

І. П. Динник

кандидат наук з державного управління,
старший викладач кафедри публічного управління та адміністрування
Державного торговельно-економічного університету

КОМУНІКАТИВНІ ЗАСОБИ ПЕРСВАЗІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІНСЬКОГО ВПЛИВУ ЛІДЕРА

У роботі розкрито сутність базових понять дослідження, зокрема «персвазивна комунікація», «персвазія», «персвазивна стратегія». Визначено місце персвазивної комунікації як інструменту в дискурсивній парадигмі управлінського впливу. Розкрито персвазивні складові у створенні іміджу управлінця. Охарактеризовано ефективність механізмів персвазії у професійній діяльності управлінця. Висвітлено особливості використання персвазивних стратегій і тактик лідерів України та зарубіжних країн. Запропоновано практичні рекомендації щодо використання найбільш ефективних стратегій персвазивного впливу для досягнення управлінської мети.

Останніми роками неабиякого значення набуває стрімкий розвиток та вдосконалення системи механізмів управлінського впливу, що спрямований на переконання і формування громадської думки, впровадження нової форми впливу – персвазивності. Саме тому виникла необхідність у аналізі інструментів персвазії та виявленні найбільш ефективних стратегій і тактик управлінського впливу лідера.

Розкрито персвазивні складові у створенні іміджу управлінця та з'ясовано, що успішний імідж формується не тільки за рахунок мовних засобів, а й комплексу невербальних прийомів, зокрема таких як: міміка, голос, жести, погляд та поза. Охарактеризовано ефективність механізмів персвазії у професійній діяльності управлінця, зокрема визначено, що мовленнєва взаємодія учасників публічного дискурсу під час якої вони впливають один на одного для досягнення певного результату передбачає перш за все ефективність такої комунікації. Встановлено, що персвазивність у професійній діяльності управлінця тісно пов'язана не тільки із спілкуванням віч-на-віч, але й з тісними візуальними та віртуальними комунікативними актами.

З'ясовано, що оскільки персвазивна комунікація в дискурсивній парадигмі управлінського впливу містить у собі персвазивну складову і тому не буде повноцінною без використання комплексу методів і прийомів впливу на адресата. Весь інструментарій такого впливу не тільки забарвлює мову та чинить персвазивний ефект, а також допомагає досягти кінцевої мети комунікативного акту.

Ключові слова: персвазія, персвазивна стратегія, механізми персвазії, персвазивний вплив, комунікативна стратегія, дискурс, віртуальне комунікування.

Постановка проблеми. Наразі проблематика формування ефективного інструментарію персвазивного впливу у діяльності публічного управлінця до сих пір не має достатнього висвітлення у наукових працях та практичного вирішення. У сучасному світі інструменти впливу вимагають низки наукових розробок та постає гостра необхідність розпізнавати зміст промов лідерів сучасності, а також формування особистого інструментарію персвазивного впливу зумовлює актуальність теми роботи, визначає її мету та завдання. Однак, незважаючи на актуальність застосування механізмів персвазії в управлінській діяльно-

сті лідера, ця тема поки що не дістала належної наукової розробки та потребує подальших наукових розвідок.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Засади становлення комунікативної системи в публічному управлінні розглядали в своїх працях С.Н. Ганущин, Є.О. Романенко. Дослідженню особливостей персвазивної комунікації в управлінській сфері присвячені праці І.В. Гаркуши, А.В. Голоднова, Т.С. Стецик, О.В. Яшенкової. Теоретичні та практичні аспекти використання різних персвазивних стратегій в управлінській діяльності досліджували Н.В. Драган-Іванець, Е.Н. Молодиченко та С.Б. Шило.

Водночас із огляду на складність і багатоаспектність проблеми в умовах сучасного світу залишається ще багато теоретичних і практичних питань для подальшого вивчення та удосконалення.

