

Кислов Д.В.

Национальна академия государственного управления при Президенте Украины

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ РЕАЛИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Аннотация

В статье рассматриваются проблемы построения системы инновационных маркетинговых коммуникаций органов государственной власти, которые призваны реализовывать управленческие решения и осуществлять взаимодействие с общественными организациями и населением в условиях формирования в стране информационного общества. Исследуется и анализируется характер информационных потоков в системах информационно-коммуникационного обеспечения принятия и реализации управленческих решений. Процесс принятия решений рассматривается как одновременная технология генерации новой информации, реализуется через различные каналы во внешнюю среду. Потребитель не столько является непосредственным следствием неполноты знаний но и носителем информационных потребности общества и среди прибывания. В работе доказано, что существует принципиальная необходимость обновления и совершенствования адекватных правил, методов планирования развития ряда компонентов государственного управления.

Ключевые слова: государственная власть, государственное управление, знания, инновации, информация, коммуникации, маркетинг, маркетинговые коммуникации, принятие решений, реализация решений, решения, управление, управленческие решения.

Kislov D.V.

National Academy of Public Administration under the President of Ukraine

MARKETING TOOL OF MANAGEMENT SOLUTIONS' IMPLEMENTATION

Summary

The paper addresses the problem of building an innovative system of marketing communications of public authorities, aimed at implementing management decisions and cooperating with NGOs and the country's population in the emerging information society. It investigates and analyzes the nature of information flows in information and communication systems for making and implementing management decisions. Decision-making is seen as the simultaneous technology of generation of new information, implemented through various channels into the environment. The consumer is not so much a direct consequence of incomplete knowledge but the bearer of information needs of society. It is proved that there is a fundamental need to update and improve adequate rules, methods for planning development of a number of components of public administration.

Keywords: public authorities, public administration, knowledge, innovation, information, communication, marketing, marketing communications, decision-making, implementation of decisions, decisions, management, administrative decisions.

УДК 351

ДИСКУРС ІДЕНТИЧНОСТІ ЯК КОМУНІКАТИВНА СКЛАДОВА ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ

Малінін В.В.

Одеський регіональний інститут державного управління
Національної академії державного управління при Президентові України

Статтю присвячено дослідженню актуальної теми теорії та практики публічного адміністрування в Україні – дискурсу ідентичності. Відзначено евристичний потенціал основних теоретичних парадигм епохи модерну та постмодерну у візіях ідентичності. Визначено роль феномену ідентичності як комунікативної складової публічного адміністрування.

Ключові слова: ідентичність, соціокультурна ідентичність, дискурс ідентичності, комунікація, публічна політика, публічне адміністрування.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Актуальність дослідження дискурсу ідентичності обумовлена великою практичною значимістю даного феномену у процесі реалізації реформ в системі публічного адміністрування. Вона полягає також у нагальній суспільній необхідності дати оцінку діяльності влади щодо формування ідентичності в Україні, визначити місце та роль публічного адміністрування у цьому процесі.

Сучасний етап розвитку публічного адміністрування характеризується істотними зрушеннями у взаєминах громадян та їх об'єднань і влади, трансформаціїми пануючої картини світу, розвитком глобалізаційних процесів та інформаційних технологій. Демократизація пострадянських суспільств, плюралізація простору ідентичностей зруйнувала системно-групові зв'язки соціальної, політичної та управлінської сфер суспільства, які склалися протягом десятиліть.

Дослідження дискурсу ідентичності набуває особливої актуальності у перехідні періоди життя

суспільства. Вони супроводжуються, як правило, кризою довіри між суспільством та владою, необхідністю пошуку механізмів підвищення ефективності у процесі прийняття та реалізації управлінських рішень, забезпеченням сталого розвитку держави та суспільства. Ключовим завданням стає обґрунтування та реалізація реформ в системі публічного адміністрування, які мають сприяти збереженню цілісності держави та її зміцненню, становленню партнерських відносин із громадянським суспільством з метою формування спільного дискурсу ідентичності. Необхідною умовою виступає залучення до державотворчого процесу представників усіх соціальних, національних та етнічних груп, застосування дискурсу ідентичності до процесу вироблення ефективної державної політики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. Дослідження ідентичності характеризуються міждисциплінарністю, вони потребують звернення до емпіричних даних та теорій середнього рівня (спеціальних теорій), а головне – пошуку та удосконалення механізмів соціокультурної ідентичності у контексті реалізації реформ у системі державного управління та їх системну реалізацію.

