

ТЕХНОЛОГІЇ СОЦІАЛЬНОГО ДІАЛОГУ ОРГАНІВ ВЛАДИ І ГРОМАДСЬКОСТІ

У статті розглядаються провідні соціальні та психологічні технології, які сприяють діалоговій взаємодії суб'єктів державного управління. Встановлено, що соціальні технології, домінуючи на інституційному рівні взаємодії, а психологічні – на міжособовому, взаємопов'язані між собою.

Ключові слова: соціальний діалог, технології діалогу, громадська активність.

В статье рассматриваются основные социальные и психологические технологии, которые способствуют диалоговому взаимодействию субъектов государственного управления. Установлено, что социальные технологии, доминируя на институциональном уровне взаимодействия, а психологические – на межличностном, взаимосвязаны между собой.

Ключевые слова: социальный диалог, технологии диалога, общественная активность.

In the article the main social and psychological technologies are considered, which promote a dialogue interaction of government subjects. It is proved that social technologies dominating on the institutional level of the interaction, and psychological technologies – on the interpersonal, are interconnected between each other.

Key words: social dialogue, dialogue technology, public activity.

Постановка проблеми в загальному вигляді.

Розглядаючи громадянське суспільство як особливу організацію суспільної життєдіяльності, яка забезпечує результативний, диференційований і збалансований діалог громадян та представників органів державної влади, актуальною стає проблема вивчення соціально-психологічних технологій діалогової взаємодії. Становлення в Україні громадянського суспільства має вирішити двоєдине завдання. З одного боку, забезпечити реальну можливість громадян через різні форми їх об'єднання та за умови використання соціальних та психологічних технологій, здійснювати результативний вплив на державу, її органи, посадових осіб. З іншого – як громадяни, так і представники влади, повинні усвідомити себе відповідальними за формування і здійснення державної політики.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Дослідженнями соціально-психологічних технологій діалогу та можливостями їх застосування займалися як на науковому, так і на емпіричному рівні. Серед наукових розробок найбільш відомі роботи таких дослідників, як М. Саппа, Дж. Холдарта, О. Захаренко автор статті тощо [2; 5; 7; 8]. Переслідуючи мету більш ефективного та результативного процесу надання державних послуг, місцеві органи влади та представники громадянського суспільства в багатьох країнах і в Україні в тому числі працюють над запро-

вадженням нових механізмів діалогу влади та громадськості. Однак застосування технологій не завжди спиралося на комплексне дослідження та вивчення їх психологічних механізмів, що і стало предметом нашої роботи.

Розглядаючи можливості реалізації діалогу між представниками органів державної влади та громадськості, можна визначити, що існують організаційні та змістовні сторони механізму діалогової взаємодії названих суб'єктів. Організаційні сторони цього механізму складають його форми, а змістовними сторонами його є соціально-психологічні технології. Основними формами безпосереднього діалогу влади та громадськості, відповідно до Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», є місцевий референдум (стаття 7), загальні збори громадян (стаття 8), місцеві ініціативи (стаття 9), та громадські слухання (стаття 13) [6].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячена стаття. Соціальні та психологічні технології, як змістовні характеристиками механізму діалогової взаємодії, можуть бути застосовані як представниками громадськості, так і органами державної влади. Соціальні технології є домінуючими тоді, коли ми розглядаємо діалогічну взаємодію між органами державної влади та інститутами громадянського суспільства і громадянами. Психологічні набувають особливої значущості на рівні міжособистісної

взаємодії суб'єктів соціального діалогу. Отже, технології соціального діалогу виявляються на двох рівнях взаємодії в державному управлінні – інституціональному та міжособистісному, що є умовою суб'єктивних та об'єктивних перешкод і потребує спеціального дослідження.

Формування цілей статті. Метою нашого дослідження є визначення особливостей соціально-психологічних технологій, які використовуються сторонами в соціальному діалозі на всіх рівнях, та можливих суб'єктивних та об'єктивних перешкод їх застосування у взаємодії влади та громадськості.

