

Зарицька І. П.
(Одеса)

РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ СТРАТЕГІЙ КОМУНІКАЦІЙ В ДЕРЖАВНОМУ УПРАВЛІННІ

Анотація. Дана стаття спрямована на висвітлення результатів дослідження щодо розуміння категорії «стратегія» в державному управлінні. Робиться акцент на методології комунікативних стратегій реалізації функцій державного управління.

Ключові слова: стратегія, державне управління, комунікації.

У науковій думці України існує багато підходів до розуміння стратегій. Наш власний аналіз 84 наукових джерел дозволив виокремити 219 тлумачень і характеристик стратегій, які використовуються в науці та практиці.

Проведений нами контент-аналіз визначень довів, що стратегія тлумачиться як: план (23); засіб (14); дія (13); напрям (10); мистецтво, система (9); цілі (7); модель, правила, програма (5); вибір, діяльність, патерн, позиція, завдання (4); інструмент, концепція, мета, перспектива, принципи, ресурси (3); спроба, сукупність, процес, реакція, результат, розвиток, підхід, документ, заходи, можливості, основа, зростання (2) (ранжування проведено за кількістю використань по убуванню). 129 тлумачень мають одноразове посилання.

Отримані результати контент-аналізу свідчать про дисперсність розуміння стратегії в науці та практиці. Також доведено, що використання тлумачень стратегії в державному управлінні як: дії, план, система (4); засіб, модель (3); інструмент, документ, основа, програма, ціль (2); алгоритм, діяльність, завдання, інтеграція, механізм, напрямки, організація, перспектива, правило, принципи, прогноз, розвиток, синтез, складова, структура (1), — призводять до різноплановості використання їх в практичній діяльності суб'єктів державного

управління. Окрім того, вони перенесені з галузей: економіка [17], менеджмент [5, 7, 8], політологія [9, 10, 4], маркетинг [2, 6], психологія [12, 11], військова наука [3], соціологія [1]. При цьому, домінують визначення, притаманні політології та менеджменту. Зокрема це стосується методології комунікативних стратегій реалізації функцій державного управління.

Відповідно і всі комунікації органів державного управління побудовані в контексті таких стратегій. Здебільшого вони стосуються інформування, обговорення, консультацій. У деяких випадках реклами власної діяльності і створення іміджу органу влади. Втім, спираючись на соціологічні дослідження [13], можна говорити про не високу результативність такої діяльності (табл. 1).

Дослідження проведене соціологічною службою Центру Разумкова в усіх регіонах України з 10 по 17 серпня 2011 року. Опитано 2007 респондентів віком від 18 років. У 2000 році дослідження проводилося з 28 липня по 10 серпня. Опитано 2012 громадян у віці від 18 років у всіх регіонах України. Теоретична похибка обох вибірок — 2,3%.

Розподіл відповідей на це питання практично не змінився порівняно з 2000 роком, коли також більшість респондентів вважали, що у випадку, якщо одночасно змінити весь кадровий склад центральних і місцевих органів влади на інших людей, ситуація в країні не змінилася б (40,2%) або змінилася б на краще (30,1%) і лише 6,9% опитаних вважали, що ситуація в країні у цьому випадку змінилася б на гірше. 22,8% респондентів у 2000 році вагалися з відповіддю на питання. Ці дані наводять тому, що по теперішній час ситуація залишається незмінною.

Таблиця 1

Якщо одночасно змінити весь кадровий склад центральних і місцевих органів влади на інших людей, то:

	Серпень 2000	Серпень 2011
Ситуація в країні змінилася б на краще	30,1	29,5
Від цього ситуація в країні не змінилася б	40,2	39,8
Ситуація в країні змінилася б на гірше	6,9	8,8
Важко відповісти	22,8	21,8

Інші соціологічні дані [14, 15] свідчать про необхідність розроблення особливих стратегій комунікацій — це переміщення зацікавленості населення України в отриманні інформації з Інтернет-ресурсів. Так, відповідно до результатів опитування, 55% молоді довіряє більше всього Інтернету як джерелу інформації, 52% — телебаченню і 44% — пресі. На сьогоднішній день в Україні 33% людей користуються Інтернетом, і переважна більшість з них становить молодь віком до 35 років. Майже 90% студентів та більш як 70% учнів в Україні сьогодні користуються Інтернетом. Соціологічне дослідження проводилось у листопаді-грудні 2011 року по всій території України методом репрезентативного опитування. Вибіркова сукупність: багатоступенева, територіально-поселенська, стратифікована, репрезентативна для населення України. Загалом було опитано 1002 респонденти у віці від 14 до 35 років. Похибка вибірки становить 1,9-3,6% (рисунок).

