

Тетяна Сивак

докторант кафедри парламентаризму та політичного менеджменту,
НАДУ при Президентіві України, к.держ.упр.

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ» В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

У статті на підставі аналізу наукових праць вітчизняних і зарубіжних учених, нормативно-правових актів, концептуальних вітчизняних державних документів і директив, а також доктрин і концепцій іноземних державних установ та міжнародних організацій подано визначення поняття «стратегічні комунікації в публічному управлінні». Автором на підставі існуючих у науці визначень розкрито їх зміст за трьома підходами: діяльнісним, процесним та системно-синергетичним, а також уточнено основні родові поняття. Автором обґрунтовано, що стратегічні комунікації в публічному управлінні визначаються як: своєрідний принцип публічного управління, який має бути імплементований на усіх рівнях формування і реалізації державної політики з метою реалізації національних інтересів та забезпечення національної безпеки; як технологію публічного адміністрування (складовою публічного управління).

Ключові слова: зміст стратегічних комунікацій, стратегічні комунікації в публічному управлінні, принципи публічного управління, технології публічного адміністрування.

Tetyana Syvak

doctoral candidate of Parliamentarism and Political Management Department,
NAPA under the President of Ukraine, PhD in Public Administration

THEORETICAL ANALYSIS OF THE ESSENCE OF «STRATEGIC COMMUNICATIONS» CONCEPT IN PUBLIC ADMINISTRATION

In the article, on the basis of the analysis scientific works of domestic and foreign scientists, regulatory acts and conceptual national state documents and directives, doctrines and foreign state institutions' concepts, the definition of the «strategic communications» concept is given, a generalized definition is proposed and substantiatedly proved that they are characterized from one hand as the basis of management activity, and on the other - as management technology. The general essence of strategic communications is reduced to the fact that, using its own communication potential and the capabilities of other stakeholders, the actor carries out information impact on target audiences in order to change their perceptions and behavior to achieve certain strategic goals.

The author, based on the existing definitions in science, discloses the content of strategic communications in public administration in three approaches:

- according to the activity approach, strategic communications is a type of activity in public administration, a system (set of) of mutually agreed actions, events, messages, images, semantic forms, which carry out public authorities with other stakeholders on the strategic, operational and tactical levels to influence the persuasion, modification or support of a certain type of behavior of target internal and external audiences, taking into account their interests and values, in order to achieve the strategic goal and protect national interests;

- according to the process approach, strategic communications is a process of: coordination of communication activities of subjects oriented on establishing long-term relationships with target audiences (objects) and strengthening their strategic effect; synchronization of subjects with goals, actions, cognitive images, meanings, ideas, narratives, in order to design the state strategic values, interests and goals, the realization of the mission and strategies in the mass consciousness; constant informational interaction with interested parties, target audiences in order to measure behavioral and social changes, making corrective actions on the way to achieving the strategic goal;

- according to the system-synergistic approach, strategic communications are coordinated and proper use of: communicative capabilities of public administration actors and all components of the strategic communications system aimed at promoting the state's goals; words, actions, meanings and symbols to influence mass consciousness and behavior; the achievements of various sciences and scientific fields (psychology, linguistics, law, communicative science, political science, etc.), which ensures the effectiveness of the communication process and the impact on target audiences to achieve the strategic goal and ensure national security.

The author substantiates that strategic communications in public administration are defined as: a peculiar principle of public administration that should be implemented at all levels of the formation and realization of state policy in order to realize national interests and ensure national security; a technology of public administration (a component of public management), that is, a certain set of actions that must be consistently, properly implemented using specific means and techniques, realized by the public administration entity in order to achieve the strategic goal, implementation of the state policy.

Key words: content of strategic communications, strategic communication in public administration, principles of public administration, technology of public administration.

Постановка проблеми

В останні кілька десятиліть в науковий обіг, як світовий, так і вітчизняний, введено поняття «стратегічні комунікації», яке набирає популярності та потребує суттєвого наукового обґрунтування. Стратегічні комунікації, як явище, феномен, стиль та процес управління виникли в кінці минулого століття, хоча деякі компоненти стратегічних комунікацій є досить дослідженими та активно використовуються в публічному управлінні, наприклад: публічна дипломатія, зв'язки з громадськістю, зв'язки зі ЗМІ тощо. Зародження стратегічних комунікацій у сфері військових досліджень США відбулось у 2001 році після терактів 11 вересня і розглядалось як важливий компонент у досягненні політичних, економічних та військових цілей, в першу чергу, на міжнародній арені. Стратегічні комунікації розглядаються як основний інструмент країни-переможниці у досягненні стратегічних цілей на міжнародному рівні.