Виклад основного матеріалу. Технології, які використовуються сторонами в соціальному діалозі, досить різноманітні. Одні з них широко застосовуються громадськістю, інші є характерними для органів державної влади. Процес впливу громадських організацій на вироблення державної політики має три вектори. Перш за все, – це допомога у визначенні найбільш актуальних проблем для вирішення. Другий пов'язаний із політичним конструюванням шляхів розв'язання проблеми і вибір найбільш правильного з усіх можливих. Третій стосується імплементації теорії у практику, тобто, безпосереднього вирішення проблеми.

Можливі такі шляхи впливу громадських організацій на державну політику: безпосередня взаємодія, консультативні дії, переговорні процеси з владними структурами та наглядовий контроль. Безпосередній вплив на розв'язання актуальних проблемних питань дає короткостроковий ефект, якщо не комбінується з одночасним впливом на зміну політики держави. Консультативний вплив стосується спрямування державної політики у необхідне русло, а якщо громадські організації шукають шляхи представлення інтересів недостатньо репрезентованих груп через переговори з владними структурами, тут інноваційний підхід виявляє себе у розробці та демонстрації нових шляхів вирішення проблем. Наглядний контроль за виконанням державної політики складає окрему форму впливу, що реалізується за допомогою різних соціальних технологій.

Комплексною соціальною технологією є адвокасі, що сприяє впливу громадськості на діяльність органів державної влади. Поняття «адвокасі» з'являється на початку 90-х рр. і означає будь-яку спробу вплинути на прийняття рішень політичної еліти від імені певного колективного інтересу. Варто відрізнити адвокасі від простого здійснення політики, адже процес адвокасі скоріше ставить проблему, ніж безпосередньо вирішує її. Але вирішення проблем також є довгостроковою метою адвокасі. Отже, адвокасі – це діяльність громадських організацій, метою яких є зміни у політиці шляхом поділу влади та представлення інтересів громадськості в результаті дії на ключових осіб політики в державних структурах. Адвокасі має результати тільки тоді, коли реалізується на практиці [1]. Стратегії імплементації адвокасі зводяться до

переговорів, лобіювання, а також створення коаліцій та схем взаємодії між різними організаціями, у тому числі через набуття членства в державних структурах. Використовуються також засоби масової інформації та проведення кампаній, що складають систему прямих дій. Адвокасі буде успішним, якщо громадська організація має членство однорідних організацій, що зможуть створити чітку платформу для адвокасі, програму з чіткою метою, та федеративну структуру (наприклад, складається з регіональних організацій). Для успішного здійснення адвокасі необхідно мати неформальні зв'язки з лідерами державних структур, солідне «самофінансування», адже діяльність адвокасі вимагає повної незалежності від донорів.

Результати успішності або провалу адвокасі можна оцінити двома шляхами: через «ефективність політики» (наскільки повно були досягнуті поставлені цілі) та «користь для громадянського суспільства» (наскільки зміцнились місцеві суспільні інститути і як змінилась участь громади у прийнятті політичних рішень). Варто зазначити, що виконання всіх вимог, що поставлені громадськими організаціями, здійснюється рідко. Але певний успіх досягається в результаті чисельних компромісів, унаслідок чого початкові цілі трансформуються, стають помітними нові проблеми, намічаються шляхи їх вирішення. Для успішності кампанії адвокасі варто визначити, на якому рівні вона буде найбільш ефективною (регіональному чи національному). Розділяють два типи проблем відповідно до їх реальності вирішення громадськими організаціями – загальні (захист прав людини, боротьба проти ядерної зброї, національна безпека тощо) та локальні, вирішення яких не потребує багато грошей і не стосується життєвої безпеки (проблеми гендерної рівності, соціального захисту тощо). На перший тип проблем важко, а інколи й неможливо вплинути громадським організаціям. Важливо звертатися до їх вирішення тоді, коли вони є найбільш актуальними (військовий конфлікт, засідання ООН). На відміну від локальних, загальні проблеми потребують більше часу, матеріальних та людських ресурсів, і вони не можуть бути вирішені самі по собі. Другий тип проблем завжди відкритий для впливів, зокрема для лобіювання громадськими організаціями.

