

## **СУЧАСНІ КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ В ДЕРЖАВНОМУ УПРАВЛІННІ**

**Тищенко С.І., канд. пед. наук, доцент**

**Калюжна О.В., канд. екон. наук, доцент**

**Миколаївський національний аграрний університет**

Виключна роль комунікації в державному управлінні є об'єктивно доведеною з позицій інформативності, як основи результату управлінської праці - управлінського рішення. В Україні довгий час панувала в основному інформаційна політика, головною метою якої було інформування населення органами державної влади, причому зворотній зв'язок не був важливим. Це сприяло поширенню в суспільстві впевнення, що влада повинна все зробити сама. Якщо їй вдається це – добре, якщо ні, то можна її критикувати.

Сьогодні Україна як демократична, правова держава, що активно реалізує західноєвропейський вектор зовнішньої політики та прагне інтегруватись у глобальний інформаційний простір, дотримується визнаних європейських стандартів інформаційної діяльності органів державної влади, демократичних принципів їхнього функціонування в глобальному інформаційному просторі [1, с.88].

Невід'ємною складовою діяльності та функціонування владних інституцій у сучасних демократичних суспільствах є активізація інформаційно-комунікативної політики та формування відповідних комунікативних стратегій. До доволі вагомого доробку вітчизняних учених, що формують сучасний науковий дискурс з цієї проблеми, можна зарахувати роботи В. Різуна, А. Сіленко, О. Радченка, О. Скрипнюка, Г. Почепцова, Н. Дніпренко, А. Кохан, О. Михайловської, Д. Андреєва, Н. Драгомирецької, Є. Романенка, А. Баровської та ін.

Фаховий підхід до формування й реалізації комунікативної стратегії є умовою ефективності та результативності функціонування органів державної

влади, забезпечення стабільності політичної системи та утвердження держави як повноправного суб'єкта міжнародних відносин та інформаційних взаємодій у глобальному інформаційному просторі [3].

Із функціонального погляду сучасні комунікативні стратегії в державному управлінні поділяються на:

1) головні стратегії (семантичні, когнітивні), що є найзначущішими щодо ієрархії мотивів і цілей та пов'язані переважно з впливом на адресата (стратегія дискредитації, стратегія підпорядкування тощо);

2) допоміжні стратегії, що сприяють ефективній організації діалогової взаємодії, оптимальному впливу на адресата. Серед них розрізняють:

- прагматичні стратегії (комунікативно-ситуаційні), зумовлені такими компонентами комунікативної ситуації, як автор, адресат, канал зв'язку, комунікативний контекст (стратегія саморепрезентації, стратегія емоційного налаштування, статусні та рольові стратегії та ін.);

- діалогові стратегії (конверсаційні), які використовують відповідно до завдань контролю за організацією діалогу (наприклад, стратегія контролю над темою, стратегія контролю над ініціативою);

- риторичні стратегії, у межах яких застосовують різноманітні прийоми ораторського мистецтва та риторичні техніки ефективного впливу на адресата (стратегія привертання уваги, стратегія драматизації).

Зазначимо, що у класичних дослідженнях комунікативних процесів нині відбувається перехід від класичних моделей (простих, лінійних, прозорих, наочних, безпроблемно операціоналізованих) до всеосяжних метатеоретичних моделей реляційного та інтерактивного спрямування. У контексті оновлення підходів повинна розвиватися парадигма діалогічного підходу [4].

Це дає підстави для формулювання основних завдань комунікативної стратегії міст: залучати громадян до процесу вироблення політик та прийняття рішень через проведення громадських слухань, організацію публічних дискусій, консультацій, запровадження інноваційних технологій;

ініціювати партнерські проекти з розбудови публічних просторів, які сприятимуть комунікації в громаді, а також культурної та просвітницької інфраструктури: облаштування парків відпочинку, клубів для проведення дозвілля, хабів, відкриття електронної бібліотеки, альтернативної школи, клубів з різними секціями (музика, спорт, мистецтво); просувати реалізацію проектів, спрямованих на розвиток самоорганізації в громадах (органи самоорганізації населення, ОСББ, громадські помічники для владних та правоохоронних органів, громадські інспектори тощо).

Також невід'ємною частиною реалізації такої стратегії повинно стати усвідомлення необхідності підвищення ролі та якості комунікативної діяльності структурних підрозділів місцевої влади з метою підтримки просування послуг, які вона надає населенню. Це, зокрема, передбачає визнання кожної з цих послуг частиною спільної загальної роботи міської влади, а не окремим зобов'язанням окремого підрозділу.

У подальшому доволі перспективним є продовження досліджень у сфері суспільних комунікацій з урахуванням особливостей взаємодії органів місцевого самоврядування громадян, а також забезпечення імплементації найкращого європейського досвіду у сучасну вітчизняну управлінську практику, зокрема в частині організації та проведення масштабних міжнародних заходів.

### **Список використаних джерел**

1. Драгомирецька Н. Сучасні тенденції комунікацій у державному управлінні [Текст] / Н. Драгомирецька // Публічне урядування. – № 1(1). 2015. – С. 85–96.
2. Михайловська О. Деякі аспекти комунікативної взаємодії органів місцевого самоврядування та громадськості // Науковий вісник Полісся. – № 1. – (5). – 2016.

3. Романенко Є. Діалогічна взаємодія громадськості та органів державної влади у процесі формування державної політики [Текст] / Є. Романенко // Актуальні проблеми державного управління. – 2014. – Вип. 2. – С. 50–54.

4. Участь громадськості у процесі прийняття рішень на місцевому рівні [Текст] : посібник. – Київ : Ленвіт, 2012. – 64 с.