Стратегічні комунікації активно використовуються в діяльності міжнародної міжурядової організації НАТО та спрямовуються на підтримку політики, операцій і заходів з метою просування цілей Альянсу. Однак фахівці Альянсу також наголошують на необхідності детального дослідження та постійного уточнення сутності стратегічних комунікацій з огляду на сучасні світові події, отриманий практичний досвід та появу нових управлінських та інформаційно-комунікаційних технологій.

У вітчизняній науці підвищена увага до стратегічних комунікацій актуалізувалась протягом останніх кількох років, що було викликано значним ускладненням суспільних, міжнародних і внутрідержавних відносин. Поява низки стратегічних документів розвитку держави спровокувала необхідність пошуку нового дієвого методологічного інструментарію для їх реалізації та потребу організації узгодженої взаємодії суб'єктів публічного управління, інститутів громадянського суспільства та бізнес-структур щодо цілепокладання, прогнозування, планування та програмування соціально-економічного розвитку держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Підходи вітчизняних і зарубіжних наукових дослідників з питань стратегічних комунікацій різняться, мають різні тлумачення, характеристики та навіть назви «стратегічні комунікації», «стратегічна комунікація» і «державні стратегічні комунікації». Теоретичні підходи до визначення поняття «стратегічні комунікації» було розглянуто у працях таких вітчизняних науковців, як: Баровська А. В. [1], Богданов С. В. [2], Бурлаков В. А. [3], Драгомирецька Н. М. [5], Гузенко Т. А. [6], Кушнір О. В. [7], Ліпкан В. А. [8], Пашенцев Е. М. [9], Почепцов Г. Г. [10–11], Соловійов С. Г. [13], Тихомирова Є. Б. [14], Яковлев І. П. [18] та зарубіжних учених: Брукс Р. [19], Корніш П. [20], Гейдж Д. [22], Голдман Е. [23], Галахан К. [24], Гамільтон Б. [22], Мюрфі М.Д. [26], Нотхафт Х., Пол К. [31–32], Редінг А. [30], Татхам С. [34] тощо. Однак, кожен з них розглядав стратегічні комунікації та підходи до їх визначення і трактувань через призму поглядів наукових галузей, в межах яких здійснювався науковий аналіз, тобто в контексті філологічних, юридичних, політичних, військових наук та науки державного (публічного) управління, тому поки що немає єди-

ного усталеного підходу та універсального визначення самого терміну «стратегічні комунікації». Також в основу статті було покладено аналіз нормативно-правових актів та концептуальних вітчизняних державних документів та директив, доктрин і концепцій іноземних державних установ та міжнародних організацій.

Мета

З огляду на вищезазначене, метою статті є аналіз існуючих у науці підходів до визначення поняття «стратегічні комунікації», що дасть змогу обґрунтувати їх зміст та сутність у публічному управлінні. Мета статті конкретизується у виконанні наступних завдань: здійснити аналіз наукових досліджень, в яких обґрунтовується термін «стратегічні комунікації» вітчизняними і зарубіжними ученими; запропонувати узагальнююче визначення та розкрити їх сутність для науки публічного управління та адміністрування.

Виклад основного матеріалу

Відсутність у вітчизняній науці комплексних досліджень та підходів до визначення поняття «стратегічні комунікації» пояснюється недосконалістю інформаційно-комунікативної політики, спрямованої на просування національних інтересів та цілей держави. Ці процеси, наразі, відбуваються хаотично, спорадично та ще не визначились у самостійну складову державної політики, носять здебільшого реакційний характер і постійно змінюються в залежності від політичних уподобань і пріоритетів.