Соціальна технологія лобіювання є однією зі стратегій імплементації адвокасі. Як відомо, в Україні громадські організації офіційно не мають права на здійснення законодавчої ініціативи. Тому лобіювання є єдиним «прямим» шляхом представлення інтересів громадських організацій. Поняття «лобізм» (від англ. «lobby» – закриті приміщення для прогулянок, коридор, кулуари) достатньо нове для нашого суспільства. Основною метою лобіювання у взаємодії громадських організацій з представниками державної влади є вплив на прийняття рішення про ті чи інші закони. В законодавчій діяльності лобіювання може

затримати законодавчі процедури, які слугують економічному розвитку і підкреслити першочерговість законодавчих актів для вирішення соціальних проблем. Парламенти, створюючи закони, підтримують довгострокову політику уряду, яка визначає розвиток держави на наступні роки і важливим є те, щоб інтереси громадських організацій були адекватно представлені при розробці такої політики. Іноді причиною лобіювання є не пряме вирішення певної соціальної проблеми, а вплив на людську гідність політиків, чия діяльність пов'язана з інтересами представників громадськості. Підтримка чи перешкоджання лобіюванню напряму може бути пов'язане з подальшою долею самого політика, що й використовується суб'єктами лобіювання.

Застосування лобіювання може бути достатньо ефективною технологією в діяльності представників громадськості, однак ця технологія стає діалогічною лише в тому випадку, коли лобіюючі групи, по-перше, явно визначені, а саме вступають в коаліцію з іншими громадськими організаціями або мають свою фракцію у Верховній Раді України, по-друге, представники громадськості адекватно володіють психологічними технологіями діалогової взаємодії, які мають особливе значення для ресурсного забезпечення і просування такої соціальної технології, як лобіювання. Психологічними технологіями діалогової взаємодії як ресурсного забезпечення соціальної технології лобіювання є встановлення контакту з партнером, ведення бесіди, переконання та аргументації. Для ефективного проведення ділових переговорів з лобістом необхідно, щоб партнери володіли знаннями про дані технології та вміли їх використовувати на усіх етапах переговорів. За П. Міцичем, переговори складається з п'яти фаз. Перша фаза – початок бесіди, друга – передача інформації, третя – аргументація, четверта – нейтралізація зауважень партнера, п'ята – прийняття рішення. Необхідно дотримуватися такої структури, однак підходити до цього творчо; залежно від ситуації можна змінити послідовність, іноді виключити певну фазу бесіди (наприклад, якщо у вас немає аргументів, то фаза аргументації знімається). Практика показує, що немає жорстких меж між різними фазами бесіди, а тривалість їх залежить від її проблемності. Однак треба пам'ятати, що найважливішою є остання фаза, по відношенню до якої всі останні є підготовчими, а відповідно – підлеглими [3, с. 42-44].

Психологічні технології встановлення контакту з партнером вирішують завдання першої фази бесіди, а саме, створення сприятливої атмосфери для бесіди, привертання уваги, виклик інтересу до теми, а іноді й заволодіння ініціативою. За усіма можливими технологіями встановлення психологічного контакту суттєвим є дотримання партнерами ділових переговорів основної послідовності, яка має рухатися від налаштування на партнера через налаштування партнера на себе до створення відчуття спільності та знаходження тем для обговорення. Фаза передання інформації логічно

продовжує початок бесіди і одночасно є основою для аргументації. Метою її є збирання інформації, виявлення мотивів та цілей партнера, перевірка адекватності аргументації, аналіз варіантів рішення тощо. Наступною фазою є аргументація та переконання співбесідника, де аналіз аргументів та детальне викладення своєї позиції відбувається за умов ряду риторичних методів, в основі яких є дві основні конструкції – аргументація доведення (обгрунтовується позиція суб'єкта взаємодії) та контраргументація. Отже, комплексне володіння психологічними технологіями партнерського ділового спілкування робить лобіювання, соціальну технологію взаємодії влади та громадськості достатньо ефективною в діяльності представників громадськості.

