

наково важливі завдання: по-перше, здійснити демократичне перетворення радянського суспільства; по-друге, мобілізувати масові прошарки населення та підвищити їх ділову активність [4].

Аналізу сучасного стану ділової активності населення буде присвячено окрему публікацію. Дослідження генези та розвитку індивідуальної складової ділової активності дає змогу зробити такий висновок: у процесі розвитку досліджуваного об'єкта чітко виявляються такі історичні тенденції:

- ділова активність – передумова розвитку суспільства;
- тісна взаємозалежність між діловою активністю та чинниками зовнішнього середовища;
- державна політика має вирішальний вплив на рівень ділової активності населення.

Цілком імовірно, що ці історичні тенденції будуть виявлятися й надалі.

#### IV. Висновки

Отже, історико-логічний аналіз генези та розвитку ділової активності дає змогу зробити висновок, що суть ділової активності детермінується системою мотивів людської діяльності, її цілями, завданнями, механізмами реалізації та рівнем їхньої узгодженості з умовами, створеними в державі для реалізації ділового потенціалу. Тому, розг-

лядаючи ділову активність населення як об'єкт державного управління, необхідно враховувати тісний взаємозв'язок державної політики та ділової активності населення.

#### Література

1. Заславская Т.И. Человеческий потенциал в современном трансформационном процессе / Т.И. Заславская // *Общественные науки и современность*. – 2005. – № 4. – С. 13–25.
2. Социальное управление: словарь / [под ред. В.И. Добренкова, И.М. Слепенкова]. – М. : Изд-во МГУ, 1994. – С. 67.
3. Семенов Ю.И. На заре человеческой истории / Ю.И. Семенов. – М. : Мысль, 1998. – 319 с.
4. Энгельс Ф. Происхождение семьи, частной собственности и государства. В связи с исследованиями Льюиса Г. Моргана / Ф. Энгельс. – М. : Политиздат, 1974. – 240 с.
5. Большой энциклопедический словарь: в 2 т. / гл. ред.: А.М. Прохоров. – М. : Сов. Энциклопедия, 1991. – Т. 1. – 863 с.
6. Кравченко А.И. Управленческие революции / А.И. Кравченко // *Соц. труд*. – 1991. – № 1. – С. 49–54.
7. Щекин Г.В. Теория социального управления: монография / Г.В. Щекин. – К. : МАУП, 1996. – 408 с.

УДК 351. 364.46

## СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ В КОНТЕКСТІ СТАНОВЛЕННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ

**Березенко В.В.**

кандидат філологічних наук, доцент  
Класичний приватний університет

#### Annotation

Social communication seen as one of the most important tools for constructing civil society in the country. The system of relations between the government and the media may be an indication of the level of democratization of society and its willingness to win and retain civil liberties.

#### Анотація

У статті розглянуто соціальні комунікації як один з найважливіших інструментів побудови громадянського суспільства в державі. Проаналізовано систему взаємовідносин між владою і засобами масової інформації, яка показує рівень демократизації суспільства і його готовність до завоювання та утримання громадянської свободи.

#### Ключові слова

Комунікація, соціальна комунікація, суспільство, громадянське суспільство,

демократія, влада, засоби масової інформації.

#### I. Вступ

Головна мета становлення українського суспільства полягає в розбудові суверенної, незалежної, демократичної, соціальної і правової держави. Соціальні комунікації стають одним із найважливіших інструментів побудови громадянського суспільства, а система взаємовідносин між владою і засобами масової інформації свідчить про рівень демократизації суспільства і його готовність до завоювання та утримання громадянської свободи. Досягнення високого рівня розвитку демократичних відносин в Україні тісно пов'язане із формуванням у нашій державі громадянського суспільства.

### II. Постановка завдання:

- проаналізувати систему взаємовідносин між засобами масової комунікації і суспільством;
- визначити роль соціальних комунікацій у побудові громадянського суспільства в Україні на сучасному етапі розвитку держави.