Метою статті є теоретичне обґрунтування комунікативних засобів персвазії та розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення засобів персвазії як інструменту управлінського впливу лідера. У процесі досягнення цієї мети було розкрито сутність базових понять дослідження зокрема «персвазивна комунікація», «персвазія», «персвазивна стратегія»; з'ясовано місце персвазивної комунікації як інструменту в дискурсивній парадигмі управлінського впливу; розкрито первазивні складові у створенні іміджу управлінця; охарактеризовано ефективність механізмів персвазії у професійній діяльності управлінця.

Виклад основного матеріалу. На сучасному етапі соціально-економічного та політичного розвитку функціональна роль комунікації набуває особливої теоретико-методологічної та соціально-практичної актуалізації. Саме тому важливого значення набуває вироблення механізмів персвазії у діяльності управлінця.

У формуванні суспільної комунікативної системи, відповідної сучасним глобалізаційним процесам та інформаційним технологіям, визначальна і координуюча роль належить органам публічного управління, оскільки «комунікація стає обов'язковою діяльністю сучасних демократій, забезпечуючи участь громадськості у прийнятті рішень і контроль за діями влади; являючи собою процес обміну інформації, забезпечуючи відкритість влади для громадськості та громадськості для влади, формуючи довіру громадян до влади і надаючи останній можливість отримати підтримку, стабілізуючи суспільні відносини» [1].

Становлення ефективної суспільної комунікації, підсистемою якої є комунікативний комплекс публічної влади, можливе за умови реформування системи публічного управління. Таким чином, процеси формування ефективної системи суспільної комунікації, реформування публічного управління, розвитку інститутів громадянського суспільства є взаємозалежними і, за умови їх узгодженості, здатні забезпечити синергетичний ефект суспільного поступу.

Однак, успішність формування та ефективність комунікативної системи публічного управління значною мірою визначається ґрун-

товністю та досконалістю теоретико-методологічних засад, на яких базується розроблення та реалізація комунікативної політики, метою якої є формування загального смислового простору, сприйняття та розуміння шляхів розвитку суспільства, способів та інструментів вирішення проблем спільними зусиллями різних суспільних суб'єктів. Визначення теоретико-методологічних засад формування системи суспільної комунікації публічного управління є метою дослідження, яку доцільно реалізувати через виконання таких завдань, як: обґрунтування необхідності формування комунікативної системи публічного управління як способу забезпечення координованості діяльності суб'єктів державної, самоврядної, громадської, медійної влад щодо управління суспільними процесами; визначення комплексу теоретико-методологічних засад становлення комунікативної системи публічного управління; розроблення її структурно-функціональної моделі [2].

В умовах реформування державного управління в Україні одним із актуальних завдань є модернізація системи публічних комунікацій, наближення її до стандартів ЄС та передових країн світу, побудова ефективної моделі комунікативної діяльності органів державної влади. Важливою складовою цього процесу є створення дієвих механізмів координації комунікативних зусиль органів влади, що дасть можливість об'єднати зусилля у вирішенні спільних завдань, уникнути дублювання функцій та спростити організаційну структуру [3].

Комунікація це спосіб координації діяльності суб'єктів у площині вироблення та реалізації державної політики, що потребує впровадження нових форм взаємодії органів влади різних рівнів та участі інститутів громадянського суспільства.

Комунікації публічного управління доцільно розглядати як сукупність підсистем інформаційно-спонукальних взаємодій (передачі інформації; обміну інформацією; спонукування до діяльності відповідно до змісту інформаційного посилу; продукування інформації у процесі взаємного обміну; впливу на формування свідомості суспільних суб'єктів) між суб'єктами державної, самоврядної, громадської, медійної влад для забезпечення інформування про рішення та послуги; роз'яснення суспільних, державних, громадських пріоритетів, залучення стейкхолдерів до прийняття державних і муніципальних рішень; консультування та налагодження

належного зворотного зв'язку з громадськістю; сприяння розвитку громадської думки та здійсненню громадського контролю тощо [2].