Однією з поширених соціальних технологій діалогу влади та громадськості є створення коаліцій. Ця технологія дає можливість громадянам відкрито відстоювати свої інтереси, а також організовано впливати на діяльність органів влади. Створення коаліцій є процесом спільної діяльності груп людей (громадських організацій, спілок підприємців тощо) для дослідження різних шляхів вирішення проблем своєї громади. Тому коаліцією можна визначити як добровільне, формальне чи неформальне об'єднання організацій, які працюють над досягненням спільної мети. Існує позитивний досвід створення коаліцій як у зарубіжних країнах, так і в Україні, де їх діяльність дала ефективні результати з налагодження діалогу влади та громадськості [5]. Найбільш широко ця технологія застосовується при вирішенні екологічних проблем, де почали формуватися недержавні організації професійних юристів-екологів, діяльність яких полягає в наданні безплатних послуг у сфері охорони навколишнього середовища та захисту екологічних прав громадян і об'єднань з використанням прав та можливостей, що надаються діючим національним законодавством [8].

Проведення масових акцій розглядається в якості соціальної технології впливу на громадську думку, а також як засіб демонстрації позиції та громадської підтримки партнерів діалогу з боку громадських організацій. До цього напрямку технологій належать мітинги, пікети, демонстрації та інші види діяльності, що ставлять на меті заявити про завдання громадського руху, привернути увагу населення до конкретних проблем та сформуванню громадську думку на свою користь. Такі акції, як марші-походи по екологічно-несприятливих регіонах, досить популярні у «зелених». Задачами учасників марш-походу є активізація громадського руху, розповсюдження знань та інформації про альтернативні варіанти вирішення проблем, привертання уваги громадськості до важливих суспільних проблем, пропаганда ідей та нових підходів до вирішення даних проблем.

При проведенні масових акцій необхідно враховувати психологічні характеристики маси (натовпу), а саме її статичність, аморфність, стохастичність (відкритість її кордонів) і

невизначеність складу. Сюди також можна віднести ситуативність, тимчасовість існування та гетерогенність (різноманітність складу маси). Завдяки вказаним властивостям, маса змінює людей, які до неї входять, стираючи різницю між ними та трансформуючи психіку, підкорюючи собі індивідуальну свідомість. С. Московичи зазначив, що маси являють собою соціальне явище, яке ефективно підкорюється впливу вождя, а з іншого боку, вона являє собою могутню силу, яку можна використовувати як інструмент впливу [4, с. 55]. Звичайно, слід враховувати, що в різних випадках зміни психічного стану індивіду, як учасника масових акцій, різноманітні – залежно від ситуативних, суб'єктивних та ідеологічних моментів.

У практиці використання масових акцій як технології соціального діалогу відпрацьовано засоби впливу на очікування людей. Ефективним є вплив на рівень домагань й очікування людей та можливості їх здійснення в реальному житті. Комплексний вплив складається з двох основних компонентів – пропагандистсько-ідеологічного, (вплив на рівень домагань), та соціально-економічного (управління рівнем реального життя). Стабілізація масових настроїв пов'язана з встановленням суб'єктивного балансу, тобто зрівноваження рівня домагань людей і можливостей його досягнення. Порушення цього балансу веде до зростання невдоволення мас, тоді як збіг рівня домагань і можливостей (це може бути реальним процесом або ілюзорним) завжди викликає зростання масового ентузіазму.

Комплексним методом технології громадської просвіти є проведення відповідних кампаній, що спрямовані на поширення інформації серед великої кількості громадян. Для того, щоб висловити свою думку та взяти участь у процесі прийняття державних рішень, громадянам потрібна інформація щодо питання, яке обговорюється. Громадськість не може бути активною, не маючи достатнього рівня освіченості та поінформованості щодо такого питання. Тому лише визначивши рівень інформованості громадськості, можна створити умови для просвітницької діяльності та відповідної мотивації великої кількості громадян. Це підвищує їх розуміння проблеми та, як наслідок, заохочує змінити свою поведінку і прийняти активну участь у вирішенні цієї проблеми. Об'єктом вказаних освітніх технологій є широка громадськість. Просвітницькі технології, які побудовані з урахуванням соціально-психологічних закономірностей формування суспільних орієнтацій, значно підвищують активність громадськості та сприяють розвитку діалогової взаємодії в державному управлінні. Використовуючи просвітницькі технології, громадські організації можуть проводити прямий інформаційний вплив на громадськість з метою отримання її підтримки в ході соціального діалогу.