### III. Результати

Громадянське суспільство передбачає наявність сукупності цивілізованих відносин: економічних, соціальних, моральних, релігійних, національних тощо. Але насамперед, громадянське суспільство – це сфера самопрояву свободних громадян та добровільно сформованих асоціацій або організацій, захищених законами від прямого втручання і свавільної регламентації діяльності цих громадян і організацій з боку державної влади. Цілком зрозуміло, що це суспільство з розвинутими економічними, культурними, правовими і політичними відносинами між людьми, яке є незалежним від держави, але взаємодіє з ним, створюючи для цього розвинуті правові відносини. Суспільство такого рівня має складну структуру, яка включає соціально-економічні і політичні відносини, що функціонують у правовому режимі соціальної відповідальності, свободи, задоволення матеріальних і духовних потреб людини, яка і є його найвищою цінністю [4]. Важливими умовами виникнення громадянського суспільства є його високий рівень самоорганізації та саморегулювання.

Як сама наявність, так і міра розвинутої громадянського суспільства служать вагомим критерієм демократичності того чи іншого конкретного суспільства, країни, держави. У країнах західноєвропейського типу (наприклад, у США) традиційно існує потужне громадянське суспільство, яке створювалось протягом багатьох століть безперервної боротьби населення за свої права. У країнах Сходу (арабські країни, Росія, Китай) структури громадянського суспільства дуже слабкі або повністю відсутні. Це пояснюється особливостями західного і східного менталітету: західний менталітет заснований на ідеях індивідуалізму і прав людини, а східний – на підпорядкуванні особистості державі і владі.

Відомо, що до основних функцій громадянського суспільства належить, крім повного задоволення матеріальних та духовних потреб людини, захисту приватної сфери життя, запобігання тотальному та абсолютному пануванню політичної влади, ще й розвиток і стабілізація суспільних відносин, з цієї метою активно використовуються засоби соціальної комунікації [3]. Комунікативний процес є необхідною умовою становлення, розвитку і функціонування всіх

соціальних систем, тому що саме завдяки йому стає можливим зв'язок між поколіннями, нагромадження й передача соціального досвіду, його збагачення, поділ праці та обмін її продуктами, організація суспільної діяльності, трансляція культури. Саме завдяки комунікації здійснюється управління, і тому вона є соціальним механізмом реалізації влади в суспільстві.

Існує велика кількість визначень соціальної комунікації. Найчастіше зустрічається таке, в якому соціальна комунікація розглядається як передача інформації, ідей, емоцій (завдяки знакам і символам), як процес, що пов'язує окремі частини соціальних систем одне з одним [5]. Соціальна комунікація у процесі реалізації вирішує такі взаємопов'язані завдання, як інтеграція окремих людей у соціальні групи або спільноти, а спільноти – в цілісну систему суспільства; внутрішню диференціацію суспільства, відокремлення і відособлення суспільства й окремих його груп один від одного, що приводить до більш глибокого усвідомлення ними своєї специфіки та функцій [2, с. 7]. Громадянське суспільство потребує розвинутих й обґрунтованих комунікаційних стратегій і тактик, які допоможуть, по-перше, задовольнити потреби суспільства в якісній та оперативній інформації, а по-друге, забезпечать суспільство, окремі організації і групи людей максимальною повнимою й вичерпними відомостями про діяльність усіх (владних і невідладних) структур у суспільстві, нададуть можливість усім суб'єктам комунікації довести свою соціальну значущість, завоювати довіру до своєї діяльності й дістати підтримку з боку громадськості для успішного виконання своїх функцій.

Відносна стабільність демократичних суспільств певною мірою пояснюється тим, що в них забезпечується одна з найважливіших потреб сучасного людства – вчасно отримувати об'єктивну, неупереджену, повну і достовірну інформацію. Інформація є невід'ємною складовою процесу комунікації як окремих індивідів, так і цілих спільнот.

Тут слід згадати, що одним із найпоширеніших тверджень сучасності є визнання того, що в епоху інформаційного суспільства отримання, споживання, створення і поширення інформації є домінантною ознакою сучасного життя. Інформація справляє величезний вплив на людину. Все це передбачає широке використання інформаційних технологій у будь-якій сфері задля формування громадської думки, яка є важливим чинником побудови в державі громадянських відносин.

Одним із джерел отримання такої інформації та фактором впливу на формування

громадської думки частіше за все стають ЗМІ. Система взаємовідносин між засобами масової комунікації і суспільством може вивчатися з різних боків. Центральним стає питання: на яких принципах засоби масової комунікації функціонують у конкретних політико-економічних і культурно-історичних умовах. Одразу слід зауважити, що складно запропонувати ідеальну схему взаємодії владних структур із засобами масової інформації: кожна країна тут шукає власні шляхи, спираючись на соціокультурні традиції.

