

Abstract. Understanding strategic communications predominantly as a component of the security and defense field limits the identification of their capabilities in public administration. The orientation of the characteristics of strategic communications to the achievement of national goals contributes to the effectiveness of public administration. In this article, the importance of the interaction of public authorities with the public sector, the place of strategic communications is grounded.

Keywords: *strategic communications, public management, national goals, interaction, communicative management, information policy.*

УДК 316.77:355.43

DOI : 10.5281/zenodo.1471184

*Solovyov Serhiy,
PhD in Social Communications, Associate
Professor, Doctoral Student,
National Academy of Public Administration
under the President of Ukraine*

**МЕСТО СТРАТЕГИЧЕСКИХ
КОММУНИКАЦИЙ
В ПУБЛИЧНОМ УПРАВЛЕНИИ**

*(PLACE OF STRATEGIC COMMUNICATIONS
IN PUBLIC MANAGEMENT)*

Постановка проблемы

Стоящие перед Украиной вызовы в оборонной и социально-экономической сферах, в частности осуществление Операции объединенных сил для защиты от российской агрессии, проведение реформ в сферах децентрализации, охраны здоровья, борьбы с коррупцией, должны преодолеваются с информационно-коммуникационной поддержкой. Ведь публичное управление по определению реализуется на платформе взаимодействия органов публичной власти и общественности. Коммуникационная составляющая в деятельности власти – необходимый фактор эффективности ее

работы. Достижение целей национального уровня предполагает применение в публичном управлении стратегических коммуникаций, которые все чаще становятся объектом изучения. Проблема заключается в том, что во многих случаях стратегические коммуникации характеризуются преимущественно как компонент сферы безопасности/обороны, что не способствует осмыслению их позиции в публичном управлении.

Анализ последних исследований и публикаций

Вопросу происхождения, развития, принципов осуществления стратегических коммуникаций посвящены работы многих

зарубежных ученых. Среди них назовем труды Р. Cornish, J. Lindley-French, С. Yorke [1] С. Paul [2], S. Tatham [3], украинских исследователей Г. Почепцова [4], Д. Дубова [5], А. Баровской [6], С. Даниленка [7], Т. Черненко [8], В. Панченко [9], О. Кушнир [10], Т. Поповой и В. Липкана [11], Д. Конька [12]. В упомянутых и других работах рассматриваются различные аспекты стратегических коммуникаций, однако в поле внимания ученых проблема определения места стратегических коммуникаций попадает эпизодически, не освещаясь должным образом.

Цель статьи – определение и обоснование места стратегических коммуникаций в системе публичного управления.

Изложение основных результатов и их обоснование.

Развитие социума основывается на многих факторах, среди которых – взаимообусловленность влияния граждан и власти в форме публичного управления. Взяв за данность, что в развитии заинтересованы участники всех сторон, придем к мысли о важности качества

публичного управления в части их взаимодействия.

Коммуникация выступает разновидностью взаимодействия. От ее характеристик зависит ожидаемая эффективность публичного управления, а стратегические коммуникации концентрируют в себе воздействия, направленные на достижение целей национального уровня. Поэтому позиция Д. Килинга, считавшего публичное управление поиском лучших способов использования ресурсов для достижения приоритетных целей государственной политики [13, с. 15] при слишком общем подходе, вполне характеризует явление. В то же время, для сравнения стоит привести и мнение М. Шафритца, который описывал публичное управление через следующие задачи: контроль, руководство, планирование, организационное обеспечение, обеспечение информационными технологиями, управление персоналом, оценка эффективности [14]. Легко заметить, что перечисленные выше функциональные задачи в большей степени касаются внутриорганизационной деятельности

органа публичной власти, ведь здесь не акцентируется роль общественного сектора.

Принципы стратегических коммуникаций определяются, исходя из общих направлений их деятельности. Для описания этих черт обратимся к Докладу о стратегических коммуникациях Министерства Обороны США (как пример одного из наиболее четко изложенного видения этого явления) [15].

Итак, стратегические коммуникации характеризуются следующими принципами: скоординированность применения средств информационного воздействия на каждом этапе выработки политики; согласованность действий государственных и негосударственных акторов; направленность на поддержку цели национального уровня; изучение и учет потребностей и реакции целевых аудиторий; важность соблюдения обратной связи с целевыми аудиториями; трактовка действий в физическом пространстве как сообщений.

