НАЦІОНАЛЬНИЙ ІНСТИТУТ СТРАТЕГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Стратегічні ПРІОРИТЕТИ

НАУКОВО-АНАЛІТИЧНИЙ ЩОКВАРТАЛЬНИЙ ЗБІРНИК

Серія
«ПОЛІТИКА»

№ 4 (41) • 2016

Засновник та видавець:
НАЦІОНАЛЬНИЙ ІНСТИТУТ СТРАТЕГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Зареєстрований Міністерством юстиції України 26.06.2006 р. Свідоцтво № 11337–210Р

ФАХОВЕ ВИДАННЯ З ЕКОНОМІЧНИХ, ФІЛОСОФСЬКИХ ТА ПОЛІТИЧНИХ НАУК

Затверджено наказами МОН України
від 09 березня 2016 р. № 241 – економічні науки;
від 16 травня 2016 р. № 515 – політичні науки;
від 11 липня 2016 р. № 820 – філософські науки.

Рекомендовано до друку Вченою радою НІСД
Протокол № 8 від 26.10.2016 р.

Усі права захищено. При використанні матеріалів «Стратегічних пріоритетів» посилання на видання обов'язкове.

Рукописи не повертаються. Редакція залишає за собою право редагувати та скорочувати тексти. Редакція не завжди поділяє позицію авторів. Відповідальність за зміст несуть автори матеріалів.

«Стратегічні пріоритети» – науково-аналітичний щоквартальний збірник Національного інституту стратегічних досліджень. У збірнику публікуються результати наукових досліджень проблемних питань суспільно-політичного, соціально-економічного, гуманітарного розвитку України, зовнішньої політики України, регіональних проблем суспільного розвитку та національної безпеки і оборони України.

Видання розраховане на широке коло вітчизняних і зарубіжних фахівців, які досліджують проблеми розвитку українського суспільства.

Матеріали подавати за адресою:
Україна, м. Київ, вул. Генерала Алмазова, 18/7, к. 212
Національний інститут стратегічних досліджень
Яценко Наталії Петрівні
Тел. для довідок: +38 044 286 2125
e-mail: publish@niss.gov.ua

Редагування: Яценко Н. П., Бажал І. І.
Оригінал-макет: Резніков П. В.
Коректура: Романова О. М., Сабадаш О. І.

Формат 60х84/8. Гарнітура NewtonC.
Папір офс. № 1. Обл.-вид. арк. 14,2.
Ум.-друк. арк. 13,5. Наклад 200 прим.

Віддруковано
ТОВ «Книжково-журнальна друкарня «СОФІЯ»
08000, смт. Макарів, Макарівський район,
Київська обл., вул. Першотравнева, буд. 65,
тел./факс + 38 044 456 20 69
Реєстраційне свідоцтво А01 № 229953
від 26.11.2008 р.

ISSN 2306-5664
9 772306 566009 04 >

Адреса редакції:
01030, м. Київ,
вул. Пирогова, 7-А
тел. +38 044 286 2125

© НІСД, Київ, 2016

УДК 32:33(05)«540.3»:1

Головний редактор:
Горбулін В. П. – директор Національного інституту стратегічних досліджень, академік НАН України, доктор технічних наук, професор.

Заступник головного редактора:
Власюк О. С. – перший заступник директора Національного інституту стратегічних досліджень, член-кореспондент НАН України, доктор економічних наук, професор.

Заступник головного редактора — відповідальний секретар:
Ляшенко О. М. – учений секретар Національного інституту стратегічних досліджень, доктор економічних наук, професор.

Члени редколегії НІСД:
Бегма В. М. – доктор економічних наук, доцент;
Валевський О. Л. – доктор наук з державного управління, старший науковий співробітник;
Двігун А. О. – доктор економічних наук, професор;
Дубов Д. В. – доктор політичних наук, старший науковий співробітник;
Коваль О. П. – доктор економічних наук, доцент, старший науковий співробітник;
Корнієвський О. А. – доктор політичних наук, доцент;
Малиновська О. А. – доктор наук з державного управління, старший науковий співробітник;
Ожеван М. А. – доктор філософських наук, професор;
Олійник Д. І. – доктор економічних наук, професор;
Парахонський Б. О. – доктор філософських наук, професор;
Розумний М. М. – доктор політичних наук, старший науковий співробітник;
Собкевич О. В. – доктор економічних наук, старший науковий співробітник;
Степико М. Т. – доктор філософських наук, професор;
Суходоля О. М. – доктор наук з державного управління, доцент;
Сьомін С. В. – доктор політичних наук, професор;
Цимбал О. І. – доктор економічних наук, старший науковий співробітник;
Шаров О. М. – доктор економічних наук, професор;
Шемаєв В. М. – доктор військових наук, професор;
Шемаєва Л. Г. – доктор економічних наук, професор;
Юрків Н. Я. – доктор економічних наук, доцент;
Яворська Г. М. – доктор філологічних наук, професор.

