

мадянського суспільства повинні трансформуватися в інтереси держави. Адже, тільки громадянське суспільство в особі самодіяльних громадських організацій, партій, рухів може своєчасно виявляти назрілі потреби та ініціювати необхідні правові, політичні й державні зміни.

3. За умов недостатньої розвиненості ринкових відносин і громадянського суспільства провідна роль в процесах демократизації належить механізмам державної політики та управління. Цілком природно, що, перш ніж демократизувати весь можливий спектр суспільних відносин, держава має демократизуватися сама. Така демократизація далеко не вичерпується створенням формальних інститутів і ознак демократії. Поряд із ними, принципам демократії повинен відповідати сам державно-управлінський апарат. У свою чергу, дієве демократичне державне управління неможливе без формування демократичних управлінських технологій і механізмів державного управління. Важливого значення в цьому процесі набуває дотримання принципів субсидіарності й транспарентності.

Література.

1. Гегель Г. В. Ф. Наука логики. – М.: Мысль, 1970. – 272.; Копнин П. В. Диалектика как логика и теория познания. – М. Научная мысль, 1973. – 245 с.
2. Липсет С. М. Сравнительный анализ условий, необходимых для становления демократии // Международный журнал социальных наук. – 1993. – № 3. – С. 9.
3. Чжоу Сяо Юн. Трансформація економічних функцій держави в умовах ринкових перетворень: дис... канд. екон. наук: 08.01.01 / Харківський національний ун-т ім. В.Н.Каразіна. — Х., 2006. — 22 с.
4. Торяник В. М. Взаємна політична відповідальність державної влади і громадянина в сучасній правовій державі. Автореф. дис... канд. політ. наук: 23.00.02 / В.М. Торяник; Дніпропетр. нац. ун-т. — Д., 2006. — 17 с.
5. Шинкарук В. Громадянське суспільство, держава, ідеологія // Куди йдемо? – К, 1993. – С. 30.
6. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції сприяння органами виконавчої влади розвитку громадянського суспільства» від 21 листопада 2007 р. N 1035-р. - http://civic.kmu.gov.ua/civic/control/uk/publish/article?showHidden=1&art_id=96066&cat_id=95419.

УДК 316.28:398.23

Світлана Бронікова

ГУМОР ЯК КОМУНІКАТИВНИЙ РЕСУРС УПРАВЛІНЦЯ

У статті висвітлено впливову доміанту гумору як потужного комунікативного ресурсу управліня. Розкрито когнітивну та соціальну природу гумору, окреслено й експериментально доведено його технологічний потенціал в оптимізації управлінського комунікативного середовища та підвищенні рівня фахової компетенції представників державної служби.

Ключові слова: державний управлінець, правлінське комунікативне середовище, комунікативні ресурси, гумор.

Актуальність проблеми ефективної взаємодії громадянського суспільства і структур публічної влади з огляду на су-

часні політичні та економічні контексти не викликає жодних сумнівів. Основний ресурс такої взаємодії (взаєморозуміння, взаємовпливів) – комунікативний, підвищення інтересу до якого спостерігаємо і у науковців-теоретиків, і у практиків державного управління. Проте особливості існування та функціонування громадянського суспільства з його константами та змінними ментального простору – з одного боку, та специфіка місцевого самоуправління, державного і муніципального управління – з іншого, зумовлюють необхідність динамічного, креативного підходу до розв'язання зазначених аспектів, оскільки мають враховувати не лише весь комплекс гетерогенних комунікативних перетинів, а й активувати домінантні (у певному локально-темпоральному сегменті) вектори оптимальної взаємодії. Предметною сферою нашого дослідження є впливові комунікативні стратегії, зокрема гумор як потужний засіб не лише взаєморозуміння в суспільстві, а й регулювання та збереження соціальних цінностей, що перебуває в центрі управлінської проблематики в цілому. Саме гумору древні римляни надавали вагомому значення в корегуванні соціальної моралі, що відбилось у постулаті «Satira ridendo castigat mores» – «сатира, сміючись, виправляє мораль», а отже, саме гумор, здатність до позитивно-іронічної, доброзичливої, витонченої інтерпретації реальності може прислужитися і в складних ситуаціях професійної діяльності, і водночас – полегшити загальний комунікативний фон фахової взаємодії, уприроднити його наскрізний простір. Актуальність обраної теми тісно пов'язана також й із загальноцивілізаційними проблемами, зокрема, з необхідністю оптимізації комунікацій в умовах «інформаційного вибуху».