Однак у пострадянських країнах, до яких належить і Україна, ці традиції скоріше негативно впливають на розвиток громадянського суспільства. Це дається взнаки і в намаганні підпорядкувати в той чи інший спосіб засоби масової інформації державі, точніше владним структурам чи державним службовцям різного рівня, які часто плутають державні інтереси з особистими, або інтересами тих владних структур, до яких вони належать чи підпорядковуються. Потрібно також наголосити на досить високому рівні бюрократичної централізації владних структур, низькому рівні ініціативності у сенсі цивілізованої співпраці зі ЗМІ чиновників місцевих органів влади, бажання влади здійснювати тотальний контроль (можливо і не де-юре, але де-факто).

Через брак джерел фінансування урядові та державні ЗМІ часто потрапляють у залежність від державних структур, відчувають різні форми тиску з боку держави. Водночас суттєво зростає цінність і значущість незалежних ЗМІ, які захищають інтереси представників різних груп громадськості, впливають на формування громадської думки стосовно конкретної проблеми, стають виразниками їх різноманітних думок і прагнень. Рейтинг таких ЗМІ набагато вищий, а тому й публікації мають вищу цінність та міру впливу. Представники влади прагнуть співпрацювати з такими джерелами інформації і, усвідомлюючи неможливість натиснути на незалежні ЗМІ, шукають шляхи взаємодії.

Рівень довіри української громадськості до засобів масової інформації коливається залежно від багатьох чинників, проте загалом він є досить високим упродовж тривалого часу, і навіть перевищує відповідні показники довіри населення до державних діячів й органів влади та більшості соціальних інститутів. За таких умов засоби масової інформації стають впливовим чинником створення в українському суспільстві сприятливих умов для формування громадянського суспільства. Важливою складовою сильного громадянського суспільства є вільна преса, телебачення та інші засоби масової комунікації, оскільки одним з основних етапів боротьби зі зловживаннями вла-

ди є розголошення з боку ЗМІ протизаконних дій державних чиновників, які завжди намагаються тримати свої злочини та беззаконня у таємниці. Рівень свободи ЗМІ, таким чином, добре корелює з рівнем демократії в країні. З цієї причини громадянське суспільство завжди приділяє велику увагу будь-яким фактам обмеження свободи слова і послідовно веде боротьбу з цензурою в засобах масової інформації.

Нагадаємо, що деякі телевізійні проекти іноді збирають більшу кількість глядачів, ніж владні проекти, наприклад пряма трансляція роботи Верховної Ради. Рівень довіри до окремих телепрограм і таких ведучих, як Савік Шустер або Андрій Куликов, значно вищий, хоча дійові особи й у Верховній Раді і, наприклад, у передачах "Свобода слова" на телеканалі ICTV, "Свобода Савіка Шустера" на телеканалі "Інтер", "Шустер life" на телеканалі "Україна" одні й ті самі. Серед представників влади сьогодні вважається гарним тоном брати участь у рейтингових телепроектах, давати інтерв'ю рейтинговим газетам і журналам, які мають кредит довіри у громадськості.

Усе це свідчить лише про укріплення ЗМІ як "четвертої" влади в країні, її здібності впливати на суспільне життя та формувати громадську думку, яка все більше стає впливовою і виступає як один із чинників, який враховується владою при прийнятті рішень. Це є свідченням позитивної тенденції, тому що важливою складовою сильного громадянського суспільства є свобода слова, а значить, і свобода засобів масової комунікації, до яких належать і ЗМІ.

Звичайно, ситуація із впливом соціальних комунікацій на стан життя в країні може розглядатися в різних аспектах, і сьогодні, на наш погляд, передчасно говорити про тотальний якісний прорив у цій сфері. Збоку громадськості все частіше висловлюється протест проти тиску влади, спостерігається готовність до ведення цивілізованих форм діалогу між всіма прошарками суспільства. Отже, на сьогодні в Україні все більше уваги з боку громадських організацій приділяється формуванню свідомого і відповідального ставлення людини до свого життя та життя суспільства або окремих його груп. За умов недостатньої розвиненості громадської відповідальності та самоорганізації в Україні постає необхідність в обміні досвідом, набутим іншими розвиненими країнами і країнами, які також працюють у цьому проблемному полі, обговоренні спільних проблем і ймовірних шляхів їх розв'язання.