Взаємодія з засобами масової інформації розглядається як найважливіша технологія впливу на громадськість та звернення до опонентів у процесі діалогової взаємодії. Існує практика перенесення обговорення суспільних проблем із сфери наукової в сферу соціальну та створення для цього масової незалежної преси, що призводить до консолідації спеціалістів, активістів та журналістів [4]. Так, ефективність масових акцій значною мірою пов'язана з урахуванням настроїв населення та їх висвітленням у ЗМІ, фактори яких необхідно враховувати ще на стадії розробки організаційного етапу соціальної технології. Успішний вплив на масові настрої повинен спиратися на попередній аналіз, що охоплює інвентаризацію суспільних настроїв, оцінку змісту домінуючих з них, виявлення причин тих чи інших настроїв, стадії розвитку та широту охоплення. Такий підхід дозволяє оцінити можливість переходу настроїв у конкретні форми поведінки, а також визначити методи та технології впливу, що надає можливість включити маси в діалог без негативних наслідків для суспільства.

Соціальна технологія впливу на певні соціальні групи побудована на можливості врахування ціннісних орієнтацій та специфіки певних соціальних груп. Це відбивається на характері роботи громадських організацій, що діють та набувають своїх прибічників у даних групах. Так, організація екологічного туризму проводить свою роботу серед прихильників мандрівок, жіночі організації – серед жінок, молодіжні – серед школярів та студентів, є організації, що працюють серед населення регіону і т.д. При цьому використовуються соціальні технології, які враховують особливості цих груп, які структуровані за інтересами його учасників та обумовлені місцем проживання їх членів, віком, статтю, професійною діяльністю. До активних методів, які спрямовані на входження до соціальних груп, належать психотренінги, де можна виділити два напрями роботи, перший – це навчання загальним ефективним прийомам діалогової взаємодії та озброєння конкретними знаннями з питань міжособистісного спілкування, другий являє собою навчання способам соціальної поведінки, що підвищують ефективність діяльності в різних специфічних сферах суспільного буття.

У випадках, коли використання будь-яких технологій не приносить успіху для досягнення цілей, можуть бути використані дії, що знаходяться поза прийнятими правовими нормами, незважаючи на існуючу небезпеку відповісти за свої дії перед судом. Соціальні технології, що опираються на дії такого роду, в якості необхідного елемента охоплюють широке коло як самих дії, так і причин, що їх викликали. Однак необхідно відмітити, що соціальні технології, які включають в свою структуру позаправові дії, використовуються у тих випадках, коли апробовані всі толерантні засоби організації взаємодії влади та громадськості. Порушуючи

закон, організатори акцій, таким чином звертають увагу громадськості на недосконалість правової бази, або на недостатній рівень їх дотримання.

Для налагодження діалогу з громадськістю органи державної влади мають свої форми та методи роботи. Структурні підрозділи в різних відомствах виконавчої влади (як за кордоном, так і в Україні) у своїй діяльності, спрямованій на населення, здійснюють різноманітні стратегії, що опираються на певні соціальні технології. Соціальна технологія аналізу суспільного сприйняття проблем, що має назву соціального моніторингу, є корисним інструментом для оцінки реальних процесів та здійснення державної політики. Цей процес вимагає участі багатьох зацікавлених сторін та потребує ефективного обміну інформацією між ними. Одним із недоліків цього методу є те, що він вимагає багато часу та потребує залучення експертів, що веде до високої його собівартості. Це також може слугувати виникненню іншої проблеми – залежності результатів від замовника, який оплачує роботу. Виходячи з цього, соціальний моніторинг – це технологія, яка активно використовується не тільки владою, але й недержавними організаціями, підприємствами чи окремими громадянами. Такий двосторонній аналіз суспільної ситуації робить соціальний діалог по-справжньому дієвим. У більшості випадків соціальний моніторинг здійснює певна організація або декілька організацій на замовлення уряду або з власної ініціативи (чи волі громади). Соціальний моніторинг сприяє кращій комунікації між владою та громадянським суспільством, а також між організаціями громадянського суспільства та громадянами. Успішність цієї технології залежить від її мети, замовника, типу урядового рішення та дотримання необхідних норм її проведення.