У сучасній науковій літературі, на жаль, існує небагато праць, присвячених феномену гумору в управлінській практиці, аналізу його впливів на ефективність розв'язування питань. Як правило, аналізують лише деякі аспекти, що стосуються загальних характеристик цього явища. Так, до гумору як до способу комунікації підходять Т. Чубарян, О. Третьякова, М. Желтухіна; анекдотів і чуток як інформаційних дій торкається Г. Почепцов; Ю. Зворикін згадує сатиру серед прийомів пропаганди; активно обговорюється вплив гумору на поведінку людини в теорії реклами, де констатують, що реклама – двигун торгівлі, а анекдот – двигун реклами. Представляють інтерес філологічні дослідження структури вербального гумору П. Бородіна, Н. Кондратенко, О. Курганова, М. Кулініч, В. Раскіна.

➔ Формат пропонованого дослідження унеможлиблює охоплення всього проблемного поля феномену гумору та його ролі в регуляції соціальних процесів, адже комплексна природа цього явища зумовлює його полівимірний аналіз. Так, з філософського кута зору гумор вивчають як світоглядне явище та як естетичну категорію, як соціальний феномен і як характеристику культури. Лінгвісти займаються семантикою, структурою й прагматикою вербального гумору. У межах психологічного підходу почуття гумору розглядають як поведінковий патерн (схильність до позитивного сприйняття), здатність запам'ятовувати жарти, розповідати їх, створювати, розуміти, рису характеру (звичайна веселість), естетичну реакцію (висміювання певних речей і ситуацій), ставлення (позитивне ставлення до гумору або негативне), стратегію подолання труднощів (вміння сприймати негаразди через призму гумору) [8] тощо. Спробуємо лише окреслити ресурсний потенціал гумору як технології (засобу) оптимізації управлінського комунікативного середовища, звернувшись саме до його антропоцентричної природи, що й забезпечує технологічну дієвість гумору. Для цього звужуємо межі дослідження гумору до двох площин: 1) природна (когнітивна й соціальна) потреба позитивних емоцій; 2) використання гумору для соціальної комунікації та впливу. Отже, дослідити впливову доміанту гумору як комунікативного ресурсу управліня – мета нашої наукової праці, наблизить до якої розв'язання таких завдань:

- визначити терміносистему дослідження, розмежувавши поняття сміх, комічне, гумор;

© Бронікова С.А., 2010.

- схарактеризувати гумор з огляду на його імманентність управлінській та політичній сферам;
- описати гумор як заплановану і контрольовану когнітивну діяльність;
- експериментальним шляхом (опитування, анкетування) з'ясувати комунікативну роль гумору в системі фахової діяльності;
- апробувати авторські методики з розвитку відчуття гумору як комунікативної навички управлінців.

Матеріалом дослідження стали тексти політичних дискусій, інтерв'ю, результати анкетування й опитування (понад 300 осіб опитаних), картотека записів усного мовлення практиків державного управління.

Незважаючи на те, що сміх, гумор, комічне здавна привертало увагу дослідників, посідаючи вагоме місце в духовному житті індивіда й соціальних спільнот будь-якого рівня, на разі не існує єдиного тлумачення його сутності та є розбіжності в розумінні зазначених понять. Тому спочатку варто визначитись у використуваних термінах: смішним називатимемо властивість об'єктів дійсності, почуття гумору представлятиме суб'єктивний рису сприйняття цих об'єктів. Гумор – це результат творчого відтворення смішного у свідомості суб'єкта і перетворення його в матеріальну форму (жарт, карикатура, анекдот, байка тощо) якимось способом (іронічно, сатирично, саркастично тощо) за допомогою почуття гумору. Сміх є фізіологічною реакцією під час сприйняття гумору чи смішного.

