УДК 323.21:316.628.23

Кулеба А.В.,

Академия муниципального управления; соискатель кафедры местного самоуправления (Украина, г. Киев);

научный руководитель — Шпачук В.В., Академия муниципального управления; доцент кафедры местного самоуправления; кандидат наук по государственному управлению (Украина, г. Киев)

МОТИВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ ОБЩЕСТВА В ПРОЦЕССЕ ПОСТРОЕНИЯ ИМИДЖА ГОСУДАРСТВА

В статье рассматривается проблема низкой общественной активности, а также недостаточного уровня мотивации граждан в процессе принятия государственно-управленческих решений, замедляющая процесс демократизации общества. Автор анализирует информационные потоки в процессе принятия политических решений и предлагает варианты их использования с целью повышения мотивации граждан для активного участия в процессе принятия управленческих решений.

Ключевые слова: демократия, государственное управление, мотивация, имидж, информация, информационные потоки.

Введение. Государство, а именно власть, чаще всего стремится к установлению связи с населением лишь тогда, когда это выгодно прежде всего ему самому, при этом мотивируя это истинно демократическими намерениями. Демократическое правительство, возможно, не может действовать так же оперативно, как диктаторский режим, но при условии соблюдения определенного курса он может получить широчайшую народную поддержку.

Политическая активность граждан — это прежде всего активные действия по использованию прав и свобод гражданина, выполнение основных законов и общественная активность в принятии государственно-управленческих решений. Именно поэтому важным вопросом является определение условий повышения мотивации такой активности в современных условиях развития демократии.

Чрезвычайно важным сегодня является установление совокупности условий и обстоятельств, влияющих на процессы активации общественности в принятии

государственно-управленческих решений, что является необходимой предпосылкой демократического управления. Постоянное взаимодействие граждан с органами государственной власти решает не только проблему открытости власти, но и доверия к ней. Именно эти проблемы чаще всего препятствуют формированию позитивного имиджа государства.

Формирование позитивного международного имиджа государства, пропаганда его за рубежом является задачей общегосударственного значения, к выполнению которой должны привлекаться не только органы государственной власти, но и граждане этого государства.

Среди известных зарубежных ученых, работы которых соответствуют выбранной проблематике, следует выделить: Ф.Хайека [9], Д. Вилькокса, Е. Григорьев [1], Б. Зильберта, А. Позднякова [5], Н. Зикуна [2], У. Липпмана, С. Сацука [7], Д. Бурстина, В. Речицького [8], Я. Кузьминова [4], Е. Берниса, А. Цуладзе [11], А. Дмитриева, Ю. Кашлева, Е. Семпсона, Г. Почепцова [7], В. Тертычки, Д. Бурстина, С. Чукут [7], В. Бакуменко, Д. Выдрина, Н. Слюсаревского, В. Горбулина, В. Хонина [10], В. Королько, Ю. Сурмина, Т. Джиги, А. Попроцкого [6].

Итак, попробуем определить понятие социально-политической мотивации. Проанализировав ряд определений, можем отметить, что социально-политическая мотивация – это прежде всего внутреннее побуждение к активности и деятельности личности или группы, вызванное социальными потребностями, интересами и требованиями политической среды.

Относительно интересов и мотивации субъектов интересен подход В. Хонина. С его точки зрения, первой фазой процесса работы сознания субъекта является процесс мотивации его потенциально возможной деятельности. В результате сравнения, сочетания его потребностей с имеющимися в его сознании образами объектов реального мира субъект получает представление о классе объектов, свойства которых могут быть благом для него, поскольку именно они способны удовлетворить его потребности.

Возникает интерес субъекта, связанный с осознанием необходимости решения проблем своего существования и выполнения требований надлежащего функционирования, детерминированный характером и тенденциями развития общественных отношений, в которых он участвует. В известном смысле интерес субъекта является отражением в его сознании социальных аттракторов, объективно проявившихся в обществе, а также других достаточно устойчивых социальных структур, к которым, по представлению субъекта, он по объективным или ситуативным причинам имеет определенное отношение. Интерес, будучи объективирован общественными отношениями субъекта, социализирует потребность, связывает ее с функциональными возможностями их удовлетворения как в рамках данного «индивидуального общества», так и вне его [10].

Из этого можно сделать определенный вывод, что интересы каждого субъекта, в нашем случае граждан, могут быть социализированными в соответствии с их потребностями, которые в обобщенном виде отражают потребности общества, как социальные, так и политические. Именно поэтому удовлетворение отдельных социально-политических интересов граждан в совокупности способно решить комплексную проблему в данном обществе.