Становлення інформаційного суспільства в Україні можна охарактеризувати здебільшого кількісним зростанням обсягів інформації, збільшенням інформаційних потоків. Але це саме по собі зовсім не

обов'язково приводить до появи нових можливостей розвитку людини і суспільства в цілому. З іншого боку, інформація (особливо з боку владних і політичних структур) і канали її трансляції в маси активно використовуються в діяльності як державних, так і недержавних інститутів і діячів у зв'язку з тим, що інформація є основою для формування світогляду або змін у ньому.

Суспільні комунікації не обмежуються лише засобами масової інформації. Саме потребами соціуму в регульованні суспільно важливих сфер діяльності та соціальних відносин зумовлене формування соціального інституту публік рилейшнз в Україні. Публік рилейшнз як особлива управлінська діяльність спрямована на формування й підтримку ефективної системи публічних комунікаційно-інформаційних зусиль соціальних суб'єктів, що забезпечують оптимізацію його взаємодії з громадськістю. "Щоб задовольнити свої потреби, індивіди і соціальні групи налагоджують і постійно підтримують взаємозв'язки" [1], тому що налагодження контактів і підтримання добрих відносин із громадськістю набувають особливого значення в умовах демократизації суспільного життя в Україні та її виходу на міжнародну арену як суверенної і незалежної держави.

Аналізуючи соціальну комунікацію як основну складову розвитку суспільства в постіндустріальний період, можна виділити принципи її функціонування, дотримання яких є основною умовою побудови громадянського суспільства в Україні.

По-перше, треба зрозуміти, що комунікація починається зі створення клімату довіри. Такий клімат формується завдяки зусиллям будь-якої організації, компанії, підприємства або владних структур, які підкреслюють і підтверджують свої прагнення служити інтересам громадськості. Люди повинні їм (або тим, хто виступає на їх підтримку) довіряти, поважати їх як компетентне джерело з того чи іншого питання. По-друге, зміст комунікаційних зусиль повинен бути узгодженим з реальною ситуацією, відповідати їй. І тут слід зазначити, що як би вміло і професійно не використовувалися засоби масової інформації, вони лише доповнюють повсякденне життя, думки та дії людей [5, с. 205]. Контекст ситуації має давати можливість брати участь у подіях і реагувати на комунікативні зусилля. Це означає, що ефективна соціальна комунікація потребує сприятливого соціального клімату, у формуванні якого безумовно беруть участь і засоби масової інформації. По-третє, повідомлення повинні мати значення для громадськості, вони мають відповідати системі її цінностей, бути релевантними ситуації. По-четверте, комунікація – це нескінченний процес, який

мусить тривати постійно, тому що недостатність інформації завжди призводить до поширення неправдивих відомостей, чуток та пліток, які через невідповідність реальній ситуації викликають неадекватну реакцію з боку реципієнтів, уводять їх в оману та спричиняють непередбачувані наслідки.

На думку фахівців, в Україні спостерігаються особливості у використанні моделей комунікації. Особливо це стосується комунікацій з боку органів державної влади, яка намагається впливати на поведінку громадськості у бік підтримки своєї діяльності. Для того, щоб відбулися прогресивні зрушення в цій сфері, вирішальним у системі планування комунікацій органів влади з громадськістю має стати усвідомлення того, що уявлення громадськості про їх діяльність формуються на підставі їхньої лінії поведінки та інформаційних повідомлень. Щоб відбулися глибокі зміни у зв'язках органів влади з громадськістю, необхідно усвідомлювати комунікації як інструмент стратегічного управління [4]. Важливою стає постійна підтримка двостороннього потоку інформації, а також визнання владою того, що комунікативна політика не має автоматично впливати з організаційної політики, а повинна формуватися шляхом узгодження. Підґрунтям такого підходу є принцип, згідно з яким аудиторія, як правило, допускає вплив на себе лише в тому разі, якщо влада або організація готові до діалогу з нею (безпосередньо або опосередковано) з метою узгодження принципів своєї діяльності. Це і стане ознакою становлення громадського суспільства в Україні.