Для початку визначимось зі значеннями двох базових елементів терміну «стратегічні комунікації» – це зміст понять «стратегічний» і «комунікація». За тлумачним словником значення слова «стратегічний» визначається як прикметник до слова стратегія. «Стратегія» ж визначається як мистецтво економічного, суспільного і політичного керівництва масами, яке має визначати головний напрям їхніх дій, вчинків, а також як спосіб дій, лінія поведінки когось чого-небудь [4, с. 1399]. «Комунікація» має значення як обмін інформацією, спілкування. Масова комунікація – процес інформування широких мас із використанням технічних засобів [4, с. 562]. Також існують певні розбіжності у формулюванні похідного прикметника від іменника «комунікація»: комунікаційний і комунікативний, тлумачний словник їх визнає тотожними та визначає як здатність до спілкування, контактів, зв'язків, комунікабельність. Н. М. Драгомирецька, яка розглядає комунікації з позиції діяльності чи діяльнісного підходу та аналізує терміни «комунікаційна» і «комунікативна» політика держави й обґрунтовує, що поняття «комунікаційна політика» є ширшим, оскільки визначає особливості взаємодії з населенням шляхом використання ІТ-технологій [5, с. 87].

У наукових джерелах, як вітчизняних, так і зарубіжних, уже сформувались чіткі підходи до визначення терміну «стратегічні комунікації», їх різноманітність пояснюється відмінністю підходів та суб'єктів стратегічних комунікацій: держава, міжнародна міжурядова організація, орган влади, бізнес-корпорація тощо. В основу визначень закладаються спільні характеристики, але деталі мають суттєві відмінності, тому нами їх було згруповано за діяльнісним, процесним та системно-синергетичним підходами, табл. 1.

Зміст поняття «стратегічні комунікації»

№ з/п	Визначення	Родове поняття	Автор / джерело
Діяльнісний підхід			
1	– це один із перших чотирьох глобальних напрямків комунікації в державному управлінні, поряд з кризовими, масовими та міжособистісними комунікаціями, та визначаються як вид діяльності		Драгомирецька Н.М. [5, с. 93]
2	– система взаємопов'язаних дій, що здійснюється на стратегічному, оперативному і тактичному рівні управління, яка направлена на досягнення розуміння інтересів і потреб цільових аудиторій і яка виявляє ефективні методи і механізми активації і підтримки певних типів поведінки з боку цих аудиторій		Королівський інститут міжнародних відносин (Великобританія) [21]
3	– це узгоджені дії, повідомлення, образи та інші форми представлення або взаємодії, призначені для інформування, впливу або переконання суспільства з метою підтримки національних інтересів; - систематична серія довготривалих і послідовно пов'язаних між собою дій, що проводяться через стратегічні, операційні і тактичні рівні, які дозволяють зрозуміти цільові аудиторії і канали, де може бути розміщене повідомлення для встановлення потрібних типів поведінки цільової аудиторії		Пол К. [31, с. 28; 32]
4	комплекс заходів, направлених на управління цільовими аудиторіями як всередині країни, так і за її межами, що складається з трьох частин: зв'язки з громадськістю, суспільна дипломатія й інформаційні операції		Татхам С.А. [34, с. 2]
5	мають наступні характеристики: працюють з майбутнім часовим циклом; працюють з об'єктами, які будуть сформовані у визначеній часовій точці, в тому числі завдяки стратегічним комунікаціям; трансформуючи в першу чергу інформаційний простір, результат повинні дати в інших просторах (військовому, дипломатичному, економічному, соціальному); діють з урахуванням діяльності опонента / противника, у ряді випадків намагаючись управляти його діями; - направлені на вузькі цільові групи, які здатні внести зміни в потрібні типи об'єктів		Почепцов Г.Г. [11, с. 13]
Процесний підхід			
6	– це синхронізація слів та вчинків і як вони будуть сприйматися окремими аудиторіями, а також програми і заходи, свідомо спрямовані на інформаційну взаємодію і взаємодію з цільовою аудиторією, в тому числі ту, що реалізується за допомогою суспільно-політичних зв'язків, публічної дипломатії та через фахівців з інформаційних операцій		Уряд США [27]
7	слід розглядати як процес, а не як набір можливостей, організацій або окремих заходів		«Інтегрована концепція стратегічних комунікацій» МО США [33]
8	– це: процес, який лежить в основі забезпечення національної безпеки України в цілому й реалізації державних інтересів, в т.ч. в інформаційній сфері, та до здійснення якого залучені не лише суб'єкти стратегічних комунікацій, а й суб'єкти з інших сфер діяльності; стратегічна взаємодія й взаємовплив в інформаційному середовищі між окремими суб'єктами (державними, чи визначеними для виконання державних цілей), що полягає у всебічному залученні можливостей кожного окремого компонента стратегічної комунікації у комплексі або відокремлено, та спрямовані на досягнення визначеної мети		Кушнір О.В. [7]
9	– процес синхронізації дій, образів й слів, що має на меті досягнення бажаного ефекту		Гейдж Д. [22]
10	це процес, який базується на основі фактичних даних, орієнтованих на встановлення довгострокових відносин з громадянами, нерозривно пов'язаних зі стимулюванням позитивних та вимірюваних поведінкових і соціальних змін		Гузенко Т.А., Федорів Т.В., Руденко О.М., Святненко В.В. [6, с. 48]
11	- це процес, призначений для координації комунікацій (словами та вчинками) між відомчими акторами з метою зміцнення їх стратегічного ефекту. Для цього стратегічні комунікації використовують весь існуючий досвід та знання, які можна знайти в різноманітній інформації та відділах комунікацій. Мета стратегічних комунікацій – це сприяння формуванню поведінки цільових аудиторій, яка є сприятливою для цілей суб'єктів діяльності і, таким чином, формування операційного середовища		Рідінг А., Від К., Чез Дж. [30, с. 10]