Неврологічні дослідження вказують на те, що гумор як когнітивний процес, у якому беруть участь різні частини мозку, пов'язані зі сприйняттям, оцінкою, творчим відтворенням реальності, можна розглядати як гру, де сміх, сигналізуючи про грайливий стан, корегує поведінку партнера по комунікації у бік до бажаної. До того ж, така когнітивна гра впродовж еволюції людини сприяла подоланню власних труднощів і негараздів, допомагаючи швидко відволітати фізичні і моральні сили. [8, с. 41]. Емоційно дистанціюючи загрозу, перетворюючи її в об'єкт жартівливої гри, гумор зменшує тиск агресії людей і ситуацій. Позитивна емоція, що супроводжує гумор, заміщує відчуття тривоги і гніву, даючи змогу комунікативній особистості (управлінцеві – насамперед) ширше і гнучкіше мислити, передбачати і творчо вирішувати проблеми, сприяє ефективній організації та інтеграції пам'яті. Засновник нового напрямку в гіпнології Мілтон Г. Еріксон надавав першочергову роль гумору і життєрадісним настановам пацієнта як факторам оздоровлення, адже позитивна емоція має й фізіологічну користь, прискорюючи відновлення стану здоров'я, зокрема серцево-судинних розладів, спричинених негативними емоціями, якими переповнене професійне життя управлінця. Сміх сприяє збільшенню дихальної і мускульної активності та збуджує нервову систему, а потім приводить до релаксації, коли серцебиття і кров'яний тиск знижуються до нормального рівня.

Здатність до почуття гумору властива не кожному мовцю, адже, з одного боку, треба «піднятися» над ситуацією (часто критичною, неочікуваною, трагічною), зуміти поглянути на себе іншими очима і віднайти в ній смішне (навіть у трагічному). Спочатку (дистанційований погляд) – це виключно інтелектуальна операція відчуження і зміщення емоційної складової в позитивний бік. Якщо ж ця людина має комунікативну навичку гри (словами, смислами, протилежностями й ін.), то в такій ситуації вона може створити вдалий словесний виверт, подібний до жарту Б.Шоу. Якось пристарілого драматурга збив з ніг зухвалий велосипедист. На щастя, обидва лише злякалися. Коли збентежений винуватець став зніяковіло просити вибачення, Б. Шоу зупинив його словами: «Так, Вам не пощастило. вияви більше енергії – Ви б увічнили своє ім'я, ставши моїм убивцею». Звичайно, в наведеному прикладі йдеться про обдаровану талано-

виту людину, але спеціалісти стверджують, що подібні комунікативні навички можна розвивати, а для представників владних структур, на наше глибоке переконання, опанування бодай азами таких знань є нагальною необхідністю. Лайка, приниження, докори – такі моделі мовленнєвої поведінки є типовими, стереотипними і, на жаль, дуже поширеними в управлінській сфері, про що свідчать наші спостереження за текстами високопосадовців та керівників регіонального рівня («блатные», «валите все на меня», «нужно навести порядок, а то страха совсем нет», «вон отсюда», «ты сопляк еще, щенок», «позорная клика управляет... Одессой», «зашуганная Гурвицем среда» (ці та подібні вербальні конструкції є доволі частотними, тому їх авторство легко ідентифікувати у мережі Інтернет). Доречним у цьому контексті, на наш погляд, є визначення гумору, наведене В.Далем: «Гумор... – частинка розуму, що вміє підмічати й різко, але необразливо виставляти химерності вдачі чи звичаїв», також учений відзначає, що гумористична похвала може бути гіршою від будь-якої лайки [2, с. 667].