Отже, необхідність формування комунікативної системи публічного управління обумовлена: незадовільним станом комунікацій органів державної влади, місцевого самоврядування та інститутів громадянського суспільства, внаслідок чого відсутня належна координованість їх діяльності щодо управління процесами економічного, соціального, гуманітарного розвитку суспільства; відсутністю цілісної державної комунікативної політики, комунікативної стратегії і тактики органів публічної влади, єдиної системи комунікативних підрозділів у них; необхідністю координації комунікативних дій суб'єктів державної, самоврядної, громадської, медійної влад задля забезпечення результативного впливу на управління суспільними процесами, оптимального й ефективного використання економічних, організаційних, комунікаційних та інших ресурсів; нагальною потребою «вироблення механізму своєчасного виявлення, запобігання і нейтралізації реальних і потенційних загроз національній безпеці в інформаційній сфері та побудови національної системи стратегічних комунікацій» [1]. На сучасному етапі соціально-економічного та політичного розвитку функціональна роль комунікації набуває особливої теоретико-методологічної та соціально-практичної актуалізації.

Комунікація у такому її контексті є предметом дослідження різних предметних сфер та різних концептуальних рівнів філософського, культурологічного, політологічного, психологічного, кібернетичного, соціобіологічного, лінгвістичного. Це безпосередньо обумовлено тотальним проникненням інформаційно-комунікативних технологій у всі сфери суспільного життя, що призвело до виникнення нових комунікативних структур та процесів, які спричинили зміну у соціально-комунікативному середовищі розвитку суспільства. Проблема комунікації у різних сферах досі не має належного обґрунтування у межах державноуправлінської науки. Доцільність аналізу відповідних аспектів в межах даного дослідження обумовлена потребою розроблення теоретико-методологічних аспектів формування та реалізації комунікативних проблем у процесі здійснення державного управління [4].

Першочергового значення набуває аналіз сутності комунікації у контексті відповідних дослідницьких підходів, які вплинули на фор-

мування сучасної парадигми реалізації комунікативної політики держави. Формування науки про комунікацію безпосередньо характеризує значне відставання у формуванні теоретико-методологічних досліджень різних наукових шкіл та їх вплив на розвиток сучасного світу і науки зокрема [4].

Комунікації в державному управлінні розглядають як «інформаційну взаємодію, орієнтовану безпосередньо на визначену організацію, на методи і засоби побудови внутрішніх взаємозв'язків, тобто як інформаційні потоки; на розуміння побудови відносин між людьми всередині організації і в непомітному перенесенні особистих відносин на організаційні, у поєднанні вражень, заснованих на почутті симпатії або антипатії, і вражень від ділових якостей» а «комунікація управлінська – сукупність інформаційних зв'язків, процес взаємодії між суб'єктами управлінської діяльності по вертикалі, горизонталі із зовнішнім суспільним середовищем, шляхом безпосереднього спілкування і обміну інформацією з використанням відповідних засобів [5, с. 330–331].

Досліджуючи сутність та функції комунікації в системі державного управління Є.В. Драчов наголошує, що «при здійсненні основних управлінських функцій – планування, організації, мотивації, координації, аналізу та контролю, – комунікація виступає як інтегруючий фактор: використовуючи потоки інформації, вона спрямовує повідомлення від однієї ланки до іншої відповідно встановленим цілям. Фактично, система обробки інформації виступає об'єднуючою функцією для всіх підсистем або підрозділів державного управління» [6, с. 163–164].

Розмежовуючи поняття «державно-управлінська комунікація» (налагодження інформаційно-комунікативних процесів у сфері державного управління) та «державно-урядова комунікація» (як її структурна складова, яка забезпечує безпосереднє комунікування між урядом, бізнесом та громадськістю) Є.О. Романенком було виокремлено її комунікативні рівні: внутрішній, що стосується структурної взаємодії органів державної влади і їх взаємодії з громадськістю, та зовнішній, який стосується взаємодії держави та її інституційних структур у напрямі реалізації зовнішньої політики [7, с. 12].