Також соціологічні дослідження [16] свідчать про те, що соціальні мережі відвідують близько 87% користувачів. Найбільш часто відвідуюною є мережа В Контакті — їй віддають перевагу

близько 40% Інтернет-користувачів; ядро користувачів даної соціальної мережі становить молодь (16-29 років). Не менш популярною є соціальна мережа Однокласники.гу. Ядро користувачів даної соціальної мережі становлять люди середнього віку (30-44 років), а найбільш частими відвідувачами є жінки. Проект Мій Мир@mail.ru займає третє по популярності місце, а основними відвідувачами є користувачі у віці від 45 і старше. Проблемою стає відсутність зацікавленості отримання інформації з інших джерел серед дітей та підлітків. Читання в підлітковому середовищі витісняється. Українські дослідники зазначають, що якщо підліток 70-х читав близько 40 книжок за рік, то сьогодні він читає близько 9. Це інший читачький досвід. Сьогоднішній підліток — це інший читач, з іншим набором ціннісних орієнтацій. Те, що він читає, здебільшого — це шкільна програма. За рамками шкільної програми мало що читають.

Важливими для нашого дослідження є дані gemiusAudience щодо проникнення Інтернету у життя українця. Хоча, станом на лютий 2010 р. (15+) проникнення Інтернету вважається низьким (табл. 2).

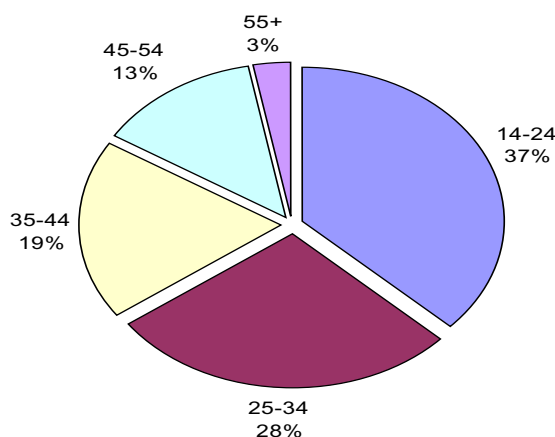


Рис. Склад Інтернет-аудиторії України за віком

Таблиця 2

Проникнення Інтернету в життя українця (за даними gemiusAudience)

1.	Estonia	71%
2.	Latvia	65%
3.	Czech Republic	58%
4.	Lithuania	57%
5.	Bulgaria	50%
6.	Poland	50%
7.	Hungary	49%
8.	Croatia	48%
9.	Romania	41%
10.	Russia	36%
11.	Ukraine	20%

Крім того, як зазначають фахівці, є наявність певного розриву між мегаполісами, крупними містами та районними центрами, селищами і селами в розумінні необхідності впровадження е-урядування, його значення для життєдіяльності населення. Втім, прогнозується, що обсяг проникнення Інтернету на кінець року становитиме 27-30%. У найближчі 5 років обсяг буде як мінімум у 50% домогосподарств країни, у той час як у великих містах ця цифра буде становити й 70 – 80%.

Специфіка комунікацій в системі державного управління полягає в тому, що пронизує будь-яку організацію наскрізь і характеризується тим як: здійснюють свою роботу співробітники організації; ставляться один до одного і до організації в цілому; сприяють тому, що організація виступає сильною, конкурентно здібною структурою або послабляють організацію, не даючи їй успішно розвиватися навіть у тому випадку, коли вона має високий техніко-технологічний і фінансовий потенціал; будує свою взаємодію із зовнішнім оточенням.