Повышение социальной или политической мотивации взаимодействия общественности с органами государственной власти связано прежде всего с уровнем доверия к этой власти. Именно поэтому возникает вопрос демократизации государственного управления, обеспечения открытости и прозрачности власти, а также обеспечения верховенства права.

Кроме информирования общественности о текущей деятельности органов государственной власти важным аспектом в контексте обеспечения большей открытости власти следует считать пропаганду тех или иных политических решений, их широкое разъяснение и аргументацию через средства массовой информации или другие средства коммуникации.

Это позволит избежать неправильных трактовок относительно деятельности

органов государственной власти некомпетентными лицами в обществе, а также в авторских комментариях, статьях и выступлениях в СМИ. Кроме того, тщательное объяснение реальной пользы той или иной программы или решения органами государственной власти будет способствовать ее признанию гражданами как легитимной, открытой и прозрачной. Главным в данном процессе является организация информационных потоков в государственном управлении, которые обеспечат распространение информации между ее производителями и потребителями, которыми являются попеременно как ограны государственной власти, так и граждане.

Как отмечает исследователь А. Попроцкий, информационные потоки в государственном управлении бывают прямоориентированными от государства к общественности и обратноориентированными от общественности к государству.

К прямоориентированным информационным потокам относит организационные, регулятивные, стимулирующие, учредительные, контрольные и охранные. К обратноориентированным — возникающие как ответ на прямые информационные потоки — коммуникативные, компромиссные, реакционные, петиционные, информативные и защитные.

Регулирование как прямо-, так и обратноориентированных информационных потоков по форме осуществления может быть постоянным, плановым и ситуативным. Постоянная форма регулирования информационных потоков отличается непрерывностью действий государственной власти, направленных на обеспечение легитимного, всеобъемлющего, устойчивого распространения информации информационными потоками в Украине. Плановая форма предусматривает, что регулирование информационных потоков осуществляется только по заранее установленному на определенный период плану. Ситуативная форма — это форма регулирования информационных потоков, при которой основные регулятивные меры государственной власти по ним осуществляются в зависимости от возникающей ситуации. Такая форма носит характер оперативной акции, что значительно усложняет процесс регулирования по сравнению с постоянной формой.

Плановое регулирование эффективнее ситуативного, поскольку соответствующие органы могут подготовить почву для осуществления своих действий.

Все формы регулирования информационных потоков связаны с основной целью — не допустить скрытого влияния на формирование общественного мнения, а также обеспечить его свободное развитие и выражение [6].

Анализируя вышесказанное, можно прийти к выводу, что существует необходимость повышения активности по распространению как прямоориентированных информационных потоков, так и обратных. Это прежде всего должно сопровождаться определенной внутренней мотивацией участников этих информационных взаимодействий.

В современных условиях демократизации общества государственные органы должны не только эффективно работать, но и уметь убедить всех граждан в результативности и целесообразности своей деятельности. То есть важно признание этой работы населением, общественностью. Именно общественность в условиях укрепления демократии превращается в важный фактор, в значительной мере определяющий характер отношений в обществе. Г. Почепцов, цитируя американскую Библию по паблик рилейшнз, формулирует следующие основные задачи связей с общественностью: информированность граждан о деятельности государственных структур, обеспечение активного участия граждан в государственных программах, стимулирование поддержки гражданами политиков и программ. Кроме того, учитывая специфику нашей действительности, он добавляет и четвертую задачу — формирование имиджа государственных структур [2].

Взаимодействие государства, общества и личности наиболее совершенно в случае использования информационных и телекоммуникационных технологий. Это повышает общую эффективность деятельности государственного механизма, способствует созданию открытого информационного

общества и развитию институтов демократии [5, с. 13 – 18.].

«Актуальна потребность в информировании активной общественности как составной гражданского общества – отмечает С. Колосок – на органах государственной власти лежит ответственность за представление информации о своей деятельности таким образом, чтобы сформировать благоприятное общественное мнение, обеспечить поддержку своих стратегических планов со стороны населения. Открытость в данном случае предусматривает широкую просветительскую работу органов государственного управления среди населения по внедрению той или иной программы, тех намерений, которые будут обнародованы в ближайшее время. Связь органов государственного управления с общественностью является необходимым условием успешного выполнения ими своего назначения в обществе. Важная идея заключается в том, что коммуникативные технологии могут работать в интересах обеих сторон – власти и общественности, влияя на общественное мнение в направлении формирования позитивного корпоративного имиджа, репутации, авторитета органов государственного управления» [3].