Теоретико-методологічні питання дослідження соціокультурної ідентичності у сучасному суспільстві висвітлено у роботах таких зарубіжних та вітчизняних авторів, як В. Абушенко, Б. Ажнюк, Б. Андерсон, А. Астаф'єв, С. Байрачний, П. Бергер, У. Бек, Р. Брובейкер, О. Галазюк, М. Гібернау, Е. Гіденс, М. Кастельс, Т. Карозерс, М. Козловець, Н. Ковтун, Н. Костенко, Ю. Павленко, О. Попова, О. Стегній, І. Тимофеева, Ф. Фукуяма, Л. Яковлева та інші.

І якщо дослідження ідентичності активізувались у процесі переходу від традиційного до модерного суспільства, то на сучасному етапі історичного розвитку людської цивілізації відбувається зміна модерної парадигми на постмодерну. Це обумовлює той зв'язок, який існує між трансформаціями механізмів формування дискурсу ідентичності у різних системах суспільства та світоглядними зрушеннями постсучасної доби.

Так, національна ідентичність розвивається процесами глобалізації, «вестернізації» та експансією культури доби постмодерну [6, с. 2].

Для постмодерного суспільства властиві нові види ідентичності, пов'язані із самореалізацією і самовизначенням особистості та, водночас ослаблення традиційних типів соціальної ідентифікації (зокрема, класової, групової, ідеологічної). Зростає роль гендерного фактору у формуванні дискурсу ідентичності, у тому числі – дискурсу політичної ідентичності.

Для ґрунтовного аналізу соціокультурної ідентичності необхідно дослідити основні методологічні підходи, які формувались протягом десятиліть у межах парадигм символічного інтеракціонізму, марксизму та неомарксизму, функціоналізму, постструктуралізму і постмодернізму.

Формування ідентичності символізує «входження» індивіда у суспільство, окреслює його усвідомлення власної соціально-політичної позиції. Дослідниця О. Попова вважає ідентичність раціональною та рефлексивною одночасно. «Людина, займаючи статусну позицію, повинна одночасно оцінити і своє становище, і свою систему поглядів, а також співвіднести їх з безліччю поглядів інших індивідів і груп, з рядом політичних об'єктів. Політична іден-

тифікація виступає як активний процес входження індивіда в політику, своєрідною мірою його самореалізації в політиці як невід'ємної частини сучасного суспільства» [10, с. 32].

Однією із впливових теорій у дослідженні соціокультурної ідентичності виступає психоаналіз. Для З. Фрейда ідентичність – це «... приватний, внутрішній світ, емоційні характеристики людини» [11, с. 51].

К. Юнг запропонував інший підхід в тлумаченні феномена ідентичності. На його думку, замкненість індивіда на собі не може слугувати джерелом становлення людини [13, с. 103]. Однак, у його роботах проглядається інтерес до суб'єктивного індивідуального досвіду. Головною залишається теза про те, що людина адаптується до теперішнього часу, не беручи до уваги вплив минулого і майбутнього.

Подальший розвиток психологічна теорія ідентичності отримує в працях Е. Еріксона, який розуміє ідентичність в цілому як процес організації життєвого досвіду в індивідуальне «Я», що природно передбачає його динаміку протягом усього життя людини. Він розглядає ідентичність як складне особистісне утворення, що має багаторівневу структуру. Це пов'язано з трьома основними рівнями аналізу людської природи: індивідуальним, особистісним і соціальним [12, с. 70].