Члени редколегії:
Бєлов О. Ф. – заслужений діяч науки і техніки України, радник Голови Служби безпеки України;
Борис Дюркех – ректор Академії Збройних Сил Словацької Республіки, бригадний генерал, доктор філософії;
Литвиненко О. В. – доктор політичних наук, професор, заступник секретаря Ради національної безпеки і оборони України;
Лібанова Е. М. – академік НАН України, доктор економічних наук, професор, директор Інституту демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України;
Марчук М. Г. – доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри філософії Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича;
Пирожков С. І. – академік НАН України, доктор економічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України, професор Інституту демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України;
Салтовський О. І. – доктор політичних наук, професор, професор кафедри політичних наук Київського національного університету імені Тараса Шевченка;
Смолянюк В. Ф. – доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри політології Київського національного університету імені Тараса Шевченка;
Хилько М. І. – доктор філософських наук, професор, професор кафедри Київського національного університету імені Тараса Шевченка;
Чуйко В. Л. – доктор філософських наук, професор, професор кафедри філософії та методології науки Київського національного університету імені Тараса Шевченка;
Crerar a Duff Willis – Professor, Crerar Historian Grande Prairie Regional College, AB Canada;
Volodymyr Kravchenko – Director, Canadian Institute of Ukrainian Studies, Professor, Department of History & Classics, Faculty of Arts, University of Alberta;
Volodymyr Yahnishchak – Professor, History at Minerva Senior Studies Institute at MacEwan University, Edmonton AB Canada.

ЗМІСТ

Вступне слово В. П. Горбуліна 5

Вступне слово О. В. Турчинова 7

Серія «Політика»

СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ

Дубов Д. В. Стратегічні комунікації: проблеми концептуалізації та практичної реалізації 9

Петров В. В Щодо становлення системи стратегічних комунікацій органів державної влади у контексті розвитку відносин з НАТО 24

Ожеван М. А. Глобальна війна стратегічних наративів: виклики та ризики для України 30

Яворська Г. М. Гібридна війна як дискурсивний конструкт 41

Баровська А. В., Коваль І. О. «Зрозуміла мова» / Plain language як умова реалізації комунікації влада – громадськість та побудови наративів 49

Zahorodskiy A. The Semiotic Evolution of the Signs "War" and "Peace" in Ukraine: 2014 – 2016 55

Черненко Т. В. Сучасний вимір публічної дипломатії в системі стратегічних комунікацій 64

Панченко В. М. Інформаційні операції в системі стратегічних комунікацій 72

Даниленко С. І. Перспективи розвитку освітньої складової підготовки фахівців у сфері стратегічних комунікацій 80

Ісакова Т. О. Мова ворожнечі як проблема українського інформаційного простору 90

Dzhyga T. Government Websites as a Tool to Establish Two-Way Symmetrical Communication with Citizens 98

Zaduvailo O. Information Transparency, Public Interest and Strategic Communication: to Problems of Coordination the Concept 105

Додаток

Дубов Д. В., Баровська А. В. Функціональний аналіз сфери стратегічних комунікацій (скорочена версія) 112

Відомості про авторів 120

Вимоги до статей / Requirements for research papers 121



ВСТУПНЕ СЛОВО ДИРЕКТОРА НАЦІОНАЛЬНОГО ІНСТИТУТУ СТРАТЕГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ АКАДЕМІКА НАН УКРАЇНИ В. П. ГОРБУЛІНА

Сьогодні й Україна, і весь цивілізований світ стоять перед викликами деконструкції світового порядку та міжнародного миру. Російська Федерація, намагаючись втілити свої реваншистські ідеї на практиці, розпочала масштабну агресію не лише проти України, але й проти всіх демократичних держав світу. Мета цієї агресії – перерозподіл сфер впливу та повернення до геополітичних конструкцій середини XX ст.

З цією метою Росія застосувала інструментарій гібридних війн, поєднуючи військові, економічні, енергетичні, гуманітарні та інформаційні інструменти для досягнення своїх цілей. Останні, інформаційні, інструменти вона перетворила на повноцінну інформаційну зброю, атакуючи цивілізований світ одразу по багатьох фронтах. Введення в оману, дезінформація, фейки, тенденційне висвітлення подій, нав'язування власних трактувань картин світу, повна відмова від традиційних стандартів об'єктивної журналістики – це лише частина тих прийомів, до яких сьогодні вдається «нова російська пропаганда».

І якщо Україна вже неодноразово стикалась із цим протягом щонайменше останніх 15 років, то демократичні держави виявилися не готовими до такої нової реальності. Росія, діючи швидко та нахабно, забезпечує інформаційну та фінансову підтримку багатьом позасистемним та деструктивним силам як в Україні, так і в Європі. Стрімке зростання впливу радикальних партій правого та лівого спектру, появи груп тих, хто «розуміє Путіна», в Німеччині, гра на страхах європейських аудиторій щодо міграційної тематикм – це не повний перелік тих заходів, яких вживає Росія для досягнення своєї мети.

Україна разом із своїми західними партнерами шукають шляхи протидії цій агресивній пропагандистській навалі, однак шляхи в межах загального демократичного державного устрою. Це особливо складно, зважаючи, що Росія зробила ставку саме на підступне використання як демократичних інститутів загалом, так і на викривлене застосування принципів свободи преси та свободи інформації.