Государство, а именно власть, чаще всего стремится к установлению связи с населением лишь тогда, когда это выгодно прежде всего ему, чаще всего в период избирательных кампаний. В настоящее время государственная власть принимает все меры по получению информации о реальных настроениях и ожиданиях электората, чтобы, удовлетворив их в период предвыборной гонки, воздержаться и остаться на следующий срок.

Главной причиной, мешающей стать выборам в Украине действительно демократическим механизмом, население считает невыполнение народными избранниками своих предвыборных обещаний. Поэтому сейчас государство не имеет шансов относительно поддержки ее действий населением, кроме того, развитие так называемого «кризиса доверия» порождает негативное отношение общественности к органам государственной власти и ее представителям [13]. Кроме того, использование технологий фальсификации результатов голосования значительно усугубляет ситуацию относительно доверия к органам государственной власти.

В такой ситуации для улучшения отношений с обществом единственным направлением деятельности государственной власти становится формирование нового, качественно иного общественного мнения и повышение уровня мотивации относительно взаимодействия общественности с органами власти. Соответствующие меры, которые в таком случае применяет государство, не должны противоречить основным требованиям демократии, предусматривающим обеспечение всех условий свободного формирования, развития и выражения общественного мнения ее гражданами. То есть государственная власть действиями должна сформировать свой новый имидж и заслужить уважение со стороны граждан.

Стоит добавить, что для повышения эффективности взаимодействия власти и общественности следует использовать мотивационное регулирование информационных потоков. Именно социальная мотивация способна повысить активность граждан в принятии управленческих решений.

Общественная активность – действия (форма активности), целью которых является решение общественных проблем, смена власти.

Определение гражданской активности зависит от трактовки понятия гражданского общества. Если определять гражданское общество достаточно широко, как это делает, например, ректор Высшей школы экономики Я.И. Кузьминов в предисловии к книге «Общественная активность населения», то гражданская активность фактически сливается с социальной. По трактовке Кузьминова, гражданское общество – это ситуация, когда люди самостоятельно координируют свои действия, артикулируют интересы, которые они собираются отстаивать, собирают ресурсы для реализации тех интересов, которые выходят за рамки интересов их семьи и бизнеса. Эта активность не «приведена», не организована по указанию властей, а вырастает реально «снизу» [4].

Инструментарием такой общественно-политической активности может быть развитие электронного управления. Как отмечает С. Чукут, электронное правительство

— это прежде всего модернизация самого процесса государственного управления согласно новым условиям общественного развития, это возможность граждан Украины влиять на государственно-управленческий процесс с применением современных информационных технологий [7].

В нашем случае электронное правительство как инструмент государственного управления призвано повысить доступность и активность взаимоотношений граждан и государственной власти, сделать их открытыми и конструктивными. Кроме того, электронное правительство предполагает взаимодействие государства и бизнеса, что также является шагом вперед в государственном управлении и важной предпосылкой повышения мотивации потребителей государственных услуг.

Улучшать связь государства и граждан в электронном управлении предполагается с помощью новейших информационных технологий, которые дадут возможность решить проблему гласности и учета мнений граждан при принятии государственных решений, обеспечить прозрачность государственной власти и повысить уровень доверия к ней; решить проблему доступности всех государственных нормативных актов, предоставить гражданам возможность участвовать в принятии государственных решений; улучшить повседневное существование граждан.

Электронное правительство — организация государственного управления на основе электронных средств обработки, передачи и распространения информации, предоставления услуг государственных учреждений всех ветвей власти всем категориям граждан (пенсионерам, рабочим, бизнесменам, государственным служащим и т.п.) электронными средствами, информирования теми же средствами граждан о работе государственных учреждений. Часто это понятие фактически сводится к электронной среде общения власти с гражданским обществом [13].

Главной целью общественной активности является необходимость граждан быть услышанными властью относительно основных их проблем и ожиданий. Именно поэтому существует необходимость налаживания коммуникации между властью и общественностью. Со стороны власти целесообразно проведение мониторинга общественного мнения.

Мониторинг общественного мнения по методам осуществления можно условно разделить на прямой и обратный. К прямому мониторингу общественного мнения следует относить все мероприятия, инициированные органами государственной власти и местного самоуправления. Это прежде всего социологические опросы, дискурсы, дебаты, общественные слушания, мониторинг СМИ, анализ данных науки и т.д. К обратному — информационное взаимодействие, инициированное самими гражданами, т.е. их обращения в органы государственной власти. К ним можно отнести обращения, жалобы, петиции, декларации, заявления, референдумы, плебисциты, выборы [6].