Особливе місце проблема ідентичності займає в дослідженнях Дж. Г. Міда. Передумовою формування ідентичності, за Дж. Мідом, є невідповідність індивіда вимогам суспільства, а найбільш важливим засобом інтеріоризації «узгаляненого іншого» виступає мова. «Мова у своєму значимому сенсі є такий голосовий жест, який має тенденцію пробуджувати в індивіді (котрий говорить) ту установку, яку він пробуджує в інших; саме це вдосконалення самої таким жестом, опосередковує соціальні дії, і дає початок процесу прийняття ролі іншого» [9, с. 231].

На думку Д. Яковлева «Інтеракція визначає й відображає процеси впливу різних за своїм статусом, розташуванням у соціальному просторі акторів, їхню взаємну обумовленість, зміну стану, взаємоперехід. Категорія інтеракції використовується для аналізу динамічних процесів переходу, становлення й розвитку. Представники символічного інтеракціонізму, зокрема Дж. Г. Мід, вважають, що в результаті міжособистісного спілкування впорядковується і формується соціальна структура, а процес розвитку комунікативних форм взаємодії представляє собою соціальний розвиток» [14].

І. Гофман звернув увагу на той факт, що при набутті ідентичності («загрози» ідентичності) людина змушена вирішувати складне питання про те, як можна балансувати між двома ілюзіями – між нормальністю (звичайною) та унікальністю власної особистості [4, с. 18]. Поступово соціальні ролі, маски «приростають» до нього, стають частиною його особистості не в меншій мірі, ніж уявлення людини про те, ким він хотів би бути насправді. І. Гофман виділяє три типи ідентичності: соціальна, особистісна, Я – ідентичність. На його думку, «Оточення – мінливий світ звичних, «нормальних» ситуацій, в якому індивід відчуває себе адекватно, в своєму середовищі. Навколишній світ – основа вироблення онтологічної безпеки, довіри, без яких неможлива ідентичність» [4, с. 35].

Ю. Габермас в структурі ідентичності виділяє соціальну (горизонтальний вимір) – можливість виконувати різні вимоги в рольових системах і особистісну (вертикальний вимір) – історії життя. Це два переплетених, нерозділених виміри, в яких реа-

лізується «балансуюча Я – ідентичність» [1, с. 49]. Встановлення цього балансу, на його думку, відбувається за допомогою технік взаємодії. «Вертикальний вимір – особистісна ідентичність – забезпечує зв'язок історії життя людини. Горизонтальний вимір – соціальна ідентичність – забезпечує можливість виконувати різні вимоги всіх ролевих систем, до яких належить людина. У взаємодії людина проявляє свою ідентичність, прагнучи відповідати нормативним очікуванням та очікуванням партнера. У цей час людина прагне до вираження своєї неповторності» [1, с. 50].

За визначенням Е. Гідденса, ідентичність – безперервність у просторі і в часі, а самоідентичність – це безперервність, що рефлексивно інтерпретується людиною. Ідентичність і самоідентичність не дані спочатку в процесі діяльності, а конструюються і підтримуються в рефлексивній активності повсякденного життя [2, с. 18].

Відаючи данину постмодерністської термінології, Е. Гідденс відзначає, що головною якістю самоідентичності залишається «особливий нарратив, який постійно відбувається» [3, с. 101].

М. Кастельс виділяє три типи ідентичності, кожний з яких є рушієм соціального прогресу. Перший, позначений М. Кастельсом як ідентичність, що легітимізує, характерний для індустріального суспільства; другий – резистентна ідентичність, обумовлює перехід до нового типу цінностей, що формується навколо визнання значення локальних спільнот, які автор називає ком'юніті; третій – проектна ідентичність, стає основою формування особистості як суб'єкта інформаційного суспільства.