Відомий соціолог А. В. Дмитрієв серед соціальних функцій гумору найголовнішою називає ненасильницьке управління суспільством як з боку держави, так і з боку різних еліт [3, с. 132], а також, що вважаємо суттєвим, корегування реакції на це управління. Як чинник тяжіння до емоційного комфорту в спілкуванні гумор здатен зменшити інтерактивну дистанцію між автором і реципієнтом/реципієнтами [10, с. 73]. В цьому аспекті зауважимо, що різним соціальним групам (етнічним, віковим, професійним) властивий специфічний гумор (те, над чим сміється, скажімо, студент, залишить байдужим пенсіонера; американці не розуміють англійського гумору, а англійців і американців разом навряд чи розсмішать українські жарти; пор. і своєрідність жартів лікарів). Отже, гумор є одним із засобів точно зорієнтувати текст на аудиторію. Так, наприклад, знаючи ставлення одеситів до дотепного слова, звіт міського голови перед громадою, незважаючи на офіційність документа, просякнутий жартівливими формами, що максимально увиразнює текстову прагматику й уприроднює його сприйняття, напр.: «У міста є одна справжня проблема й ціла гора дрібних неприємностей. Якщо б мені як міському голові пощастило у повному обсязі розв'язати головну проблему, ми розправились би з усіма неприємностями й незручностями й оком не змигнувши. Головна проблема – гроші. Світова історія знає лише два способи, як добути гроші. Перший – заробити, другий – украсти. Специфіка муніципальної влади в тому, що украсти для міста практично неможливо. Зате украсти з міста – мільйон способів» [4]. Мета тексту – не лише звітувати перед громадою, а схилити слухачів на свій бік, адже посада міського голови – виборна. Гумор як потужний ресурс впливу на вибір давно оцінили й використовують у боротьбі і за найвищі посади в країні, і не лише в нашій. Наприклад, коли Д. Рейгану закинули, що він, говорячи про економічний стан країни, плутає поняття депресія і спад, політик відповів: «Мені кажуть, що не варто вживати слово депресія. Добре, я скажу вам визначення. Спад – це, коли ваш сусід втрачає роботу, депресія – це, коли ви втрачаєте роботу. Але одужання – це коли Джиммі Картер втрачає свою роботу» [9, с. 154]. Так ритор перетворює загальну ситуацію на індивідуальну, змушує її переживати як особисту, привертаючи в такий спосіб симпатії до себе, і вже після цього дозволяє собі випад проти опонента.

Гумор уналежують до основ демократичної політичної культури, називаючи індикатором свободи, захисту громадянських прав, а вміння сміючись позбавлятися від своїх недоліків – безумовною ознакою здорового суспільства, особливо, якщо політичні жарти звучать не ізольовано в кухні, а з телеекрану чи радіоефіру. Н. Лігачова переконана, що «в кожному жарті є частка... свободи слова» [6], якщо, додамо, свободу слова тлумачити як відповідальність за вибір слова, а не як відсутність певних обмежень. Варто відзначити, що в західній традиції використання гумору в політиці регламентоване, відповідальність за слово регулює громадян-

ське суспільство, напр., чутливою щодо потурання прав громадянина є тематика сексменшин, статевих чи расових відмінностей. Високий рівень захисту громадянських прав забезпечено й великою кількістю різних феміністських організацій, інших органів із захисту прав всіх груп населення. Проте для гумору не існує табуованих тем, ризик лише сприяє щонайшвидшому позбавленню обмежень, що відбиває відомий жарт: «Для того, щоб стати президентом США, потрібно бути чорношкірою жінкою-інвалідом гомосексуальної орієнтації». Тож, звертаючись до серйозних тем (у нашому прикладі – до людських свобод), гумор перетворює їх на доступні й зрозумілі, а представників влади – на простих пересічних людей, політичні реалії – на ситуації буденних людських стосунків. Це – те чітке мірило істинних цінностей, що оголює саму суть речей, і саме за це гумор потрапляє під прес цензури, підміняється сурогатами, але все одно існує, породжуваний самим життям.

Для з'ясування специфіки використання і сприйняття гумору у сфері управлінської діяльності ми провели опитування близько 300 респондентів (державні службовці, посадові особи місцевого самоврядування IV категорії посад та кадрового резерву на ці посади), яким запропонували відповідати на наступні «несерйозні» питання:

- чи змінює жарт обстановку спілкування (так, ні);
- як Ви ставитеся до використання жарту, анекдоту в серйозній розмові (позитивно, негативно);
- як часто Ви користуєтеся жартівливим словом (часто, інколи, рідко, не жартую на роботі);
- як часто Ви жартуєте з особою, що обіймає вищу посаду (часто, інколи, рідко, не жартую);
- чи навчалися Ви жартувати (так, ні);
- чи маєте бажання опанувати такою навичкою (так, ні, навчитися неможливо).