Все це вимагає використання нових стратегій комунікацій в державному управлінні. Найбільш застосовною, на наш погляд, є конвенціональна комунікативна стратегія. Остання дослідниками характеризується тим, що у ній робиться концептуальний опис основних соціальних процесів, які породжують комунікаційні дії. У конвенціональній комунікативній стратегії застосовуються технології, націлені на управління ситуацією через взаємодію та узгодження поведінки людей. Метою конвенціональної комунікативної стратегії, як зазначають дослідники, є забезпечення комунікації між різними учасниками спілкування. Є також думка, серед українських вчених, що конвенціональна комунікативна стратегія — це згода, заключення угоди у ситуації конфлікту чи підтримка угоди.

Отже, результативність стратегій комунікацій у державному управлінні більш доцільно визначати через запровадження конвенціональної комунікативної стратегії.

Література

1. Antinazi. Энциклопедия социологии, 2009 [Електронний ресурс] — Режим доступу : <http://dic.academic.ru/dic.nsf/socio/4014/СТРАТЕГИЯ>
2. Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху. Стратегия менеджмента: 5 факторов успеха : пер. с нем. / Вайсман Арнольд. — М. : Интерэксперт, Экономика, 1995. — 344 с.
3. Воеводин А. Стратегемы / Воеводин Алексей. — М. : Эт Сеттера Паблшинг, 2004. — 304 с.
4. Горбатенко В.П. Політичне прогнозування / В.П. Горбатенко, І.О. Бутовська // Політичне прогнозування : навч. посібник. — К. : МАУП, 2005. -152 с. — Бібліогр.: с. 140-146. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://politics.ellib.org.ua/pages-523.html>

5. Гончаров В.В. Руководство для высшего управленческого персонала : в 2-х т. / В.В. Гончаров. — Том 1. — М. : МНИИПУ, 1997. — 768 с.

6. Гуманізація соціального управління : тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції 29 квітня 2008 року. — Х. : ФОРМ Александрова К.М., 2008. — 344 с.

7. Ковени М. Стратегический разрыв: Технологии воплощения корпоративной стратегии в жизнь : пер. с англ. / М. Ковени, Д. Гэнстер, Б. Хартлен, Д. Кинг. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2004.— 232 с.

8. Колбушкин Ю.П. Проблемы финансового менеджмента в системе стратегического управления / Ю.П. Колбушкин. — К. : КМУГА, 1999. — 32 с.

9. Политика. Толковый словарь / Д. Андерхилл, С. Барретт, П. Бернелл, П. Бернем [и др.]; общая редакция д.э.н. И.М. Осадчая. — М. : ИНФРА-М; Весь мир, 2001.

10. Політична участь. Стратегія і тактика в політиці Політологія / В.Л. Логвина [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://pidruchniki.ws/11570718/politologiya_uchast_strategiya_taktika_polititsi

11. Психологія конфлікту / Л.В. Долинська, К. Томас [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://pidruchniki.ws/18170327/psihologiya/strategiyi_taktiki_vzayemodiyi

12. Столяренко Л.Д. Основы психологии : учебное пособие / Л.Д. Столяренко. — 17-е изд. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2007. — 672 с.

13. Соціологічне опитування [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.uceps.org/ukr/poll.php?poll_id=235

14. Соціологічні опитування [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.unian.net/ukr/news/news-474685.html>

15. Соціологічні опитування [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://molod.in.ua/2011/12/19/ukrajinska-molod-najbilshe-doviryaje-internetu-opytuvannya/>

16. Соціологічні дослідження [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://vsiknygy.net.ua/news/zakordonn-novyny/12665/>

17. Шершнева З.С. Стратегічне управління : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / З.С. Шершнева, С.В. Оборська, Ю.М. Ратушний. — К. : КНЕУ, 2001.

Зарицкая И. П. Результативность стратегий коммуникаций в государственном управлении. — Статья.

Аннотация. Данная статья направлена на освещение результатов исследования в понимании категории «стратегия» в государственном управлении. Делается акцент на методологии коммуникативных стратегий реализации функций государственного управления.

Ключевые слова: стратегия, государственное управление, коммуникации.

Zaritskaya I. P. Efficiency of Communication Strategies in State Governance. — Article.

Summary. This article aims to highlight the results of the study to understand the category of "strategy" in government. Emphasis is on the methodology of communicative strategies of the functions of government.

Keywords: strategy, governance, communication.