Однак, існуючі методи дослідження, сформовані в рамках сучасного соціально-філософського дискурсу, ще не були застосовані до дослідження феномену ідентичності в контексті публічного адміністрування.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає у визначенні та обґрунтуванні дискурсу ідентичності як комунікативного простору публічного адміністрування. Поставлена мета обумовила необхідність вирішення таких задач, як визначити концептуальні засади дослідження дискурсу ідентичності та проаналізувати роль дискурсу ідентичності у проекті модернізації системи публічного адміністрування та напрямки її постмодерної критики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний період існування української державності відзначається кардинальними трансформаціями, які проявляються у відмові від ідеологічних принципів соціально-економічного розвитку та державно-політичного устрою, що домінували у минулому. Самовизначення громадян у сучасному суспільстві, співвіднесення себе з різними соціальними групами і спільнотами українського суспільства вимагають великих індивідуальних зусиль, які припускають наявність певних особистісних якостей. Очевидно, що «...у процесі соціокультурної трансформації відбувається не тільки зміна зовнішніх соціокультурних відносин, але й зміна внутрішнього духовно-морального, емоційного світу людини, ціннісних орієнтирів життєдіяльності кожної особистості» [7, с. 39].

Сьогодні, коли відбулась анексія Криму та існує пряма небезпека сецесії (виходу територій зі складу держави), а сепаратизм загрожує національній безпеці та цілісності України, гостро стали на порядок денний проблеми боротьби з проявами тероризму, з ростом ксенофобії та екстремізму. У цих нових умовах затребуваний дискурс ідентичності,

який формується на засадах громадянської свідомості та поведінки.

Формування дискурсу ідентичності в Україні має власну специфіку, завдяки історичним та соціокультурним факторам, що впливають на сприйняття та уявлення громадянина та українського суспільства в цілому «себе», «нас», «держави», «влади» та ін.

На відміну від багатьох європейських країн, формування дискурсу ідентичності (пов'язаного із становленням нації, самоврядування, національної культури, толерантності у суспільстві) в Україні відбувається одночасно з появою та розвитком держави й конструюванням політичної ідентичності. Остання передбачає конфлікти, ідеологічне та класове розмежування, ієрархію у процесі управління.

Виникнення інституту громадянства, посилення регіональних тенденцій у політиці, економіці, культурі, історичні корені розвитку західної та східної України визначають структурні особливості системи соціальних ідентичностей, які у свою чергу впливають на процес формування цивілізаційної ідентичності, соціальну поведінку громадян України, та етнополітичні процеси.

У зв'язку з цим О.М. Майборода звертає увагу на те, що «Необхідно мати на увазі і те, що український етнокультурний простір формувався за участі представників різних цивілізацій. Дослідження генокоду етнічних українців показало, що вони, безумовно, належать до європейського антропологічного типу, але із значним тюркським компонентом» [8, с. 15].

Соціологічні дослідження, проведені за роки незалежності соціологічними службами, зокрема Центром Разумкова, КМІС, Демократичні ініціативи, дають підстави для певного аналізу та бачення головних параметрів дискурсу ідентичності в Україні.

Однією із важливих складових дискурсу ідентичності є територіальна ідентичність. Людина, що проживає на певній території, перш за все, повинна пов'язувати себе із нею, оскільки формування таких відчуттів, як патріотизм, гордість починається саме із проведення паралелей між тим місцем, де ти мешкаєш, та собою.

У більшості країн світу відсоток ідентифікації людини із територією, на якій вона проживає, становить близько 100 %. Разом з цим різноманітні соціологічні дослідження, проведені в Україні протягом усього періоду незалежності, показують неоднозначне відношення до територіальної складової ідентичності в регіонах. У квітні-травні 2009 року Інститутом соціології НАН України проведено Омнібусне опитування. Результати Омнібусного дослідження Інституту соціології НАН 2009 року вказують на пріоритетність особистісного політичного самовизначення українців як громадян України. Так, перш за все вважають себе громадянами України 48,9 % опитаних, мешканцями села чи міста – 27,4 %, мешканцями регіону – 8,9 %, громадянами колишнього Радянського Союзу – 8,3 %.