Как видим, в приведенном докладе засвидетельствовано определяющее влияние органов публичной власти в

организации и осуществлении стратегических коммуникаций (согласование сил и средств) и планировании результатов; также высказывается однозначная мысль об опоре на общественность.

Соответственно, сущность стратегических коммуникаций состоит в организации и координации информационных воздействий и привлечения на свою сторону ключевой аудитории. Важно, что реализация информационных воздействий происходит с помощью различных технологий, способов, методов, инструментов, но обязательно согласовано и на разных уровнях. Это осуществляется с целью максимального охвата заинтересованных сторон и их привлечения к выполнению миссии.

Происхождение стратегических коммуникаций из оборонной сферы не означает, что они могут применяться только в подобных структурах. Стратегические коммуникации отличаются необходимой универсальностью, позволяющей реализовывать проекты по достижению целей в публичном управлении.

Применение технологий стратегических коммуникаций декларируются, например, бизнес-структурами, общественными организациями, учреждениями образования, культуры и тому подобное. Иногда при этом ошибочно употребляются как тождественные термины “стратегическая коммуникация” и “коммуникативная стратегия”.

Однако в подобных случаях не происходит достижения стратегических для государства целей, а только для целей, важных в пределах определенной структуры, коллектива, направления деятельности. Поэтому с точки зрения публичного управления такие подходы не считаются стратегическими коммуникациями. Исследователи центра Chatham House отмечают, что стратегические коммуникации занимают все более центральное место в национальной стратегии, а ключевой задачей для правительств становится переосмысление целей, динамики общения и действий в целом [1]. То есть стратегические коммуникации становятся

одной из ключевых технологий коммуникативного управления.

Это означает, что они должны быть интегрированы в информационную политику государства как непрменный фактор формирования общественного мнения, технология достижения доверия, защиты информационного пространства от влияния других игроков, прежде всего носителей других идеологий. Соответственно, необходимо институциональное обеспечение, которое в данное время реализуется через центральные органы власти, а также посредством создания Украинского института при Министерстве иностранных дел (для влияния на восприятие нашей страны внешней аудиторией).

По наблюдению Д. Дубова [5], принципы стратегических коммуникаций отражаются в позициях, кратко перечисленных ниже:

- информирование, влияние и убеждение – важные факторы продвижения интересов и целей политики;
- формирование четких целей политики, в поддержку которой

реализуются мероприятия в рамках стратегических коммуникаций, влияет на поведение, действия, взгляды целевой аудитории;

- координация и деконфликтизация – обязательное условие избежания ситуаций, когда информационная деятельность одних структур приводит к усложнению (или невозможности) информационной деятельности других структур;

- осуществление коммуникации в форме действий и уменьшения разрыва между вербальными и невербальными коммуникациями. Влияние действий (поведения, поступков, политики как таковой) больше, чем влияние слов.

Стоит добавить, что эффект от применения стратегических коммуникаций отдален во времени, следовательно перед публичной властью стоит сложная задача привлечения ресурсов и заинтересованных сторон в процесс достижения цели, которая большинством не замечается, не воспринимается приоритетной или даже вызывает отторжение.

Итак, место стратегических коммуникаций определяется их ролью в

достижении целей национального развития, что должно отображаться при стратегическом планировании. При этом исследователи указывают на четкую последовательную взаимосвязь между составляющими триады: **национальные ценности – национальные интересы – национальные цели** [16].

Национальные ценности характеризуются как наиболее стабильный элемент этой системы. Они формируются на протяжении всей истории развития общества, впитывая его существенные признаки. На их основе возникают национальные интересы, являющиеся отражением тенденций, присущих определенному историческому этапу. В свою очередь, на платформе национальных интересов основываются национальные цели. Эта составляющая наиболее динамична из приведенных, она может изменяться под воздействием факторов различного происхождения. Именно для реализации национальных целей государство применяет стратегические коммуникации.

Учет описанных свойств приведенной триады важен для понимания сущности стратегических коммуникаций как технологии, реализуемой на уровне государства, а не на уровне предприятий, организаций, учреждений (преследующих цели своей структуры). Именно государство призвано реализовывать национальные цели, в частности через публичное управление, в котором стратегические коммуникации играют ведущую роль.