Разом з тим, визначення поняття персвазивна комунікація представляє собою комунікативну практику та історично сформований спосіб взаємодії суб'єктів або певних груп

у комунікативній ситуації з метою спонукання іншої сторони до посткомунікативної діяльності. Персвазивна комунікація лат. *persuādeo*, – *suāsī*, – *suāsum*, – *ēre*, – це мистецтво переконувати, запевняти або схилити реципієнта на свій бік.

Неориторика розглядає раціональний і емоційний спосіб переконання як рівноправні і однаково прийнятні в реальному персуазивній комунікативній ситуації. Неориторика акцентує увагу на теорії та досвіді, займається вивченням процесу оволодіння мовою, побудови теорії діалогу та полілогу, зворотнім зв'язком у спілкуванні; спрямовує свої зусилля на пошук шляхів практичного застосування ораторської майстерності у професійному (усному й писемному), особистісному спілкуванні і навіть у спілкуванні з самим собою (тобто у внутрішньому мовленні) [8].

Д. Ділллард і М. Фау визначають успішність персуазивної комунікації за критерієм результату політичних кампаній усіх рівнів, прийняття законів, формування загальної думки, завоювання та утримання влади. Вони наголошують, що персуазивна комунікація у судочинстві може набирати надзвичайно важливого характеру, будучи вирішальною. Жанрами цього є обвинувачувальний виступ прокурора, захисна промова адвоката, що може остаточно вплинути на винесення вироку. Разом з тим, важливою сферою існування персуазивної комунікації є економіка, адже її розвиток залежить від активності споживачів. І, нарешті, технології, що активно застосовуються у сфері маркетингу, часто стають засобами вирішення гострих соціальних проблем [9].

У сучасній лінгвістичній науці аргументація розглядається як сукупність форм і засобів апелювання до категорії цінності з поєднанням мовних, логічних та психологічних механізмів вираження [10].

Аргументація може визначатися і як «соціальна, інтелектуальна й невербальна активність, що слугує для того, аби довести чи спростувати думку, яка складається з низки висловлювань, і спрямована на отримання схвалення від аудиторії» [11, с. 33].

Категорія аргументативності перш за все ґрунтується на логікориторичних характеристиках, що мають вплив на адресанта і здійснюють регулювання його поведінки. Будь-яке текстове вираження думок має певні формальні характеристики, через них і здійснюється безпосередній вплив на підсвідомість читача і несвідомі емоції, думки, формуючи певні образи.

Висновки та пропозиції. Отже, персвазія це свідомий вплив на переконання, думки та рішення іншого за допомогою вживання слова чи образу, логічних інформаційних акцентів. Персвазивність покликана впливати на маси, корегувати їх погляди та суспільну свідомість.

Разом з тим, формуванню ефективної комунікативної системи публічного управління передують визначення комплексу її теоретико-методологічних засад: переведення наявного істинного фундаментального та прикладного знання у площину його застосування як знаряддя, засобу отримання нового достовірного знання, необхідного для здійснення розроблення та реалізації державної комунікативної публічної політики [2].

Саме тому, найбільш ефективним шляхом до демократичного врядування є встановлення комунікативних зв'язків із громадськістю, зокрема із застосування персуазивності – саме такий підхід дозволить взаємодіяти з громадянами, завоювати їх підтримку та високий рівень довіри до органів публічної влади та управлінців зокрема.