До особливостей дискурсу ідентичності, позицій і поглядів жителів різних регіонів та областей України, що можуть слугувати підґрунтям формування їх спільної громадянської ідентичності, як складової соціокультурної, можна віднести сприйняття ними України як своєї Батьківщини та високий рівень патріотизму.

Для порівняння наведемо дані двох досліджень проведених соціологічною службою Центру Разумкова з 21 по 25 грудня 2013 року та Загальнонаціо-

нальне опитування населення України проведено для ГС «Громадська варта» за участі Фонду «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва» з 16 по 30 березня 2014р. [5]

За даними Загальнонаціонального опитування населення України у 2014 році абсолютна більшість населення України (89%) сприймають Україну як свою Батьківщину: від Західного регіону (97%) до Донбасу (89%) [5]. Отже, вже у 2014 році, після Майдану, фактично в момент анексії Криму з боку РФ соціологічні дослідження демонстрували майже тотожні дані за 2013 та 2006-2007 рр.

24 липня 2013 році соціологічна служба Центру Разумкова провела дослідження присвячене вивченню громадської думки щодо відношення до Дня незалежності України. Було опитано 2011 респондентів від 18 років у всіх областях України, Києві та АР Крим за вибіркою, що репрезентує доросле населення України за основними соціально-демографічними показниками. Якби референдум щодо проголошення державної незалежності України відбувся найближчим часом, більшість громадян (56,0%) підтримали б незалежність. Проти проголосувало б 20,7%, ще 11,4% не брали б участі у референдумі, а 11,8% обрали відповідь «важко відповісти».

Загальна картина змін середньорічної чисельності прихильників державної незалежності України з 1991 по 2014 рік показує, що хоча з тих чи інших причин часом рівень підтримки незалежності зменшувався, але з 1994 року переважала тенденція зростання чисельності прихильників незалежності, тобто – зростання загальності національної цінності державного суверенітету.

Коливання в часі чисельності прихильників незалежності України серед її громадян, які спостерігалися за двадцять років, у більшості своїй свідчать про те, що для частини громадян підтримка державної незалежності, а отже, – і її цінність, залежить від змін, в основному, в матеріальних умовах життя, тобто – є цінністю інструментальною.

Лише незначна частина населення України у березні 2014 року поділяли сепаратистські ідеї.

Ідею відокремлення області (регіону) від України та приєднання до іншої держави – 8% (найбільше – на Донбасі – 18%, найменше – у Західному регіоні – 5%), Ідею створення незалежної держави на основі південно-східних областей загалом підтримували 11% населення України, на Півдні – 10%, Сході – 10%, на Донбасі – 18%, а ідею відокремлення південно-східних областей та їх приєднання до Росії підтримували 9,5% населення Півдня, 11% населення Сходу та 27% населення Донбасу. Лише 6% населення хотіли б, щоб їхня область вийшла зі складу України та створила свою незалежну державу, найбільше – на Донбасі (17%), найменше – на Заході (2%). Хотіли б, щоб їхня область вийшла зі складу України та приєдналася до іншої держави 9% населення, найбільше – на Донбасі (24%).

У 2014 році більшість опитаних відзначають наявність загрози в Україні сепаратизму (76%), зростання екстремізму (62,9%), протистояння між різними регіонами України (62,5%), міжнародного тероризму (61,4%), оцінка цих загроз істотно зросла порівняно з результатами досліджень, проведених у 2012-2013 рр. [5].

За ці роки, під впливом різних обставин – і політичних, і соціально-економічних поширеність підтримки незалежності нашої країни неодноразово зазнавала коливань, але жодного разу не знижувалася до критичної межі у 50 відсотків.

Іншими словами, більшість громадян України відчувають справжню гордість за свою країну та активно ототожнюють свій життєвий шлях та перспективи з нею.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок в цьому напрямку. Таким чином, дані соціологічних досліджень свідчать, що імпульс, наданий суспільному життю країни драматичними подіями 2013–2014 років, має далекосяжні наслідки і дає підстави говорити про істотний поступ у процесі формування дискурсу ідентичності та самоусвідомлення українського суспільства.