#### IV. Висновки

Соціальна інформація є найбільш складним видом інформації; це найвища форма упорядкованого відображення дійсності, властивого тільки людині як суспільній істоті, наділеній свідомістю і мовою. З одного боку, інформація та інформаційні процеси підпорядковуються розвитку суспільства й окремих соціальних груп та особистостей; з іншого – в сучасному суспільстві в умовах інформаційного вибуху і широкого упровадження ЗМІ в суспільне життя дедалі зростає вплив інформації на розвиток різних сфер людської діяльності. Виокремлюючись у самостійну підсистему з всього інформаційного процесу, інформація, трансльована через ЗМІ, не тільки виконує функцію формування душі людини, а поступово стає самостійною суспільною силою, потужною зброєю в боротьбі за громадянське суспільство.

**Література**

1. Буари Ф.А. Паблік рилейшнз или стратегия доверия / Ф.А. Буари. – М. : Инфра-М, 2001. – 304 с.
2. Василик М.А. Наука о коммуникации или теория коммуникации? К проблеме теоретической идентификации / М.А. Василик // Актуальные проблемы теории коммуникации: сб. науч. тр. – СПб. : Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 4–11.
3. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М., 2001. – 656 с.
4. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю для організацій третього сектора: методичний посібник / за ред. В.Г. Королька. – К., 2003. – 216 с.
5. Королько В.Г. Паблік рилешнз. Наукові основи, методика, практика / В.Г. Королько. – К. : Видавничий дім "Скарби", 2001. – 400 с.

УДК 332.87

## ПРОБЛЕМИ БЮДЖЕТНОГО ІНВЕСТУВАННЯ СФЕРИ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

**Бікулов Д.Т.**кандидат державного управління, доцент  
Класичний приватний університет**Annotation**

The article describes problems that restrict to increase sum of state investments to system of housing and communal services. We tried to find the ways to pass troubles. The different aspects of state investments importance for economic and infrastructure development were substantiated.

**Анотація**

У статі розглянуто проблеми, які перешкоджають збільшенню обсягів державного інвестування сфери ЖКГ та можливі шляхи їх подолання. Також обґрунтовано різні аспекти значення бюджетних інвестицій у розвиток економіки та інфраструктури.

**Ключові слова**

Бюджет, інвестиції, енергозбереження, енергетика, теплопостачання, ресурси, самоврядування, громада, кредит.

**I. Вступ**

Державні інвестиції в будь-якій економічній системі та політичному устрої є однією з обов'язкових складових сталого розвитку держави. Мета держави як інвестора не отримання прибутку (на відміну від приватного інвестора), а вирішення конкретної проблеми суспільства. Сфера ЖКГ є однією з найбільш сприятливих для інвестування галузей. Проблему інвестування ретельно досліджують такі українські науковці, як: С. Аптекарь, Т. Бень, А. Гальчинський, Ю. Гончаров, Л. Червова, В. Юрчишин та інші. Однак запропоновані підходи мають дещо узагальнений характер. При цьому механізм державного інвестування інфраструктурних проектів остаточно не розроблений та не формалізований.

**II. Постановка завдання:**

- проаналізувати діючу систему реалізації інвестиційних проектів за участю бюджетних коштів;

- розкрити ключові аспекти, що визначають необхідність участі бюджетних коштів у проектах;
- визначити перешкоди, що стримують збільшення обсягів інвестування;
- запропонувати заходи, які б змогли поліпшити ситуацію.

**III. Результати**

Бюджетне інвестування нових проектів в Україні здійснюється постійно, переважно в межах цільових програм розвитку галузей, територій тощо. Це означає, що умовний проект, визначений як одне із завдань програми, фінансується в певному обсязі. Обсяг фінансування розраховується на підставі ймовірних доходів бюджету, однак майже завжди це результат компромісу між різними потребами на підставі суб'єктивних інтересів політичних діячів.

При цьому практично неможливо оцінити реальну ефективність проекту, оскільки прямий чи опосередкований прибуток від проекту держава отримує або у вигляді майбутньої економії, або у вигляді податків.

На думку В. Мокряк, Е. Мокряк [3, с. 46], держава, якщо навіть не є власником корпоративних прав компаній, отримує велику частину доходів підприємств через податкові механізми, орієнтуючись на власні фіскальні інтереси. У пострадянському суспільстві держава, крім загальних контрольно-регуляторних функцій, має виконувати роль головного архітектора, технолога й посереднього організатора процесу формування національного корпоративного підприємництва та корпоративного управління. Реалізація корпоративного управління практично неможлива без функціонування прозорого механізму інвестування, у цьому випадку – бюджетного. Л. Червова, М. Назарчук звертають увагу на те, що недоскона-