Но обратный мониторинг возможен при условии достаточно высокой социальной мотивации. Итак, что может стать толчком к повышению мотивации граждан к принятию управленческих решений

1. обеспечение открытости власти;

2. возможность донесения информации относительно проблем граждан;

3. своевременность реагирования органов государственной власти на обращение;

4. удовлетворение потребностей в предоставлении государственных услуг органами власти;

5. отсутствие сопротивления со стороны представителей органов государственной власти при осуществлении социальной, политической или иной деятельности в рамках закона;

6. децентрализация власти;

7. обеспечение защиты прав и свобод гражданина.

Все перечисленные пункты являются ничем иным, как необходимыми условиями существования демократического общества. То есть в современном государстве прежде необходимо предоставить возможность гражданам использовать конституционные права на получение государственных услуг по удовлетворению социальных и политических интересов, что повлечет за собой как повышение доверия к государству, так и повышение его внутреннего имиджа.

Выводы. Интересы каждого гражданина могут быть социализированными в соответ-

ствии с их потребностями, которые в обобщенном виде отражают потребности общества, как социальные, так и политические. Именно поэтому удовлетворение отдельных социально-политических интересов граждан в совокупности способно решить комплексную проблему в данном обществе.

Сейчас существует необходимость повышения активности по распространению как прямо- так и обратноориентированных информационных потоков. Это прежде всего должно сопровождаться определенной внутренней мотивацией участников этих информационных взаимодействий.

Главной целью общественной активности является необходимость для граждан быть услышанными властью относительно основных их проблем и ожиданий. Именно поэтому необходимо наладить эффективную коммуникацию между властью и общественностью.

Библиографический список

1. Григорьев Е. Роль СМИ в формировании и развитии имиджа региона // Новое время. Апрель, 2007.
2. Зикун Н.І. Формування позитивного іміджу державної податкової служби України: завдання і проблем. — [Электронный ресурс] // Институт проблем искусственного интеллекта [сайт]. [2004]. URL:http://www.iai.gov.ua/_u/iai/dtp/CONF/3_2004/articles//stat44.html
3. С. Колосок. Зв'язки з громадськістю у формуванні іміджу органів державного управління. // Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата наук з державного управління. НАДУ при Президентові України. К., 2003.
4. Кузьминов Я.И. Гражданское общество: экономические и политические факторы становления // Общественные науки и современность. 1990. № 5.
5. Поздняков А.И. Информационная безопасность личности, общества, государства. Военная мысль, 1993. № 10. С. 13—18.
6. Попроцький О. Методологія проведення моніторингу громадської думки щодо діяльності органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування / О. Попроцький // Державна служба України в історичному контексті: проблеми становлення та розвитку: матеріали наук.-практ. конф. до 90-річчя держ. служби України (Київ, 18 листоп. 2008 р.): у 2 т. / За заг. ред. О.Ю. Оболенського, С.В. Сьоміна. — К.: НАДУ, 2009. — Т. 2: у 3 ч. — Ч. 2.
7. Почепцов Г.Г., Чукут С.А. Інформаційна політика: Навч. посіб. — К.: Знання, 2006. — 663 с.
8. Речицкий В. Символическая реальность и право / В. Речицкий. — Л.: ВНТЛ-Классика, 2007. — 732 с.
9. Хайек Ф.А. Право, законодательство и свобода: своевременное понимание либеральных принципов справедливости и политики. М.: ИРИСЭН, 2006. — 644 с.
10. Хонин В.Н. Теория международных отношений. Общая часть / В.Н. Хонин. — К.: Академ-Пресс, 2005. — 456 с.
11. Цуладзе А. Формирование имиджа политика в России. — М.: Университет, 1999. — 143 с.
12. Що таке електронне урядування? Электронный ресурс] // Електронне урядування: [сайт]. [2010]. URL: http://egovernment.ucoz.ua/index/shho_take_elektronne_urjaduvannja/0-18

Kuleba A.V., e-mail: shb@ukr.net

Academy of municipal management; applicant of the department of local government (Ukraine, Kiev); scientific adviser — Shpachuk V.V., Academy of municipal management; associate professor of the department of local government; candidate of sciences in public administration; (Ukraine, Kiev)

MOTIVATIONAL ACTIVITY OF SOCIETY IN THE PROCESS OF THE STATE'S IMAGE FORMATION

The problem of low social activity, as well as insufficient level of motivation of citizens in decision-public-administrative decisions, slowing down the process of democratization of society is considered in the article. The author analyzes the information flows in political decision-making and suggests ways to increase the motivation of citizens to actively participate in decision-making process.

Key words: democracy, public administration, motivation, image, information, information flows.