У цьому сенсі розвиток системи стратегічних комунікацій є основною відповіді на інформаційну агресію як для України, так і для Європи, а також наших партнерів по НАТО. Стратегічні комунікації дозволяють, залишаючись у межах демократичних практик і принципів, організувати ефективну відсіч деструктивним інформаційним кампаніям, які веде проти нас агресор. Однак ефективність побудови цієї системи залежить від багатьох факторів, у т. ч. – від спроможності суб'єктів створюваної системи стратегічних комунікацій здійснювати свою діяльність відповідно до нових принципів та завдань.

Національний інститут стратегічних досліджень з метою визначення стану такої готовності провів аналіз спроможностей та загальної готовності суб'єктів сектору безпеки і оборони до реалізації на практиці принципів стратегічних комунікацій.

Завдяки цьому аналізу стало зрозуміло, що на даний момент багато з учасників системи стратегічних комунікацій мають системні проблеми, які потребують свого спрямованого рішення.

Зокрема, переважна більшість державних структур досі не дуже розуміють, у чому полягає суть стратегічних комунікацій, з якою комунікативною реальністю вони працюють, якими є основні інструменти та принципи діяльності в межах системи стратегічних комунікацій. Міжвідомча взаємодія часто є або формальною, або базується на міжособистісних контактах – хоча це дійсно дозволяє забезпечити певну оперативність у реагуванні на виклики, однак в умовах плинності кадрів такі рішення є ситуативними та несистемними. В органах сектору безпеки і оборони немає єдиних стандартів оцінювання проведених інформаційних (комунікативних) дій та операцій, а стратегічні комунікативні плани частіше за все відсутні як такі. Здійснення стратегічних комунікацій в умовах криз також знаходиться в складному стані, і лише окремі державні структури демонструють готовність працювати в таких умовах.

Цільові аудиторії як основа будь-якої адресної інформаційної діяльності майже ніде не визначаються (так само, як не визначаються й основні меседжі для них), а отже, навіть наявні спроможності органів державної влади комунікувати істотно розпорошені. Показово, що подекуди фахівці опитаних органів влади навіть не здатні чітко визначити наявні у них комунікативні механізми та дати їм цілісну оцінку. Складним залишається питання підготовки кадрів для сфери стратегічних комунікацій держави.

І, безумовно, найбільш важливою та критичною залишається проблема із ключовою складовою стратегічних комунікацій – зі стратегічним наративом, мета-розповіддю, на утвердження якої у цільових аудиторіях і спрямована вся діяльність стратегічних комунікацій. Сьогодні ми часто не лише не маємо сформованого стратегічного наративу, однак все ще перебуваємо у масштабній дискусії про те, чим він є або не є, як/де/ким він має бути сформульований та як саме ми маємо його впроваджувати у зовнішні (та внутрішні) середовища. Так само досить жвавою науковою дискусією позначається і намагання визначити, чим взагалі є стратегічні комунікації, з яких елементів вони складаються та хто і як має їх реалізовувати.

Цей збірник наукових статей – спроба навести лад хоча б в останній частині цієї проблеми. Дати більш чіткі відповіді щодо того, чим є стратегічні комунікації (і чим вони не є), що є стратегічним наративом, що вже робить Україна для побудови системи стратегічних комунікацій, як слід розуміти окремі елементи стратегічних комунікацій та реалізовувати їх, які проблеми виникають у питаннях підготовки фахівців для сфери стратегічних комунікацій. Інша частина матеріалів висвітлює окремі проблеми реалізації стратегічних комунікацій саме в Україні, визначаючи загальний контекст проблеми та шляхи її вирішення.

Ми сподіваємося, що цей збірник дозволить встановити певні базові положення для того, щоб наступні дискусії з питань стратегічних комунікацій ґрунтувались на єдиному розумінні їх суті, принципів та завдань.



ВСТУПНЕ СЛОВО СЕКРЕТАРЯ РАДИ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ І ОБОРОНИ УКРАЇНИ О. В. ТУРЧИНОВА

Цілеспрямована інформаційна війна, як складова масштабної гібридної війни, що веде проти України Російська Федерація, створює життєво небезпечну загрозу національним інтересам України як на її території, так і за кордоном. Інформаційна війна не призводить безпосередньо до кровопролиття, руйнувань та людських жертв. Разом з тим, шкода для суспільства від неї за своїми масштабами і значенням цілком сумірна зі збройною боротьбою, а часом і перевищує її наслідки.

Інформаційна агресія РФ проти нашої держави розпочалася задовго до анексії Автономної Республіки Крим та бойових дій на сході України. Із різним ступенем інтенсивності десятиліттями свідомість громадян України піддавалася впливу російської інформаційної пропаганди. Збройна агресія Росії лише завершила розпочатий задовго до цього процес формування проросійського інформаційного простору в Криму та на Донбасі. Кремль відпрацював агресивну технологію гібридного наступу: спочатку приходять російські телеканали, за ними російські танки.

Наразі зусилля Української держави зосереджені на боротьбі з наслідками тривалої інформаційної агресії Росії та протидії деструктивним інформаційним впливам, які продовжуються ще з більшою інтенсивністю.