При створенні позитивного іміджу організації необхідно враховувати механізми його формування, які спираються на загальні його властивості. До загальних характеристик іміджу відносять наступні: імідж є ідеальним об'єктом, що виникає у свідомості людей, і оцінити його можна лише за їх відносинами, що виявляються у спілкуванні, діяльності, виборі, тому при створенні іміджу необхідно проводити його моніторинг і вивчати реакції на нього; ефективний імідж цілісний і несуперечливий, відповідає однозначним узагальненим уявленням; як ідеальне явище, імідж нестійкий, його постійно треба «підкріплювати» рекламою або різноманітними цільовими PR-акціями; як стереотип, імідж містить обмежене число компонентів: складність конструкції тільки заважає його сприйняттю, а отже, робить відношення до нього неоднозначним; імідж, хоча і є ілюзорним образом, певною мірою реалістичний: перебільшення достоїнств прототипу призведе до зниження довіри; імідж прагматичний, тобто орієнтований на обмежене коло завдань, що відповідають цілям організації або особливостям реальної ситуації, її розвитку; ефективний імідж характеризується

варіативністю: абсолютно «жорстка і незмінна конструкція» неприйнятна, ситуація трансляції іміджу завжди динамічна, може виникнути необхідність внесення корекції; імідж припускає сильний емоційний відгук.

Наукові дослідження і PR-практика, як уже наголошувалося вище, свідчать, що головною функцією іміджу є формування позитивного відношення до будь-якого явища. Якщо позитивне відношення сформовано, то за ним, як результат впливу соціальних зв'язків, обов'язково виникає довіра і, у свою чергу, високі оцінки і упевнений вибір. До того ж позитивний імідж, як правило, сприяє підвищенню престижу, а отже, авторитету і впливу. Позитивний імідж є також важливим чинником високого рейтингу, що дуже важливо в насиченій різноманітною інформацією публічній діяльності. Як засіб формування позитивного іміджу, наприклад, ядерної енергетики, в зарубіжних країнах владою створюються інформаційні центри, де ефективно ця робота організована у Франції. Державна фірма відкриває інформаційне бюро в центрі населеного пункту, який розташований найближче до місця будівництва. Таке бюро активно відвідується жителями регіону, де планується будівництво станції. Попередньо проведений статистичний аналіз тем та питань, які задаються відвідувачами, дозволяє підготувати за кожною з тем відповідні експозиції та лекційний текст екскурсів. Це сприяє зниженню рівня соціальної напруженості населення в даному регіоні [4]. Таким чином, соціальна технологія, яка заснована на створенні владою комітетів, комісій, центрів та інших організацій і структурних підрозділів, що спрямовані на розвиток діалогової взаємодії з громадськістю, підвищують імідж державної влади. Одна в сучасній Україні діалог носить скоріш формалізований характер в силу недостатньої відкритості та готовності місцевої влади до взаємодії.

Для надання інформації про стан суспільних проблем позитивного характеру в зарубіжних країнах використовуються технологія взаємодії органів влади з населенням, така як «ретранслятори», що являє собою пропагандистську діяльність соціальної групи, яка користується найбільшою довірою населення. Це можуть бути викладачі, медичні робітники та інші групи, що були визначені «ретрансляторами» – передатчиками інформації від менеджерів організації до широких кіл населення. Наприклад, викладачі мають довіру учнів та їх батьків, а до думки лікарів прислуховуються їх пацієнти. Представники вказаних професій складають частину організованої системи, яка забезпечує поширення інформації про суспільні акції. За оцінкою експертів, використання даної технології дешевше і ефективніше середньої роботи із усім населенням країни [2; 4].