THEORY AND HISTORY OF PUBLIC ADMINISTRATION

12	пов'язані з розробкою й інформаційним супроводом процесу реалізації місії і стратегії (з управління іміджем, репутацією, брендом організації, міста, регіону, країни з допомогою корпоративних і громадських засобів масової інформації)	Яковлев І.П. [18, с.17]
13	- проектування в масову свідомість державою певних стратегічних цінностей, інтересів і цілей шляхом адекватної синхронізації різноманітної діяльності у всіх сферах суспільного життя з її професійним комунікаційним супроводом	Пашенцев Є.М. [9, с. 27]
14	- процес, направлений на роботу з цільовими аудиторіями зі створення, укріплення і збереження сприятливих умов для просування національних інтересів і цілей шляхом скоординованої інформації, комплексних планів, програм дій і синхронізації з іншими елементами національної влади	Д.М. Мюрфі [26, с. 3]
15	мають програмний характер, в їх основі знаходиться формування комунікаційної стратегії, яка являє собою широкомасштабну і довгострокову програму досягнення цілей компанії шляхом використання всіх комунікаційних ресурсів і організації комунікаційного простору, як зовнішнього, так і внутрішнього	Тихомирова Є.І. [14, с. 46]
16	основна функція стратегічних комунікацій полягає у формуванні у політичній еліті держави, на яку здійснюється вплив, по-перше, стійкого позитивного образу того, хто здійснює вплив, по-друге, стійкої системи культурних цінностей, адекватної тій, яка панує в країні, що є суб'єктом. В результаті з допомогою стратегічних комунікацій реалізується культурний вид владного ресурсу, тобто формується таке ідеолого-культурне середовище, яке дозволяє легітимізувати найрізноманітніші ідеологічні конструкції	Бурлаков В.А. [3, с. 11]
Системно-синергетичний підхід		
17	– це скоординоване і належне використання комунікативних можливостей держави – публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, військових зв'язків, інформаційних та психологічних операцій, заходів, спрямованих на просування цілей держави	Воєнна доктрина України [16]
18	передбачають залучення різних акторів до виваженої практики комунікації в інтересах організацій і соціальних рухів	Верчіч Д., Ролер Б., Срірамеш К., Халлахан К., Хольцхаузен Д. [24, с. 19]
19	– це використання слів, дій, зображень чи символів для впливу на масову свідомість для формування мотивації і усвідомлення політичних інтересів міжнародних акторів або для досягнення поставлених цілей»	Фарвел Дж. [25, с. 4]
20	– сфокусовані зусилля, спрямовані на розуміння і залучення ключових цільових аудиторій задля створення, зміцнення і збереження сприятливих умов для розширення інтересів, політики і завдань через реалізацію координаційних програм, планів, тем, ключових повідомлень і синхронізованих продуктів з використанням всіх інструментів державної влади	Державний департамент США [35]
21	Ефективні стратегічні комунікації вимагають чітких, послідовних повідомлень, які впливають з мети політики. Це інструмент асиметричної війни, в їх основі лежить управління сприйняттям, в якому найбільш важливу роль повинна відігравати координація інформаційних потоків, ідей, дій і рішень, направлена на приведення сприйняття цільових аудиторій у відповідність цілям державної політики	Голдман Е. [23]
22	посідають важливе місце в системі демократичного врядування, виступаючи важливим інструментом формування позитивного іміджу органів державної влади, що покликаний забезпечувати різні форми взаємодії між державою та громадськістю на основі узгодження спільних потреб, інтересів, позицій та налагодження співпраці	Князев В.М., Бакаєв Ю.В., Василевська Т.Е. [15, с. 158]
23	– це один з керівних чинників національної стратегії безпеки, оскільки вони, пояснюючи наміри або дії міжнародних акторів, сприятимуть використанню комунікативного впливу як у безпековій, так і зовнішньополітичній сферах, тобто вони є невід'ємною складовою стратегічного планування і здійснення політики	Корніш П., Ліндлі-Френч Дж., Йорк С. [20, с. 4, 18]
24	скоординовані урядом держави зусилля, спрямовані на розуміння цільової аудиторії з метою створення, зміцнення та збереження сприятливих умов для просування національних інтересів, політики та цілей держави через використання узгоджених концепцій, стратегій доктрин і програм, планів, тем, меседжів і продуктів, поєднанні та синхронізовані з діями усіх елементів національної могутності	Ліпкан В.А., Попова Т.В. [8, с. 350]
25	– це скоординоване і належне використання комунікативних діяльності й можливостей НАТО – публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, військових зв'язків із громадськістю, інформаційних та психологічних операцій у разі необхідності для підтримки політики, операцій і діяльності Альянсу, а також в цілях просування цілей НАТО	Директива «Удосконалення стратегічних комунікацій НАТО» [28]; «Політика стратегічних комунікацій НАТО» [29]