Переважає більшість слухачів погоджується з тим, що дотепно й влучно сказане слово змінює обстановку спілкування, і навіть під час серйозної розмови, на їхню думку, використання жарту є позитивним, проте жартують у професійному середовищі менше половини респондентів, а з керівниками жартують рідко або не жартують взагалі. Однозначно заперечною є відповідь на питання щодо попереднього цілеспрямованого навчання, але практично всі слухачі мають бажання розвивати такі здібності, навички. Звісно, ми прогнозували подібні результати, адже вони підтверджують загальновідомий факт, що використання гумору – це одна з етнічних лінгвоментальних особливостей українців, де гумор, окрім низки різноманітних поведінкових функцій, виконував і рятівну функцію, створюючи підґрунтя природного оптимізму нації. Свідчать про національну рису та соціальну необхідність й зафіксовані «галузеві» дотепи, напр., «Нарешті скасовано Указ, що заборонив відміну Постанови, що відміння заборону іншого Указу, що денонсує Декрет про незаконність Розпорядження, що визнає поза Законом Акт про неконституційність першого Указу», «Вчора стало відомо, що проект бюджету на 2009 рік зберігався в комп'ютері прем'єра в каталозі «приколи», «Державне управління як кохання – важливий результат, але так подобається процес», « – Жінко, пачему я так пагана разгаваріваю українською мовою? – Патаму шо ти ж не паєт, ти – міністер хвінансов! Тібе главнає харашо читать», «До голови колгоспу вбігає колгоспниця: – Васильовичу, швидше! Там корови цих бісових фермерів забрели на наше поле і жеруть капусту! – Тихо, Клашо, без паніки. Збирай жінок, беріть відра і – доїти, доїти, доїти!..» тощо.

Спостереження доводять, що управлінці з відповідними когнітивними здібностями сприйняття і відтворення реальності демонструють вищий рівень соціальної відповідальності та комунікативної толерантності, максимально оптимізуючи фахову ефективність. До такої уналежнюємо

створення комфортного робочого середовища, залучення нових працівників до організаційної культури, згуртування колективу, редукцію статусної різниці між працівниками, що полегшує спільну роботу, заохочування до виконання роботи в неконфронтаційний спосіб. У колі кадровиків часто звучить афоризм: «Не можна найняти лише робочі руки, до них завжди додається людина». Зрозуміло, що гумор як впливовий комунікативний засіб може виступати і в ролі виклику стосункам між колегами, між керівником і підлеглим, йдеться про т. зв. «руйнівний гумор», націлений на критику ухвалених рішень, підриг авторитету конкретних людей і укріплення власного, зміну балансу влади тощо, напр., « – Ви постійно біжите попереду потягу! -Однак це краще, ніж бути таким гальмом, як Ви», «Колего, Ви почали носити окуляри? –Так, через Вашу звичку замилювати очі на нарадах керівництва», « – Ви у своєму брючному костюмі, пані Світлано, виглядаєте майже як мужчина. – Дякую, Ви у своєму, пане Миколо, виглядаєте теж майже як мужчина».

Отже, гумор – це дієвий комунікативний засіб, що може як оптимізувати професійні стратегії, так і максимально загострювати проблемні зони фахової діяльності. Такий різновекторний парадоксальний характер гумору лише підтверджує його статус потужної технології, скерованої на прогнозований результат. У межах же раціонального прагматичного підходу, характерного для системи державного управління, гумор можна й треба розглядати як ефективний засіб досягнення поставленої комунікативної мети.

Варто зазначити, що створення необхідного ефекту є не простою справою, адже, як відомо, людину легше змусити плакати, аніж сміятися. Таке цінне для управлінця вміння потребує опанування численними прийомами вербальної майстерності. На тренінгах з ефективної комунікації ми зокрема пропонуємо модель гумору, в якій вагомого значення надаємо кожному її (моделі) елементу і щонайперше – тому, хто (що) є предметом насмішки, хто висміює, з якою метою, коли і як. Наприклад, для працівників предметом висміювання можуть бути недоліки керівника, мала заробітна платня, свавілля (у їх сприйнятті) влади. Зі свого боку, керівники, впливаючи на колектив, завальовують у гумор авторитарний характер повідомлення, викликають розбіжності поглядів між підлеглими, послаблюючи тим самим їх колективну владу.

