

ethically, inclusively, and in ways that enhance human communication and culture. In these domains, artificial intelligence (AI) has promise for technology and how we may use it to improve society overall by promoting more equal communication and stronger cross-cultural ties.

Л. Філіпова

КОМУНІКАЦІЇ ТА КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ: ТЕОРЕТИЧНІ ПОНЯТТЯ

L. Filipova

COMMUNICATIONS AND COMMUNICATIVE STRATEGIES: THEORETICAL NOTIONS

Актуалізація терміну «комунікація» стала особливою у середині ХХ ст., що було пов'язане передусім з ім'ям М. Вінера, появою кібернетики та інформатики, дослідженням складних систем управління та комунікативних моделей. Термін «комунікація» має багато тлумачень, однак найчастіше використовується як процес обміну інформацією між її носіями через систему знаків. У сучасному інформаційному суспільстві основу структури управління організації становлять комунікативні моделі. І саме у сфері управління розглядають поняття «комунікація» та «комунікаційна стратегія» на одному рівні, як частину загальної стратегії розвитку організації, як основний елемент її організаційної культури.

Фахівці вважають, що поняття «комунікативна стратегія» є відносно новим терміном теорії менеджменту. Існують думки, що термін «стратегія» запозичений з військової сфери і, по суті, означає вибір не якогось одного шляху до перемоги (досягнення мети), а створення таких умов, щоб усі шляхи вели до неї. У загальній формі стратегія постає як послідовність кроків, для яких характерними є: наявність стратегічної проблеми (ситуації); конструювання й побудова конструкції як перетворення ситуації; визначення апріорних положень, відповідно до яких здійснюється зміна ситуації. У широкому сенсі термін «комунікативна стратегія» охоплює всю сферу комунікування (або спілкування) в організації, коли є на меті досягнення деяких довгострокових результатів з метою встановлення необхідного рівня комунікації. Серед багатьох тлумачень, у загальному розумінні, комунікативна стратегія організації розглядається як програма реалізації всього спектра вербальних та невербальних засобів компанії, розроблена на основі дослідження та аналізу тенденцій розвитку, можливостей досягнення цілей, ресурсів та потенціалу організації.

У термінологічному аспекті поділяють категорії комунікаційної та комунікативної стратегії. Поняття комунікативної стратегії застосовується переважно в лінгвістиці, теорії міжкультурної комунікації, педагогіки. Під комунікативною стратегією в загальному вигляді розуміється план реалізації цілей комунікатора, схема побудови суб'єктом комунікації моделі своєї мовної поведінки з метою досягнення завдання спілкування. Поняття комунікаційної стратегії застосовується в комунікаційному менеджменті, комунікаційному плануванні та проектуванні, маркетингу, політичних та бізнес-комунікаціях, зв'язках з громадськістю та рекламою.

У загальному розумінні комунікаційна стратегія визначається як орієнтація на загальну стратегію соціального суб'єкта, що має на меті досягнення стратегічних цілей через інформаційно-комунікаційні взаємодії із зовнішнім і внутрішнім середовищем. Хоча в наукових публікаціях терміни «комунікативна» та «комунікаційна»

стратегії часто використовуються взаємозамінно, точніше буде вживатись термін «комунікаційна стратегія». Її розглядають як складову частину функціональної маркетингової стратегії компанії, що передбачає перспективне планування дій для досягнення необхідного рівня комунікації.

Комунікаційна стратегія є перспективним планом будь-якої соціальної взаємодії, спрямованим на отримання маркетингових результатів у комунікаційному середовищі. Інакше кажучи, це план дій компанії на майбутнє, обґрунтована стратегія використання комплексу комунікативних засобів (комунікативний мікс) у процесі взаємодії з усіма учасниками маркетингової системи.

Комунікаційна стратегія ґрунтується на корпоративній та маркетинговій стратегіях і складається з набору ефективних інструментів впливу на цільові аудиторії, а також певної програми їх використання. Вона передбачає послідовну розробку трьох складових: ринкової (або маркетингової) стратегії, креативної стратегії та медійної (медіа) стратегії.

Вченими визначаються види комунікативних стратегій та відповідні типи організаційних культур. У науковій та методичній літературі наведено класифікації комунікативних стратегій, в основі яких покладено або цільові установки, або світоглядні цінності (етичні принципи). Закономірним вважається, що той чи інший вид організаційної культури породжує свій тип спілкування, свою комунікативну стратегію. У цьому сенсі активно використовують теорію ірландського філософа Чарльза Хенді (Charles Handy), яка фокусується на чотирьох стилях управління, або культурах, які часто зустрічаються в робочому середовищі; кожна організаційна культура стимулює мотивацію своїх співробітників, привносячи із собою власні стандарти, поведінку та цінності, які необхідно підтримувати. Відповідно до класифікації Ч. Хенді, виокремлюються 4 типи організаційних культур, які умовно названі як: клубна, рольова, робоча та екзистенційна. У компаніях із клубною організаційною культурою вся влада та всі комунікативні потоки зосереджені в руках однієї особи. Для організаційної культури клубного типу характерна закрита комунікативна стратегія. У компаніях з рольовою культурою комунікативні стратегії мають напівзакритий характер і відносяться до конфронтаційного типу. У компаніях з екзистенційною та робочою культурою вибудовуються переважно стратегії співробітництва; у таких організаціях відзначаються ефективні, відкриті комунікативні стратегії кооперації. Компанії, що реалізують таку культуру, посідають одні з перших позицій у списку високоприбуткових організацій: Google, Microsoft, IBM та ін. Щодо рольових структур та авторитарних клубних, то вважають, що ефективність таких структур у вік цифрових технологій має тенденцію до різкого зниження.

Важливість та актуальність комунікаційних аспектів ефективного розвитку управління та планування будь-якої організації підкреслено в багатьох галузях. Зокрема, ці питання мають суттєве значення в інформаційно-документних, адміністративно-кадрових підрозділах, службах документального забезпечення управління органів державної влади та інших установах сфери інформаційної діяльності.