Російська сторона шляхом вжиття заходів пропагандистського впливу, формує викривлену інформаційну картину світу, намагаючись таким чином дискредитувати Україну на міжнародній арені, дестабілізувати політичну, соціально-економічну ситуацію в країні, розхитати міжетнічні та міжконфесійні відносини. При цьому цілі Російської Федерації щодо України лишаються незмінними та передбачають повернення нашої держави у сферу політичного, воєнного, економічного впливу РФ.

З цією метою держава-агресор широко використовує радикальні політичні сили, ЗМІ, міжнародні неурядові організації, лобістські групи, російськомовні діаспори, релігійні осередки Руської Православної Церкви, представників політичних та бізнесових кіл, експертів, журналістів тощо.

Незважаючи на наростаючі економічні проблеми, внаслідок міжнародних санкцій проти РФ, Москва продовжує виділяти значні фінансові та технічні ресурси для здійснення масштабного інформаційно-пропагандистського тиску як на українське суспільство, так і на світову громадськість.

Сьогодні ми знаходимось на етапі осмислення масштабів інформаційної війни РФ проти України та пошуку ефективних механізмів її протидії. За таких умов актуальними завданнями для нашої держави є побудова національної системи стратегічних комунікацій.

Практичні кроки у цьому напрямку вже зроблено. Питання забезпечення стратегічних комунікацій є важливою частиною нашої Воєнної доктрини, Концепції розвитку сектору безпеки і оборони, Стратегічного оборонного бюлетеню тощо. Державні

органи, насамперед суб'єкти сектору безпеки і оборони вже перейшли до практичного впровадження системи стратегічних комунікацій на всіх рівнях, створюється система підготовки кадрів, розгортаються відповідні структури та підрозділи. Розвивається міжнародне співробітництво, зокрема, укладене Партнерство у сфері стратегічних комунікацій між Радою національної безпеки і оборони України та НАТО.

Національний інститут стратегічних досліджень, який також є важливим учасником формування системи страткому в Україні, здійснює його науково-методичне та експертне забезпечення, демонструє активну позицію у цьому процесі. Окрім здійснення досліджень із проблематики стратегічних комунікацій, Інститутом підготовлено нинішнє видання журналу «Стратегічних пріоритетів». На мою думку, ідея приурочити окремий спецвипуск авторитетного видання темі становлення в Україні стратегічних комунікацій є вчасною та доволі актуальною.

Переконаний, що обмін думками провідних експертів у сфері національної безпеки щодо нагальних питань формування системи стратегічних комунікацій на сторінках цього журналу, сприятиме комплексному розумінню сучасного процесу розбудови національних спроможностей у цій сфері.

Наукова дискусія в такому авторитетному виданні як «Стратегічні пріоритети» допоможе сконцентрувати зусилля прогресивної науково-експертної спільноти на вирішенні найбільш важливих проблем становлення системи стратегічних комунікацій в Україні.

1 Політика

СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ

УДК 316.77.061.1ЄС(477+73)

СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ: ПРОБЛЕМИ КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЇ ТА ПРАКТИЧНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ

Дубов Дмитро Володимирович,
доктор політичних наук, старший науковий співробітник

Агресія Російської Федерації проти України, особливо в частині інформаційної агресії, обумовила пошук фахівцями з питань національної безпеки можливих механізмів цілісної відповіді на такий виклик. Одним із механізмів такої відповіді є розвиток системи стратегічних комунікацій. Мета статті – концептуалізувати поняття стратегічних комунікацій, висвітлити основні проблеми його розуміння та дати загальний огляд практичних проблем, які постають у зв'язку із впровадженням стратегічних комунікацій в Україні. У статті відзначається, що однією з важливих методологічних проблем у сфері досліджень стратегічних комунікацій є відсутність загальноприйнятого визначення, що породжує постійні дискусії щодо трактування навіть їх базових засад . Акцентовано увагу на суперечностях та схожостях між стратегічними комунікаціями та пропагандою. Окреслено проблемні моменти розуміння стратегічних комунікацій у європейських дослідженнях та труднощі їх використання в українській практиці для вироблення адекватної моделі протидії російській пропаганді. Сформульовано основні проблемні напрями розвитку системи стратегічних комунікацій в Україні та означено складнощі, які виникають на цьому шляху.

Ключові слова: стратегічні комунікації, пропаганда, Україна, США, ЄС, наратив.

Dubov Dmytro

STRATEGIC COMMUNICATION: PROBLEMS OF CONCEPTUALIZATION AND PRACTICAL IMPLEMENTATION

Russian aggression against Ukraine, especially information aggression, led to the search experts on national security possible mechanisms for an integrated response to this challenge. One of the mechanisms of this response is to develop a system of strategic communications. The article aims to conceptualize the notion of strategic communications, to highlight the main problems of this shpear

and give an overview of practical problems arising in connection with the implementation of strategic communications in Ukraine. The article observed that one of the important methodological problems in research of strategic communications is the lack of commonly accepted definition that generates constant debate about the interpretation of even the basic principles of strategic communications. The attention on the contradictions and similarities between strategic communications and propaganda. Outlined understanding problematic aspects of strategic communications in the European research and complexity of their use in the Ukrainian practice models to generate adequate counter Russian propaganda. Formulated the basic problem areas of development of strategic communications in Ukraine and the difficulties that arise along the way.