Розглядаючи термін «стратегічні комунікації», погодимося з думкою Брукс Р., яка зазначала, що він має стосуватися більшою мірою «стратегії», ніж «комунікації» [19]; ще одним важливим аспектом, що є став одним із принципів стратегічних комунікацій, є те, що все є комунікацією, не тільки повідомлення, а й дії, діяльність. Дії (правильні й помилкові) викликають комунікаційний ефект так само, як і слова. На думку військових Міноборони США, стратегічні комунікації мають схожість з комунікаціями в традиційному розумінні лише на перший погляд, а насправді їх відносять, перш за все, до планування операцій, які мають інформаційний ефект.

Ще одним важливим компонентом характеристики поняття «стратегічні комунікації» є розуміння їх як впливу, що містить правду, прихильність до достовірності, і їх потрібно ототожнювати з «добросесними переконаннями» [32] на відміну від обману, маніпуляції, пропаганди – це неадекватні форми впливу, які є нестійкими в сучасному інформаційному середовищі й підривають довіру до нинішніх і майбутніх повідомлень і докладених зусиль. На цьому наголошує і Богданов С.В., зазначаючи, що в діалогічних моделях із стратегічних комунікацій відходять на другий план або і зовсім виключаються такі негативні компоненти, як тиск, маніпуляції, обман, пропаганда [2, с. 149]. В стратегічних комунікаціях акцент має ставитися на створення і підтримку спільних цінностей, знаходження нових смислів, здійснення діалогу та спільної діяльності публічної влади і ключових аудиторій.

Узагальнивши вищезазначені визначення, можемо розкрити зміст стратегічних комунікацій в публічному управлінні за трьома підходами:

- за діяльнісним підходом, стратегічні комунікації – це вид діяльності в публічному управлінні, система (сукупність) взаємоузгоджених дій, заходів, повідомлень, образів, смислових форм, що здійснюють органи публічної влади з іншими стейкхолдерами на стратегічному, оперативному і тактичному рівнях для впливу на переконання, зміни або підтримки певного типу поведінки цільових внутрішніх і зовнішніх аудиторій з урахуванням їх інтересів та цінностей з метою досягнення стратегічної мети та захисту національних інтересів;
- за процесним підходом, стратегічні комунікації – це процес: координації комунікаційної діяльності суб'єктів, зорієнтованих на встановлення довготривалих взаємовідносин з цільовими аудиторіями (об'єктами) та зміцнення їх стратегічного ефекту; синхронізації суб'єктами цілей, дій, когнітивних образів, смислів, ідей, наративів, з метою проектування в масову свідомість державних стратегічних цінностей, інтересів і цілей, реалізації місії і стратегій; постійної інформаційної взаємодії із зацікавленими сторонами, цільовими аудиторіями з метою вимірювання поведінкових і соціальних змін, внесення коригувальних дій на шляху досягнення стратегічної мети;
- за системно-синергетичним підходом, стратегічні комунікації – це скоординоване і належне використання: комунікативних можливостей суб'єктів публічного управління та усіх компонентів системи стратегічних комунікацій, спря-