Список використаної літератури:

1. Запровадження комунікації органів державної влади: виклики та завдання : зб. мат. наук.-практ. конф. / упоряд. А. В. Баровська. К. : Фенікс, 2016. 192 с.
2. Ганущин С. Н. Теоретико-методологічні засади становлення комунікативної системи публічного управління. *Демократичне врядування*. 2018. Вип. 21. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2018_21_3.
3. Самойленко С. Координація комунікативної діяльності органів виконавчої влади: стан та шляхи вдосконалення. *Запровадження комунікації органів державної влади: виклики та завдання* : зб. матер. наук.-практ. конф. / упоряд. А. В. Баровська. К. : Фенікс, 2016. С. 60–65.
4. Романенко Є. О. Теоретико-методологічна ідентифікація поняття комунікації у контексті сучасних дослідницьких підходів. *Ефективність державного управління*. 2012. Вип. 32. С. 108–115. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/efdu_2012_32_14.
5. Енциклопедичний словник з державного управління: довідк. вид. / Нац. акад. держ. упр. при Президенті України; уклад.: Ю. П. Сурмін, В. Д. Бакуменко, А. М. Михненко та ін.; за ред. Ю. В. Ковбасюка, В. П. Трощинського, Ю. П. Сурміна. К. НАДУ, 2010. 820 с.
6. Драчов Є. В. Сутність та функції комунікації в системі державного управління. *Науковий*

- вісник Академії муніципального управління. Серія : Управління. 2014. Вип. 3. С. 159–167.
7. Романенко Є. О. Становлення та розвиток комунікативної політики держави : дис. ... д-ра наук з держ. упр. : спец. 25.00.01 «Теорія та історія держ. упр.» Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. Київ, 2015. 453 с.
 8. Гаркуша І. В. Неориторика як персуазивна комунікація у структурі професійної компетентності рекламистів. *Держава та регіони. Серія : Гуманітарні науки.* 2014. № 1-2. С. 105–109.
 9. Dillard J. P., Pfau M. *The Persuasion Handbook: developments in theory and practice.* Sage Publications, 2002. 874 p.
 10. Коваль Н. Є. Стратегії аргументативного дискурсу (на матеріалі законодавчих текстів). *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету. Філологія, педагогіка, психологія.* 2010. № 21. С. 39–45.
 11. Почепцов Г. Г. *Теорія комунікації* / Г. Г. Почепцов. 2-е вид. К.: Вид. центр «Київський університет», 1999. 308 с.

Dynnyk I. P. Communicative means of persuasion as a tool of managerial influence of the leader

The work reveals the essence of the basic research concepts, in particular “persuasive communication”, “persuasive”, “persuasive strategy”. The place of persuasive communication as a tool in the discursive paradigm of managerial influence is determined. Pervasive components in creating a manager’s image are revealed. The effectiveness of persuasion mechanisms in the manager’s professional activity is characterized. Features of the use of persuasive strategies and tactics by the leaders of Ukraine and foreign countries are highlighted. Practical recommendations on the use of the most effective strategies of persuasive influence to achieve the management goal are offered. In recent years, the rapid development and improvement of the system of management influence mechanisms aimed at persuasion and formation of public opinion, the introduction of a new form of influence – persuasiveness – has become extremely important. That is why it became necessary to analyze the tools of persuasion and identify the most effective strategies and tactics of the leader’s managerial influence. The persuasive components in the creation of a manager’s image are revealed, and it is found that a successful image is formed not only through language means, but also through a complex of non-verbal techniques, including facial expressions, voice, gestures, gaze and posture. The effectiveness of the mechanisms of persuasion in the professional activity of the manager is characterized, in particular, it is determined that the speech interaction of the participants of public discourse during which they influence each other to achieve a certain result presupposes, first of all, the effectiveness of such communication. It was established that assertiveness in the manager’s professional activity is closely related not only to face-to-face communication, but also to close visual and virtual communicative acts. It was found that since persuasive communication in the discursive paradigm of managerial influence contains a persuasive component and therefore will not be complete without the use of a complex of methods and techniques of influencing the addressee. The entire toolkit of such influence not only colors the language and has a persuasive effect, but also helps to achieve the ultimate goal of the communicative act.

Key words: persuasion, persuasive strategy, mechanisms of persuasion, persuasive influence, communicative strategy, discourse, virtual communication.