Keywords: strategic communications, propaganda, Ukraine, USA, EU, narrative.

Агресія Російської Федерації проти України, особливо в частині інформаційної агресії, обумовила пошуки фахівцями з питань національної безпеки можливих механізмів цілісної відповіді на такий виклик. При цьому особливості пошуку відповіді обмежені необхідністю врахування демократичного устрою Української держави, дотримання концепцій свободи слова, відсутності обов'язкової ідеології та інших здобутків демократичного суспільства. На противагу цьому Російська Федерація не обмежує себе подібними вимогами, широко використовуючи дезінформацію, відверті маніпуляції, пропаганду та інші підходи до управління інформаційними потоками з деструктивними цілями.

Сьогодні пошуки відповіді зосередилися на масштабному та інтенсивному впровадженні у практику інформаційної роботи державних органів концепції «стратегічних комунікацій», що вже закріплено і в офіційних документах (зокрема –у Воєнній доктрині України) [40]. У 2015 році було підписано дорожню карту Програми партнерства зі стратегічних комунікацій між Україною та НАТО [39]. Відбуваються наукові та освітні заходи, присвячені проблематиці стратегічних комунікацій в умовах гібридної війни [34].

Водночас в українських реаліях дослідження із зазначеної теми є поодинокими та фрагментарними. Багато в чому це наслідок певної новизни теми для українського наукового та експертного співтовариства, а також очевидної відсутності єдності поглядів на саму природу стратегічних комунікацій (у т. ч. – у фахівців розвинених демократичних країн).

Відповідно, ***мета*** статті – концептуалізувати поняття стратегічних комунікацій, висвітлити основні проблеми його розуміння та дати загальний огляд практичних проблем, які постають у зв'язку із впровадженням стратегічних комунікацій в Україні.

Незважаючи на значну кількість досліджень (передусім – європейських та американських дослідників) та чимало запропонованих ними визначень, сьогодні ми все ще спостерігаємо істотні проблеми у єдиному та цілісному (навіть на інструментальному рівні) розумінні того, чим є стратегічні комунікації, як вони мають реалізовуватися та що є їх результатом. І ця проблема відзначається яскраво вираженою тяглістю: «Незважаючи на численні звіти по обидва боки Атлантики, десятки років безпосереднього досвіду у найбільш складних конфліктах, фундаментальні політичні та соціальні зміни ролі та місця держав, надзвичайне зростання соціальних медіа- та мобільних технологій, ми все ще застрягли на абстрактних дебатах з приводу визначень та організаційних структур, про які дискутуємо багато років», – зазначали ще в 2011 році [29] автори доповіді «Стратегічні комунікації та національна стратегія» П. Корніш (*Paul Cornish*), Дж. Ліндлей-Френч (*Julian Lindley-French*) та К. Йорк (*Claire Yorke*).

У цьому ж контексті показовою є цитата з дослідження Центру глобального контртерористичного співробітництва «Створюючи наратив», проведеного в 2013 році (тобто коли поняття «стратегічні комунікації» вже було досить поширеним): «Термін «стратегічні комунікації» описує нове та часто погано зрозуміле поле *(field)*» [21].

Окремі дослідження з цього приводу, наприклад [33], хоч і подають нам досить широкий історіографічний огляд проблеми дефініювання цього поняття, але насправді не припиняють цієї дискусії (тим більше, що переважно присвячені тому, як відбувався цей процес у межах НАТО).

Варто визнати, що до певної міри термінологічні та концептуальні дискусії є природним наслідком особливостей самих «комунікативних студій» як міждисциплінарної галузі (а страте-

гічні комунікації є, очевидно, саме таким міждисциплінарним простором). Ще в 1996 році Д. Андерсон [35], проаналізувавши сім підручників з комунікацій, знайшов у них щонайменше 249 різних «теорій». Причому лише 7 % цих теорій зустрічались більш як у трьох підручниках. Тобто висока фрагментарність самих комунікативних концепцій є традиційною проблемою цієї сфери, що позначається і на студіях зі стратегічних комунікацій.

Загалом же, повертаючись до проблеми досліджень сфери стратегічних комунікацій та перипетій їх інституалізації (що є особливо важливим для України в нинішніх умовах), слід зауважити, що найбільш цікавим та цілісним в цьому питанні є досвід США, які подолали (та продовжують долати) складний шлях щодо розуміння важливості стратегічних комунікацій, однак, вочевидь, чи не найближче з усіх держав наблизилися до їх ефективного практичного застосування.

Еволюція американських підходів до проблематики стратегічних комунікацій

Власне поняття «стратегічні комунікації», принаймні у американській військовій думці та практиці, пройшло довгий період осмислення і по-різному визначалося на різних етапах. Наприклад, згадки про поняття «стратегічні комунікації» можна віднайти ще в дослідницьких документах *US Army College* 1966 року [30], хоча сам термін зустрічався й раніше. Щоправда, тоді йшлося про «стратегічні комунікації» в контексті забезпечення стратегічного рівня зв'язку під час масштабних воєнних конфліктів, у т. ч. – ядерних. Цікаво, що ще в 2002–2003 роках практика саме такого використання терміна «стратегічні комунікації» зберігалася в американській армії, наприклад [31], хоча вже відбулися дискусії та було ухвалено перші державні організаційні рішення, із зазначенням цього терміна в сучасному трактуванні.