мованих на просування цілей держави; слів, дій, смислів і символів для впливу на масову свідомість та поведінку; досягнень різних наук та наукових напрямків (психології, лінгвістики, права, комунікативістики, політології тощо), що забезпечує ефективність комунікаційного процесу та впливу на цільові аудиторії для досягнення стратегічної мети та забезпечення національної безпеки.

Також, аналізуючи подані в табл. 1 визначення, можемо узагальнити, що родовими поняттями найчастіше виступають: діяльність, процес, технологія та чинник. Розглянемо сутність кожного з родових понять: діяльність – сукупність вироблених історичним досвідом, науковим пізнанням і талантом людей навичок, умінь, способів, засобів доцільних вчинків і дій людини у сфері управління. Вона вирізняється інтелектуальним характером, що виявляється в її спрямованості на вироблення, прийняття та практичну реалізацію управлінських рішень, покликаних змінювати в бажаному напрямі стан і розвиток суспільних процесів, свідомість, поведінку і діяльність людей [4, с. 182]. Процес – послідовна зміна станів або явищ, яка відбувається закономірним порядком, сукупність послідовних дій, засобів спрямованих на досягнення певного наслідку [4, с. 1179]. Технологія – сукупність дій, що мають бути послідовно у належний спосіб та із застосуванням конкретних засобів, і прийомів реалізовані суб'єктом для досягнення певної мети за оптимального використання ресурсів [12, с. 177]. Чинник – умова, рушійна сила, причина процесу, що визначає його характер або одну з основних рис [4, с. 1601].

Таким чином, у наукових джерелах стратегічні комунікації характеризуються, з одного боку, як основа управлінської діяльності, процесу, а з іншого – як управлінська технологія. Узагальнено сутність стратегічних комунікацій зводиться до того, що використовуючи власний комунікаційний потенціал та можливості інших стейкхолдерів, суб'єкт здійснює інформаційний вплив на цільові аудиторії з метою зміни їх сприйняття та поведінки задля досягнення визначених стратегічних цілей.

Обґрунтовуючи сутність стратегічних комунікацій в публічному управлінні, варто зазначити, що тільки держава, як єдиний інститут історії, здатна завдяки своїм ресурсам працювати з майбутнім та є єдиною структурою, яка може формулювати і вирішувати стратегічні завдання й управляти майбутнім в цілях національної безпеки. Як зазначає Почепцов Г.Г., «держава наближає власне майбутнє, коли займається ним, вона буде чуже майбутнє за чужим сценарієм, коли не звертається до проблематики майбутнього та не розробляє власної стратегії» [10].

Публічне управління визначається як діяльність органів державного управління, місцевого самоврядування, представників приватного сектору та інститутів громадянського суспільства, що взаємодіють на умовах партнерства у межах визначених законом повноважень і функціональних обов'язків (планування, організації, керівництва, координації та контролю) щодо формування та реалізації державно-управлінських рішень суспільного значення та політики розвитку держави [12, с. 144]. Важливою рисою публічного управління є забезпечення значного підвищення

ефективності управлінської діяльності внаслідок високого рівня громадської підтримки та консолідації суспільства навколо спільних цілей, воно пов'язане з демократичними цінностями, принципами тощо. Стратегічна мета та ціннісні орієнтири публічного управління є тим базисом, на якому зосереджується діяльність органів публічної влади.

Публічне управління суспільством полягає у створенні максимально сприятливих умов для взаємодії людей, залученні їх в активне суспільне життя, а ефективність публічного управління багато в чому залежить від того, наскільки правильно визначені стратегічні й тактичні цілі, що ґрунтуються на ціннісних орієнтирах. Природа публічного управління тісно пов'язана з сутністю публічної сфери, яка визначається як сфера перетину інтересів політичної влади та її інститутів (державна політика) і громадянського суспільства. Основним індикатором публічної сфери є здатність до колективної дії, що заснована на артикуляції загальних інтересів приватних осіб шляхом постійної раціональної дискусії [17, с. 15]. Для України на даному етапі реформування державного управління важливим питанням залишається процес його демократизації та розвиток синергетично-рефлекторної моделі управління. З огляду на це, виникає потреба у нових моделях і принципах управління.