Розглянуті технології діалогу органів влади з громадськістю мають опосередкований характер. Тобто, щоб нейтралізувати своїх опонентів, проводиться інформаційно-пропагандистський вплив

для підвищення престижу діяльності організації. Така стратегія має певні переваги – вона дозволяє охопити більшу кількість людей, думки яких ще не визначились, і їх можливо змінити. Однак є ситуації, де ефективною може бути безпосередня полеміка з опонентами. Ця технологія не має явного позитивного результату в тому плані, що переконати у ході дискусії дуже непросто. Запобігаючи варіанту безпосередньої дискусії, можна уникнути непередбачуваних складнощів, які можуть виникнути в її процесі. Однак відхід від дискусії може сприйматися аудиторією як демонстрація слабкості позиції партнерів.

Практична реалізація даної технології в соціальному діалозі здійснюється під час громадських слухань, консультацій, семінарів, форумів, на «круглих столах», у громадських приймальнях, на зборах, у дискусіях, інтерв'ю, «гарячих лініях». Існують приклади ефективного використання даної соціальної технології в зарубіжних країнах і на Україні [5; 7; 8]. Аналогічні групи створюються із різних спеціалістів у різних відомствах, які отримують пропагандистські матеріали та засоби і оперативно виїжджають у будь-яке місто країни для проведення зустрічей з громадськістю. В Україні також активно застосовується владою консультації з громадськістю у формі публічного громадського обговорення.

Для ефективного застосування даної технології, крім використання методології та процедури її проведення, існує психологічна технологія проведення полеміки, яка має назву

«метод виваженого діалогу» [5]. «Виважений діалог» є одним із засобів включення громадян до суспільного життя, до життя району, міста, країни, засобами обговорення суспільнозначущих проблем. За допомогою цього методу цільові групи, які бувають участь у дискусії, вчать розглядати і аналізувати проблеми, що стоять перед суспільством, з усіх боків, знаходять продуктивні сумісні стратегії їх вирішення, зважуючи негативні та позитивні наслідки кожного підходу до рішення проблеми.

Метод «виваженого діалогу» – це інтерактивний метод проведення дискусії, метою якого є співробітництво та загальне розуміння проблеми. Обговорення актуальних тем засноване на розгляді трьох, чотирьох підходів до проблеми. Підходи являють собою основні точки зору, які існують у суспільстві з даної проблеми. Під час методу «виваженого діалогу» учасники обмінюються досвідом з проблеми, аналізують цінності, які стоять за підходами, зважують переваги та недоліки кожного з підходів, оцінюють наслідки, ціну цих дій, до яких закликає кожний учасник діалогу, визначають загальну стратегію рішення проблеми. Дана технологія створює умови вирішення проблеми об'єднаними силами суспільства.

Дана технологія є основою для ефективною суспільної дискусії, якщо при її проведенні зберігаються основні правила методу «виваженого діалогу», які суттєво відрізняються від дебатів (див. табл.).

Таблиця

Порівняльна характеристика виваженого діалогу та дебатів

Виважений діалог	Дебати
Учасники шукають сильні сторони протилежної сторони	Учасники шукають слабкі сторони протилежної сторони
Учасники слухають, щоб зрозуміти і знайти основу для згоди	Учасники слухають, щоб знайти протилежні позиції і рахують аргументи
Учасники відкриті до сприйняття ідей інших людей	Учасники враховують опозицію, незважаючи на плюси іншої сторони
Учасники включають у свою опозицію переживання або переконання інших людей	Учасники шукають, у чому полягає різниця між протилежною позицією та своєю
Мета врівноваженого діалогу – прийти до співробітництва і до спільного розуміння проблеми	Мета дебатів – опозиційна за своєю природою, один учасник повинен довести, що інший не правий
Учасники пропонують переоцінити пропозиції	Учасники видають безпеліційні пропозиції
Виважений діалог відкриває можливість для кращих рішень	Учасники захищають особисті оригінальні ідеї
Мета врівноваженого діалогу – знайти спільний основу для дій	Мета дебатів – перемогти, хоча б на короткий проміжок часу
Учасники представляють свої кращі ідеї, щоб їх покращити	Учасники представляють свої кращі ідеї, щоб довести їх правоту