Незважаючи на те, що сьогодні термін «стратегічні комунікації» чітко визначений в американських офіційних документах, далеко не завжди термінологічну частину проблеми знято з порядку денного. Як слушно звертає увагу американський науковець К. Пол (*Christopher Paul*)[1], «багато хто і досі радий визначати стратегічні комунікації за тим самим принципом, як вони визначають порнографію: «зрозумієте, коли побачите її» [23, 2]. Такий підхід хоч і має право на існування, але, вочевидь, не в науковій сфері і, тим більше – не як основа державної політики.

З точки зору системної уваги уряду США (і передусім – Збройних сил США) до проблеми стратегічних комунікацій, до певної міри складно визначити точний період, коли така увага перейшла з категорії ситуативної до системної. Хоча окремі дослідники [6] прямо кажуть про 2001 рік як початок дискусії і про 2002–2004 роки як етап виходу проблематики на системний рівень. Водночас, безумовно, в цьому процесі дійсно важливу роль зіграла Оборонна наукова рада Міністерства оборони США[2], а також її оперативні групи.

У жовтні 2001 року з'являється звіт однієї з таких оперативних груп, присвячений питанню «управління інформаційним розповсюдженням» (*Managed Information Dissemination*) [25]. Його мета – привернути увагу військового керівництва до питань цілісного розповсюдження інформації, що за умов правильного використання може «створити дипломатичні можливості, зменшити напругу, яка може вести до війни, допомогти стримувати (*contain*) конфлікти та зменшувати нетрадиційні загрози американським інтересам» [25, 3]. Тоді автори дослідження зробили жорсткі та невтішні висновки щодо спроможності США займатися таким «інформаційним розповсюдженням»: «Сьогоднішні установи американського уряду, які мають займатись інформаційним розповсюдженням, недоукомплектовані та недофінансовані. Вони страждають від поганої координації та не інтегровані в процеси планування у сфері національної безпеки та реалізацію цих планів» [25].

У контексті нашої роботи важливо те, що автори звіту декілька разів вживають поняття «стратегічні комунікації» (подекуди замінюючи його «стратегічним інформаційним розповсюдженням»), наголошуючи, що саме стратегічне інформаційне розповсюдження може формувати

[1] Співробітник RAND Corp.

[2] Оборонна наукова рада *(Defense Science Board)* була заснована у 1956 році у відповідь на рекомендації Комісії Гувера: «Помічник Міністра оборони (дослідження та розвиток) має призначити постійний комітет, що звітує безпосередньо йому, з числа видатних фундаментальних та прикладних вчених. Цей комітет буде періодично обговорювати потреби та можливості наявних наукових знань для [створення] радикально нових систем озброєнь».

«порядок денний та створювати контекст, що сприятиме досягненню політичних, економічних та військових цілей». При цьому це стратегічне інформаційне розповсюдження повинно бути чітко орієнтоване на цільові аудиторії, а меседжі та продукти – максимально на них орієнтовані. В тому числі – враховуючи і культурні особливості цільових аудиторій.

Можливо, в результаті появи саме цього звіту адміністрацією Дж. Буша-мол. були зроблені певні кроки для вирішення проблеми. Зокрема, в 2002 році тодішній радник Дж. Буша-мол. з національної безпеки К. Райз утворила в межах Ради національної безпеки США Координаційний комітет з політики стратегічних комунікацій для «координації міжвідомчої активності та для того, щоб усі агентства працювали разом та з Білим домом для розвитку та поширення президентських меседжів по всьому світу» [26, 33]. До здобутків цього комітету можна віднести підготовку в 2007 році «Національної стратегії США щодо стратегічних комунікацій та публічної дипломатії» [32] (яка, щоправда, так і не була повноцінно затверджена).

Уже в 2004 році Оборонна наукова рада Міністерства оборони США підготувала новий звіт, де чітко артикулюється термін «стратегічні комунікації», – «Заключний звіт Оперативної групи Оборонної наукової ради зі стратегічних комунікацій» [26]. У ньому стратегічні комунікації – це «багатоманіття інструментів, що використовуються державою для генерування розуміння глобальних відносин та культур, залучення в діалог ідей між людьми та інституціями, консультування осіб, які приймають рішення, дипломатів та військових лідерів щодо того, які наслідки для суспільної думки матимуть політичні рішення та впливу на відношення та поведінку за допомогою комунікативних стратегій» [26, 19].