Принципи публічного управління – це фундаментальні, базові засади, що відображають найбільш загальні стійкі риси законів і закономірностей управління, яких необхідно дотримуватися в управлінській діяльності. Принципи як поняття теорії управління зумовлюються певними законами і одночасно відображають сутність та реальність процесів управління [12, с.133]. Отже, принципи є основою публічного управління – як «належне» виглядає на практиці та надають дороговказ у розвитку суспільства.

Висновки та перспективи подальших наукових досліджень. Тому, на нашу думку, стратегічні комунікації варто визначати як: своєрідний принцип публічного управління, який має бути імплементований на усіх рівнях формування і реалізації державної політики з метою реалізації національних інтересів та забезпечення національної безпеки; як технологію публічного адміністрування (складової публічного управління), тобто певну сукупність дій, що мають бути послідовно, належним чином із використанням конкретних засобів і прийомів реалізовані суб'єктом публічного адміністрування для досягнення стратегічної мети, реалізації державної політики. Обов'язковою умовою стратегічних комунікацій як технології є чітке визначення мети, суб'єктів та об'єктів (цільових аудиторій), шляхів і засобів впливу та зворотного зв'язку.

Література.

1. Баровська А. В. Стратегічні комунікації: досвід НАТО. Стратегічні пріоритети. 2015. № 1 (34). С. 147–152.
2. Безверхнюк Т. М., Котова Н. О., Попов С. А. Управління проектами в публічній сфері: навч. посібн. / за заг. ред. Безверхнюк Т. М. Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2011. 295 с.
3. Богданов С. В. Стратегические коммуникации: концептуальные подходы и модели для государственного управления. Государственное управление: электронный вестник. 2017. Вып. № 61. С. 132–152
4. Бурлаков В. А. Стратегическая коммуникация как метод современной геополитики // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2016. № 2 (37). С. 8–18
5. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод., допов. та CD / уклад. і голов. ред В. Т. Бусел. Київ; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2007. 1736 с.
6. Гузенко Т. А., Федорів Т. В., Руденко О. М., Святенко В. В. Інформаційний супровід соціальних ініціатив Президента України: навч.-метод. матеріали. Київ: НАДУ, 2013. 52 с.
7. Драгомирецька Н. М. Сучасні тенденції комунікації у державному управлінні». Публічне урядування. 2015. № 1 (1). С. 85–96.
8. Кушнір О. В. Поняття та сутність стратегічних комунікацій у сучасному українському державотворенні. ГО «Стратком». 03.04.2016 р. URL: <http://stratcom.co.ua/ponyattya-ta-sutnist-strategichnih-komunikatsiyi-u-suchasnomu-ukrayinskomu-derzhavotvorenni>.
9. Ліпкан В. А., Полова Т. В. Стратегічні комунікації: словник / за заг. ред. В. А. Ліпкана. Київ: ФОП О.С. Ліпкан, 2016. 416 с.
10. Пашенцев Е. Н. Коммуникационный менеджмент и стратегическая коммуникация. Москва: МЦСПИК, 2012. 354 с.
11. Почепцов Г. Г. Держава як інструментарій по роботі з майбутнім. MediaSapiens. 05.06.2011. URL: http://ms.detector.media/mediaprosvita/research/derzhava_yak_instrumentariy_po_roboti_z_maybutnim/focus.ua/focus.ua.
12. Почепцов Г. Г. Стратегічні комунікації: стратегічні комунікації в політиці, бізнесі та державному управлінні: навч. посіб для студ. і аспір. Київ: Альтерпрес, 2008. 216 с.
13. Публічне управління: термінолог. слов. / за заг. ред. В. С. Куйбіди, М. М. Білінської, О. М. Петроє. Київ: НАДУ, 2018. 224 с.
14. Соловйов С. Стратегічні комунікації в публічному управлінні: впровадження в Україні. Актуальні проблеми державного управління: зб.наук.праць. Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2016. № 3 (67). С. 93–96.
15. Тихомирова Е. И. Коммуникация и стратегические коммуникации // Петербургская школа PR: от теории к практике. Сб. науч. статей / редколл. Д. П. Гавра, А. Д. Кривоносов, М. А. Шишкина. Санкт-Петербург: СПбГУ, 2015. С. 44–50.
16. Традиції демократичного врядування в історії українського державотворення : монографія / авт. кол. В. М. Князев, Ю. В. Бакаєв, Т. Е. Василевська ; за заг. ред. В. М. Князева. Київ: НАДУ, 2010. 220 с.
17. Указ Президента України від 24.09.2015 р. № 555/2015 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 2 вересня 2015 року «Про нову редакцію Воєнної доктрини України». URL: <http://www.president.gov.ua/documents/5552015-19443>.
18. Яковлев И. П. Стратегические коммуникации: учебное пособие. Санкт-Петербург, 2006. 182 с.
19. Brooks R. Confessions of a Strategic Communicator. Tales from Inside the Pentagon's Message Machine. Foreign Policy. December 6, 2012. URL: <http://foreignpolicy.com/2012/12/06/confessions-of-a-strategic-communicator>.
20. Cornish P., Lindley-French J. and Yorke C. Strategic Communications and National Strategy. A Chatham House Report. London, 2011. 42 p. URL: <http://>

