерелом, які пересилаються одержувачу. В основі ритуальної (експресивної) моделі лежить розгляд комунікації з погляду спільноти, асоціації та участі. Процес комунікації орієнтований не на відправлення повідомлень, а на подання загальних переконань [6, с. 51]. Це свого роду об'єднання аудиторії в акті вираження культури, переконань та цінностей. Найчастіше така модель комунікації несе ритуальний характер, у цьому сенсі він вимагає існування спільноти, що поділяє міфи, традиції та символи, оскільки повідомлення в цій моделі спілкування неоднозначні та мають прихований зміст, який має бути прочитаний одержувачами на основі їхнього розуміння, що виникають із конкретної культури. Цей вид комунікації найчастіше носить святковий і самопоглинаючий характер, тобто є самоціллю. Модель привернення уваги має на меті привернути увагу аудиторії, а не транслювати їй певну інформацію або об'єднувати аудиторію навколо конкретних повідомлень. Модель прийому виникає з напряду критичної теорії та належить скоріше культурним, ніж соціологічним роздумам про процес комунікації. Основна увага приділяється значенню повідомлення, яке передається одержувач засобами передачі інформації [7, с. 24]. Ці моделі не є взаємовиключними та можуть бути використані для концептуалізації та вивчення різних аспектів комунікації в органах публічної влади.

Таким чином моделі комунікації, за умов складного та динамічного процесу комунікації в органах публічної влади, надають можливість належним чином побудувати процес передачі інформації від одного відділу до іншого та/або від одного службовця до іншого, з використанням різних каналів зв'язку. Модель комунікації обов'язкового має передбачати зворотній зв'язок між учасниками

процесу комунікації, завдяки якому комунікатор сприймає результат своєї діяльності (і за необхідністю здійснювати корегування процесу комунікації), що забезпечує ефект такої комунікації в органі публічної влади.

За рахунок побудови моделей комунікацій мета ділового спілкування в органах публічної влади має зводитись до створення та передачі інформації, яка є зрозумілою одержувачу, при чому високі комунікативні навички службовців органу публічного управління надають можливості для кар'єрного зростання, дозволяють краще керувати та підвищують ефективність органу публічної влади. З метою ефективного управління службовці органу публічної влади мають приділяти увагу всім тонкощам комунікацій і вдосконалювати свої вміння в цій галузі, що сприятиме швидкій та якісній роботі з населенням за рахунок більш правильної та змістовної інформації, прискоренню процесів взаємодії між службовцями та населенням. Все це надасть державі якісних та підготовлених кадрів, які надалі зможуть забезпечувати ефективне функціонування та розвиток держави.

Література:

1. Топольницька Т.Б. Комунікативний аспект у формуванні іміджу органів публічної влади. *Електронне наукове видання «Економіка та суспільство»*. 2019. Вип. 20. С. 593–594.
2. Публічне управління та адміністрування : навчальний посібник / А. О. Азарова, Л. М. Ткачук, Л. О. Нікіфорова та ін. Вінниця : ВНТУ, 2019. 181 с.
3. Публічне управління: навч. посібник / А.В. Стасишин, Г.В. Капленко, Г.О. Комарницька та ін.; Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 460 с.
4. Самофалов Д. О. Моделі комунікативної діяльності в публічному адмініструванні громадського здоров'я: зарубіжний та український підходи. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2020. № 9. URL: http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/9_2020/54.pdf
5. Комунікаційний інструментарій для державних службовців / Косар Л., Камініс Я., Халісте Е. та ін. Київ : б. в., 2018. 136 с.
6. Комунікації в публічному управлінні: аспекти організаційної культури та ділового спілкування : навч. посіб. / уклад. Гошовська В.А. та ін. Київ : К.І.С., 2016. 130 с.
7. Коротич О.Б. Комунікативна діяльність персоналу органів публічного управління// *Публічне управління XXI століття: синтез науки та практики* : зб. тез XIX Міжнар. наук. конгрес, 19 квітня 2019 р. С. 23–25.