Елемент *коли* вказує на ситуативність гумору, що може бути незрозумілим для тих, хто перебуває поза контекстом ситуації. Недаремно гумор називають продуктом, який швидко псується. Вчорашні жарти рідко залишаються смішними, лише метафори сучасних актуальних реалій продовжують їхнє функціонування. Прикладом може слугувати анекдот радянських часів про господарника, який відчайдушно намагався перемогти шкідників, і тому на наступний рік запропонував посіяти вдесятеро більше – «Нехай вони вдавляться!». Зрозуміло, сучасний комерсант від аграріїв жартуватиме по-іншому. Саме тому гумор завжди черпає свій матеріал зі злободенного, а тривалість у часі має лише за умови відтворення у миттєвому – вічному, повторюваного через власне людську природу.

Складник як, яким способом пропонованої моделі виражає іронічне, сатиричне, саркастичне чи інше ставлення до предмету висміювання. За літературознавчим словником-довідником [7], іронія – це насмішка, замаскована зовнішньою благопристойною формою, що передає глузливо-критичне ставлення мовця; сатира має викривальний характер, гостро засуджує негативне; сарказм – ще в'длівіша дошкульна насмішка, сповнена гнівного презирства. Кожен елемент моделі узалежнює вибір відповідних засобів вираження. Гра слів, неоднозначність висловлювань, зіткнення кількох значень одного слова в тому самому контексті, гіперболізація, зміна контекстуальних рамок повідомлення (рефреймінг) – усе це надає не лише естетичну насолоду, а й Дослідження таких впливових стратегій у державному управ-

ліній (див. [1]) й активне їх запровадження в авторських тренінгах сприяє формуванню практичних умінь і навичок ефективної комунікації.

Таким чином, почуття гумору – це пов'язана з когнітивним процесом і динамічна за своєю природою здатність людини. Гумор як результат творчого відтворення смішного у свідомості суб'єкта впливає не лише на стан і поведінку самого суб'єкта, уможливаючи його контроль над ситуацією, а й, регулюючи ціннісні орієнтири, корегує у бік до бажаної поведінку партнера (групи).

Гумористичне повідомлення компактне, багатопланове і спроможне передавати обмеженим набором знаків велику кількість інформації, сприяючи збереженню і примноженню продуктивної енергії колективної праці.

Результати проведеного дослідження, по-перше, унаочнюють бажання управлінців підвищувати рівень професійної компетенції, розвиваючи свої комунікативні здібності, по-друге, вказують на їхнє розуміння значення цього феномену, що сприяє підвищенню продуктивності праці в колективі, по-третє, доводять необхідність розробки навчальних семінарів, майстер-класів, тренінгів на зазначену тему для якнайширшого кола співробітників державного сектору (до того ж, уже саме заняття за своєю суттю – «швидка допомога» у часто напруженому комунікативному просторі управління).

Природна основа гумору є потужним фактором його технологічної дієвості, що прислужиться зокрема у зміцненні стосунків, пом'якшенні конфліктів і досягненні згуртованості, у підвищенні власного статусу, в досягненні фахової майстерності, що, безумовно, залишається актуальним для представників державного управління, які повинні володіти арсеналом впливових комунікативних технік і коректно ними користуватися.

Література.