Ключова думка звіту – «стратегічні комунікації є життєво важливими для національної безпеки США та її зовнішньої політики» [26, 5]. Там же було сформульовано і ті елементи, які становлять ядро системи стратегічних комунікацій, – публічна дипломатія, публічні відносини (*public affairs*), послуги міжнародного мовлення (цікаво, що в іншій частині цього ж звіту «послуги міжнародного мовлення» фактично замінені на інший елемент – «відкриті військові інформаційні операції») та інформаційні (в т. ч. психологічні) операції, які добре скоординовані між собою. Автори звіту наполегливо рекомендують державі шукати механізми максимально тісної співпраці і з недержавним сектором, оскільки виключно своїми силами держава не зможе вирішити ті комплекси проблем, які стоять перед нею в межах стратегічних комунікацій. Також у звіті наголошується на необхідності максимально підняти (передусім – організаційно) рівень питань стратегічних комунікацій у загальній системі прийняття рішень щодо національної безпеки. Зокрема пропонувалося [26, 14] утворити в Раді національної безпеки США:

- посаду заступника радника з національної безпеки зі стратегічних комунікацій;
- окремий комітет зі стратегічних комунікацій у структурі Ради національної безпеки. Його за посадою мав очолити заступник радника з національної безпеки зі стратегічних комунікацій, а до його складу мали увійти на рівні заступників керівників (або вище) представники Держдепартаменту, Міністерства оборони, Департаменту внутрішньої безпеки, Генеральний прокурор, керівник Офісу (*Chief of Staff*) президента США, керівник Офісу управління та бюджету, директор з комунікацій Білого дому, директор Центрального розвідувального управління, голова Об'єднаного комітету начальників штабів, керівник Агентства з міжнародного розвитку (*USAID*) та голова Ради управляючих з питань мовлення (*Broadcasting Board of Governors*);
- незалежний, неприбутковий, позапартійний Центр стратегічних комунікацій. Його мета – підтримка Ради національної безпеки в питаннях стратегічних комунікацій, а статус мав бути гібридним – федеральне фінансування дослідницьких програм. При цьому передбачалася і його функція як центру розвитку (на кшталт *RAND* чи Національного фонду для демократії).

Частково ці рекомендації було враховано. Принаймні, з 2005 року в Раді національної безпеки з'являється посада керівника (в інших джерелах [15] – «старшого керівника») зі стратегічних комунікацій та інформації, яку обіймав Дж. Джонс (*Jeffrey B. Jones*).

Останній звіт Оперативної групи Оборонної наукової ради зі стратегічних комунікацій датований 2008 роком [27]. У ньому загалом констатується, що за чотири роки, що минули з моменту попереднього звіту, ситуація зі стратегічними комунікаціями в державних структурах значно покращилась, водночас звертається увага на важливу проблему (яка актуальна і для українських реалій): «Позитивні зміни в організаціях реальні, але їх глибина істотно залежить від навичок та уяви керівників, які їх очолюють. Ці зміни мають бути оцінені, а ті, які дійсно

працюють, – інституціалізовані. Спротив з боку традиційної організаційної культури триває. Ресурси для стратегічних комунікацій хоч і зросли, проте вони недостатні для національних потреб» [27, 12].

Сьогодні у США визначення «стратегічні комунікації» закріплено в «Словнику військових та пов'язаних термінів» Міністерства оборони США: ***«сфокусовані Урядом США зусилля на розуміння та залучення (engage) ключових аудиторій до створення, посилення чи збереження сприятливих умов для просування інтересів, політики та цілей Уряду США через використання скоординованих програм, планів, тем, меседжів (повідомлень) та продуктів, синхронізованих з діями всіх інструментів національної могутності»*** [7]. Водночас К. Пол пропонує послуговуватись іншим поняттям: «координовані дії, меседжі, зображення та інші форми сигналів або участі, що призначені інформувати, впливати чи переконувати цільові аудиторії (*selected audiences*) у підтримці національних цілей» [23, 3]. Дж. Фарвел (*James Farwell*), автор книги «Переконання та сила: мистецтво стратегічних комунікацій», пропонує під стратегічними комунікаціями розуміти «використання слів, дій, зображень чи символів для впливу на поведінку та думки цільової аудиторії для формування їх поведінки з метою просування інтересів чи політики або для досягнення поставлених цілей» (цитується за [4]).

І це не єдині визначення стратегічних комунікацій, що циркулюють в офіційних та наукових джерелах США. У межах дослідження [23] було зібрано (і це станом на 2011 рік, вочевидь, сьогодні їх ще більше) шість різних визначень стратегічних комунікацій у офіційних документах та 14 – у науковій літературі.

Водночас певна єдність серед дослідників спостерігається навколо того, що все ж є «незаперечним ядром» стратегічних комунікацій. Хоча в різних джерелах (наприклад, [23], [22] або [21]) ці тези викладають у різному порядку та з різними коментарями/уточненнями, однак загалом вони зводяться до такого.

1. Інформування, вплив та переконування (всередині держави, іноземних аудиторій, незгодних) є важливими для просування інтересів і цілей політики. Як з цього приводу зазначив американський генерал П. Чіареллі (*Peter Chiarelli*), «в той час, як ми маємо бути готовими перемогти ворога силою традиційної зброї, ми також маємо отримати можливість запропонувати населенню країн, які зачеплені війною, надію на те, що через нашу присутність і їхнє життя, і життя їхніх дітей стане ліпшим» [24, 6].

2. Ефективне інформування, вплив та переконування потребує чітких цілей, що, в свою чергу, потребує формування чітких цілей самої політики, на підтримку якої реалізуються заходи в межах стратегічних комунікацій. Цілі мають бути дійсно чіткими та зрозумілими, адже саме це впливає на те, якої поведінки, дій чи поглядів ми збираємося досягти від цільових аудиторій в інтересах національної політики.