sp.niss.gov.ua/content/articles/files/24-1436781085.pdf
Chatham House, 2011.

21. EU Strategic Communications with a View to Counteracting Propaganda. In-depth Analysis / European Union Institute for Security Studies (EUISS), France. May 2016. P. 4. URL: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/578008/EXPO_IDA\(2016\)578008_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/578008/EXPO_IDA(2016)578008_EN.pdf).

22. Gage D. The continuing evolution of Strategic Communication within NATO. The Three Swords Magazine. 2014. № 27. P. 53–55.

23. Goldman E. Strategic Communication: A Tool for Asymmetric Warfare / Small Wars Journal, October 6, 2007, p. 6. URL: <http://smallwarsjournal.com>.

24. Hallahan K., Holtzhausen D., van Ruler B., Verčič D. & Sriramesh K. Defining Strategic Communication. International Journal of Strategic Communication. 2007. P. 3–35.

25. Hamilton B. Review on «Persuasion and Power: The Art of Strategic Communication by James P. Farwell». Washington, DC, Georgetown University Press, 2012. 288 pp. Paper, Political Science Quarterly. Winter 2013/2014. No 128. P. 4; ProQuest Central, p. 780.

26. Murphy M. Dennis. Strategic Communication Talking the Talk: Why Warfighters Don't Understand Information Operations / Murphy M. Dennis. Center for Strategic Leadership; U.S. Army War College. 2009. May. Volume 4-09. P. 3.

27. National framework for strategic communication. Report of the Federal government – White House, Washington, 2009. 16 p.

28. NATO Strategic Communications Centre of Excellence Riga, Latvia. URL: <http://www.stratcomcoe.org>.

29. NATO Strategic Communications Policy. URL: <http://info.publicintelligence.net/NATO-STRATCOM-Policy.pdf>.

30. NATO's Strategic Communications concept and its relevance for France / Anaïs Reding, Kristin Weed, Jeremy J. Ghez. URL: https://www.rand.org/pubs/technical_reports/TR855z2.html.

31. Paul C. Strategic Communication: origins, concept, and current debates. PRAEGER, Santa Barbara, 2011. 240 p.

32. Paul C. Getting Better at Strategic Communication // RAND Corporation. Santa Monica, on July 12, 2011, 18 p. URL: http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/testimonies/2011/RAND_CT366.pdf.

33. Strategic Communication Joint Integrating Concept // Department of Defence concept – Version 1.0 – 07 October 2009. URL: http://www.dtic.mil/doctrine/concepts/joint_concepts/jic_strategic_communications.pdf.

34. Tatham S.A. Strategic Communication / S.A. Tatham. A Primer Academy of the United Kingdom. 2008. P. 2–14.

35. Ten Years On: The Evolution of Strategic Communication and Information Operations since 9/11: Hearing before the Subcommittee on Emerging Threats and Capabilities of the Committee on Armed Services House of Representatives, 112 Cong. H.A.S.C. 2011. 12 July. No. 112–49. URL: <http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/CHRG-112hhrg67796/pdf/CHRG-112hhrg67796.pdf>.