1. Бронікова С.А. Рефреймінг як когнітивна методика управлінської практики // Демократичне врядування / Електронне наукове фахове видання / [Електронний ресурс] / – 2008. – Вип. 2. – Режим доступу: <http://www.lvivacademy.com/vision2/fail/Bronikova.pdf>.
2. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка в 4 т., т.4. – М.: «Терра»–«Тета», 1994. – 684 с.
3. Дмитриев А.В. Социология политического юмора: Очерки. – М.: РОССПЭН, 1998. – 332 с.
4. Звіт Одеського міського голови перед територіальною громадою. – Офіційний сайт міста Одеса: Миський голова / Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.odessa.ua>.
5. Ковалевська Т. Ю., Бронікова С. А. Основи ефективної комунікації: Навчальний посібник (Порадник управління на щодень). – О.: Фенікс, 2008. – 140 с.
6. Лігачова Н. У кожному жарті є частка... свободи слова / День // Щоденна всеукраїнська газета № 57 від 31 березня 2000 р. / Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.day.kiev.ua/47061/>.
7. Літературознавчий словник-довідник / Р.Т.Гром'як, Ю.І.Ковалів та ін. – К.: ВЦ «Академія», 1997. – 752 с.
8. Мартин Род А. Психология юмора / Пер. с англ. Под ред. Л. В. Куликова – СПб.: Питер, 2009. – 480 с.
9. Почепцов Г. Г. Как становятся президентами: избирательные технологии XX-го века. К.: Т-во «Знання», КОО, 1999. – 380 с.
10. Різун В. В., Непийвода Н. Ф., Корнев В. М. Лінгвістика впливу: Монографія / – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2005. – 148 с.

УДК 334.72

Василь Велков

ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК МЕХАНІЗМ ВЗАЄМОДІЇ ВЛАДИ ТА БІЗНЕСУ

У статті досліджено теоретичний та практичний аспект державно-приватного партнерства. Розкрито сутність його концептуальних засад. На основі чого зроблено висновки та надано рекомендації щодо застосування моделі державно-приватного партнерства, як механізму взаємодії влади та бізнесу, в державному регулюванні української економіки.

Ключові слова: державно-приватне партнерство, механізм взаємодії влади та бізнесу, регіон, інвестиції, концесії, проекти.

В даний час в Україні здійснюються кардинальні зміни в системі взаємовідносин держави і приватного сектора економіки. За роки ринкових реформ в економіці країни істотно скоротився державний сектор, а функції управління найважливішими об'єктами життєзабезпечення поступово передаються приватному бізнесу. В цих умовах органам державної влади украї важливо перейти до стратегічного партнерства з приватним сектором, формувати такий економічний порядок і систему взаємовідносин, які б забезпечували і гарантували майбутнє країни. Його сили повинні бути спрямовані на такі перетворення, які б забезпечували раціональне поєднання вільної конкуренції із заходами державного регулювання і забезпечення інтересів суспільства та його майбутніх поколінь.

Сьогодні стає все більш очевидним той факт, що досягнення цих стратегічних цілей державної влади неможливе без зацікавленого партнерства як центральних, так і регіональних органів влади із представниками приватного бізнесу. Стратегії і програми, які орієнтуються тільки на використання бюджетних засобів, не дозволяють органам влади здійснювати масштабні, стратегічні проекти, які мають стати основою високої конкурентоспроможності країни. Визнаною у всьому світі альтернативою постає державно-приватне партнерство (в англ. варіанті – public & private partnership). ДПП є альтернативою приватизації життєво важливих об'єктів державної власності, що мають стратегічне значення.

На сучасному етапі соціально-економічного розвитку України одним з головних чинників, які визначають перспективи українського суспільства і державності, є не політика і навіть не економіка, а культура взаємостосунків держави, бізнесу і суспільства. Механізм державно-приватного партнерства, як одна з форм взаємодії держави та приватного сектора економіки дає можливість отримати бажаний рівень ефективності під час реалізації важливих для всієї країни масштабних проектів та є могутнім джерелом розвитку економіки і вирішення багатьох соціальних проблем.

Даній тематиці присвячені як вітчизняні, так і зарубіжні публікації. Державно-приватне партнерство – відносно нове явище в політико-управлінській практиці. Особливості державно-приватного партнерства як феномена і як поняття розглядаються в роботах О. С. Белокрилової, В. Г. Варнавського, Л. І. Ефімової, В. А. Міхєєва, В. Стрельцова.

Важливі політико-правові аспекти державно-приватного партнерства знайшли своє висвітлення в роботах М. В. Вілісова, М.А. Хатаєвої В. І. Якуніна та ін.[1–9].

Проте, зміст і форми державно-приватного партнерства, а також способи його ефективного вживання в українському державному управлінні і економічній політиці до-