Вполне очевидно, что такие масштабные задачи решаются при условии привлечения государственных ресурсов: финансовых, кадровых, технических и т.д. Это предполагает вовлеченность в смежные процессы: бюджетного проектирования, стратегического планирования, институционального внедрения, политического согласования, привлечения инвесторов, нормативно-правового регулирования, информационной поддержки и создание атмосферы общественного одобрения. Реализовывать и координировать названные процессы призваны центральные органы государственной власти и органы

государственной власти со специальным статусом.

Одним из примеров такой работы можно назвать Стратегию устойчивого развития “Украина – 2020” [zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015]. В преамбуле объясняется, что страна переходит в новую эпоху истории и украинский народ получает уникальный шанс построить новую Украину, то есть декларируется национальная цель. В документе приводятся 25 стратегических индикаторов реализации, исходя из которых, все заинтересованные стороны могут не только следить за ходом выполнением положений стратегии, но и оценивать тем самым работу органов публичной власти. Это способствует повышению качества обратной связи, позитивно отображаясь на эффективности стратегических коммуникаций.

Выводы

Место стратегических коммуникаций в публичном управлении определяется рядом факторов и характеризуется следующим:

- нацеленностью на реализацию национальных стратегий;
- использованием государственных ресурсов;
- обобщенностью с информационной политикой;
- преобладанием эффекта действий органов публичной власти и должностных лиц;
- институциональным представительством в центральных органах власти.

Приведенные позиции могут в определенной части соотноситься со сферой безопасности и обороны. Однако стратегические коммуникации в публичном управлении имеют вполне самостоятельное значение и соответствующий потенциал для осуществления социально-экономических проектов.

References

1. Cornish P., Lindley-French J., Yorke C. Strategic Communications and National Strategy. A Chatham House Report September 2011. London : Chatham House, 2011.
2. Paul C. Strategic Communication: origins, concept, and current debates. Praeger, Santa Barbara, California, 2011. 240 p.
3. Cdr S A Tatham MPhil RN. Strategic Communication: A Primer, Advanced Research and Assessment Group. Defence Academy of the UK, England, 2008.
4. Поцєпов G. G. Strategičnì komunìkacìi: strategičnì komunìkacìi v politicì, bìznesì ta deržavnomu upravlìnnì. Kiïv : Al'terpres, 2008. 216 s.
5. Dubov D. V. Strategičnì komunìkacìi: problemi konceptualìzacìi ta praktičnoï realizacìi. Strategičnì prìoriteti. # 4 (41), 2016. S.13.
6. Barovs'ka A. V. Strategičnì komunìkacìi: dosvìd NATO. Strategičnì prìoriteti. # 1 (34). 2015.

7. Danilenko S. Ī. Perspektivi rozvitku osvĭtn'oĭ skladovoĭ pidgotovki fahivcĭv u sferi strategĭčnih komunikacij. Strategĭčni prĭoriteti. # 4 (41), 2016. S.80.
8. Āernenko T. V. Sučasnij vimĭr publicĭnoĭ diplomatĭi v sistemĭ strategĭčnih komunikacij. Strategĭčni prĭoriteti. # 4 (41), 2016. S. 64.
9. Panĉenko V. M. Īnformacijni operacĭi v sistemĭ strategĭčnih komunikacij. Strategĭčni prĭoriteti. # 4 (41), 2016. S.72.
10. Kušnĭr O. Ponĭttĭ ta sutnĭst' strategĭčnih komunikacij u suĉasnomu ukraĭns'komu derŭavotvorennĭ. Pravo ĭ suspĭl'stvo. # 6, 2015. S. 27-31.
11. Popova T. V., Lĭpkan V. A. Strategĭčni komunikacĭi : slovnik / za zag. red. V. A. Lĭpkana. Kiĭv : FOP O. S. Lĭpkan, 2016. 416 s.
12. Konik D. Strategĭčni komunikacĭi. Kiĭv : Miŭnarodnij bank rekonstrukcĭi ta rozvitku, 2016. 256 s.
13. Keeling D. Management in Government. London : Allen & Unwin, 1972.
14. Shafritz J. M. International Encyclopedia of Public Policy and Administration. New York : Westview Press, 1998.