Список літератури:

1. Габермас Ю. Громадянство і національна ідентичність / Ю. Габермас // Умови громадянства: зб. ст. / За ред. Варта ван Стінбергена. – К., 2005. – С. 49-70.
2. Гидденс Э. Модерн и самоидентичность / Э. Гидденс // Современная теоретическая социология: Энтони Гидденс: реферативный сборник; под ред. Ю. А. Кимелева. – М.: ИНИОН РАН, 1995. – 155 с.
3. Гидденс Э. Последствия модернити / Э. Гидденс // Новая постиндустриальная волна на Западе: антология/ под ред. В. Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – С. 101-122.
4. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / И. Гофман. – М., 2000. – 304 с.
5. Загальнонаціональне опитування населення України було проведено для ГС «Громадська варта» за участі Фонду «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва» з 16 по 30 березня 2014 р. [Електронний ресурс]. – Ресурс доступу: http://dif.org.ua/ua/polls/2014_polls/chi-vlastivi-ukraincjam-nastroi-separatizmu_-htm
6. Кортунов С. В. Национальная идентичность: Постигание смысла / С. В. Кортунов. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 589 с.
7. Літценберг Л. В. Процес соціокультурної ідентифікації в умовах сучасного суспільства / Л. В. Літценберг // Вісник НТУУ «КІП». Філософія. Психологія. Педагогіка. – 2011. – Випуск 3. – С. 39-43.
8. Майборода О. М. Проблема формування нової ідентичності української нації / О. М. Майборода // Етноси України. Альманах. – К., 2000. – Вип. 1. – С. 15-16.
9. Мид Дж. Аз и Я / Дж. Мид // Американская социологическая мысль: Тексты / Под ред. В. И. Добренькова. М., 1994.
10. Попова О. В. Политическая идентификация в условиях трансформации общества / О. В. Попова. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2002. – 258 с.
11. Фрейд З. Психоанализ. Религия. Культура / З. Фрейд. – М., 1992. – 296 с.
12. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / Эрик Эриксон. – М.: Флинта: МПСИ: Прогресс, 2006. – 352 с.
13. Юнг К. Г. Личное и сверхличное, или коллективное бессознательное // Юнг К. Г. Психология бессознательного. – Мн.: Харвест, 1993. – С. 103–249.
14. Яковлев Д. В. Alea jacta est: вибір як елемент соціальної взаємодії / Яковлев Д. В. // «Пріоритетні напрямки розвитку суспільних наук у 21 столітті»: матеріали міжнародної наукової конференції (м. Херсон, 27-28 лютого 2015 року). – Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2015 – С. 155-159.

Малинин В.В.

Одесский региональный институт государственного управления
Национальной академии государственного управления при Президенте Украины

ДИСКУРС ИДЕНТИЧНОСТИ КАК КОММУНИКАТИВНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПУБЛИЧНОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Аннотация

Статья посвящена исследованию актуальной темы теории и практики публичного администрирования в Украине – дискурса идентичности. Отмечен эвристический потенциал основных теоретических парадигм эпохи модерна и постмодерна в понимании идентичности. Определена роль феномена идентичности как коммуникативной составляющей публичного администрирования.

Ключевые слова: идентичность, социокультурная идентичность, дискурс идентичности, коммуникация, публичная политика, публичное администрирование.

Malinin V.V.

Odessa Regional Institute of Public Administration
National Academy of Public Administration under the President of Ukraine

DISCOURSE OF IDENTITY AS A COMMUNICATIVE COMPONENT OF PUBLIC ADMINISTRATION

Summary

The article studies the topical theme of the theory and practice of public administration in Ukraine – the discourse of identity. Heuristic potential of major theoretical paradigms of modernism and postmodernism eras in interpretation of identity is noted. The role of identity phenomenon as a communicative component of public administration is determined.

Keywords: identity, socio-cultural identity, discourse of identity, communication, public policy, public administration.