Порівнюючи методи діалогу та дебатів, які наведено у таблиці, треба зазначити, що основні відмінності між ними полягають у тому, що перші зорієнтовані на партнерство і проводяться відповідно до основних параметрів діалогової взаємодії, другі – унеможливають діалог, тому що спрямовані на суперництво. Діяльність органів влади, як різновиду сучасної організації, які створені для досягнення конкретних цілей, що здійснюють свою діяльність в умовах різноманітних взаємодій і взаємозв'язків, в оточенні, що має різні інтереси

(економічні, політичні, правові, соціальні тощо), залежать від сформованого організаційного іміджу. Органи влади знаходяться в системі різноманітних дій, які роблять вплив на їх діяльність і ухвалення рішень, тому регулювання цих складних взаємодій і є однією з найважливіших функцій організації, що обумовлює успішність її діяльності. Результативність діяльності органів влади визначається зниженням рівня соціальної напруги населення. Одним з факторів зниження соціальної напруги в суспільстві є діяльність виконавчої влади у форматі безпосередньої

дискусії, прозорості у прийнятті рішень та діалогу громадянами.

Висновки та пропозиції. Підсумовуючи розгляд технологій соціального діалогу, можна виділити серед них основні та допоміжні, які забезпечують технологічну базу соціально-психологічного механізму діалогової взаємодії органів влади і громадськості. Соціальні технології, такі як адвокація, лобіювання, громадські слухання, дорадчі комітети, є основними. Просвітницька, інформаційна (здіяння діяльності ЗМІ) та комунікативні (психологічні в тому числі) є технологіями ресурсного забезпечення та просування соціально-психологічних технологій діалогу. Аналіз технологій соціального діалогу, які можуть запроваджуватися владою для налагодження

взаємодії з громадськістю, показує, що їх застосування в Україні не має широкого представлення. Наприклад, така технологія, як «ретранслятори», або «створення суспільних організацій», де ініціатором діалогу виступає влада, цілеспрямовано не застосовується. Ми маємо приклади налагодження діалогу за допомогою вказаних технологій тільки в зарубіжних країнах.

Однак застосування повноцінного соціального діалогу можливе, якщо не тільки використовувати діалогові технології, але й концептуально вирішувати це питання, тобто, створювати об'єктивні (організаційно-правові) та суб'єктивні (соціально-психологічні) умови для діалогової взаємодії органів влади і громадськості.

ЛІТЕРАТУРА

1. Европейская конвенция о защите прав человека и дополнительные протоколы : научн. коммент. – М. : НОРМА, 1996. – 78 с.
2. Крутій О. М. Діалогова взаємодія органів державної влади та громадськості : [монографія] / О. М. Крутій . – Х. : Вид-во ХарРІ НАДУ «Магістр», 2008. – 236 с.
3. Мишич П. Как проводить деловые беседы / П. Мишич ; [сокр. пер. с серб.-хорв. М. Б. Беляковой ; общ. ред., предисл. и послеслов. В. М. Шепеля]. – 2-е изд., стер. – М. : Экономика, 1987. – 208 с.
4. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс / С. Московичи. – М. : Прогресс, 1998. – 480 с.
5. Посібник з участі громадськості. Проект «Голос громадськості» / Міжнародний центр перспективних досліджень / за ред. Дж. Г. Холдарта, О. Захаренко ; [відп. за вип. А. Атканец ; пер. з англ. Т. Дітгар та І. Піонтівська]. – К. : Дизайн-студія «iMedia», 2002. – 149 с.
6. Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України від 21.05.1997 р. // Відомості Верховної ради України. – 1997. – № 24. – С. 32.
7. Работа с конкретными случаями // Практика социальной работы / [под. ред. К. Ханвея, Т. Филлота]. – К. : Ин-т громад. суспільства, 2000. – 73 с.
8. Саппа Н. Н. Социальный диалог в экологическом конфликте / Н. Н. Саппа. – Х. : Основа, 1999. – 173 с.

*Рецензенти: Кальниш Ю. Г. – д.держ.упр.;
Антонова Л. В. – д.держ.упр., професор.*

© Крутій О. М., 2012

Стаття надійшла до редколегії 25.12.2011 р.