3. Координація та деконфліктизація (*deconfliction*) є обов'язковими для уникнення ситуацій, коли інформаційна діяльність одних структур призводить до ускладнення (чи неможливості) інформаційної діяльності інших структур. Для останнього в американських військових документах (наприклад [14]) уведено навіть окреме поняття – «інформаційне братовбивство» (*information fratricide*[3]), під яким розуміють «результати застосування елементів інформаційних операцій таким чином, що це викликає ефекти в інформаційному середовищі, які заважають проведенню дружніх операцій чи негативно впливають на дружні сили». За великим рахунком, мова йде про дві взаємопоєднані проблеми: відсутність координації на рівні структур та відсутність координації на рівні меседжів (власне контенту), що може призводити до вкрай негативних наслідків.

4. «Комунікування діями» та зменшення розриву у конструкції *say-do*. Дії кажуть значно вагоміше, ніж слова – це загальна базова позиція для дійсно ефективних стратегічних комунікацій. Причому під діями мають на увазі досить широке коло заходів: поведінку, вчинки, політику.

«Стратегічні комунікації» та «пропаганда»: проблемні аспекти сепарації

Складним та все ще конфліктним питанням залишається співвідношення понять «стратегічні комунікації» та «пропаганда». Часто є намаган-

[3] В українській традиції частіше за все це слово перекладають як «дружній вогонь», хоча в англійській воно має чітке відношення саме до вбивства своїх братів/сестер. Частіше за все ці поняття все ж взаємозамінні.

ня прямо пов'язати їх як синонімічні поняття, що, вочевидь, неправильно. Проте слід визнати: хоч якими переконливими були ті дослідники, які кажуть про неможливість самого дискутування про схожість/спільність пропаганди та стратегічних комунікацій, малоймовірно, що ця полеміка припиниться. Якщо узагальнити нинішні суперечки навколо цих двох понять, то можна виділити декілька потенційних рівнів, де ця дискусія про співвідношення пропаганди та стратегічних комунікацій існуватиме майже завжди.

Перший рівень пов'язаний з тим, що досить складно визначити, якою мірою пропаганда може застосовуватися державними структурами (передусім – військовими) в межах інформаційних та психологічних операцій. Якщо ми скористаємось американською військовою термінологією, то «пропаганду» можна розуміти як «будь-які форми ворожого комунікування (*adversary communication*), особливо тенденційного чи обманного характеру, спрямованого на здійснення впливу на думки, емоції, відношення чи поведінку якої-небудь групи для отримання вигоди (прямої чи опосередкованої) для спонсора» [17, 120].

Якщо передбачити, що підрозділи Збройних Сил, які відповідають за проведення інформаційних та психологічних операцій, в інтересах загального результату діяльності військових підрозділів мають право здійснювати заходи, змальовані в наведеному визначенні, то, дійсно, пропаганда може бути частиною загальної системи стратегічних комунікацій (хоч і у вкрай обмеженому колі завдань). Але тут вона потенційно вступає у конфлікт із наведеним вище «незаперечним ядром» стратегічних комунікацій. Швидше за все, ця проблема так і не матиме однозначного наукового вирішення, і навіть формальні заяви про те, що система стратегічних комунікацій ні за яких умов не використовує пропагандистських підходів, будуть лише обмежено достовірні, коли це не стосується певних особливих завдань та заходів, які здійснює Міністерство оборони.

Другий рівень дискусій навколо взаємопов'язаності понять «стратегічні комунікації» та «пропаганда» – це спільність результатів обох процесів (на що звернуто увагу й в цікавому дослідженні [2], присвяченому пропагандистській діяльності «Аль-Каїди»). Як видно з наведеного вище визначення пропаганди, її основна мета – здійснити «вплив» (змінити поведінку об'єкта, його емоції тощо). Однак відомі фахівці зі стратегічних комунікацій Л. Роуленд (*Lee Rowland*) та С. Татум (*Steve Tatham*) у своїй праці 2010 року «Стратегічні комунікації та операції впливу: чи дійсно ми розуміємо це?» зазначають, що зрештою «вплив» і є «бажаним та кінцевим результатом стратегічних комунікацій» [19, 6]. Тобто, і пропаганда, і стратегічні комунікації ставлять перед собою майже ідентичну мету – здійснити вплив на аудиторію. Більше того, формально для цього можуть застосовуватись ідентичні інструменти: механізми публічної дипломатії, інформаційні операції тощо.

У такому сенсі дійсно єдина принципова **відмінність** між стратегічними комунікаціями та пропагандою – **орієнтованість на те, як саме подається інформація для досягнення впливу**: чи є вона «тенденційного/обманного характеру» (як у пропаганді), чи більшою мірою спирається на реальність та «комунікування діями». Проте це все ж досить не однозначний «кордон», що розділяє ці два види діяльності, і, вочевидь, тут потрібні подальші дослідження.

Проблема визначення центрального предмету стратегічних комунікацій: між «гранд» та «малими» наративами

Крім усього зазначеного, є ще одна складність концептуального характеру, без вирішення якої досить непросто зрозуміти сутність стратегічних комунікацій, – їх реальна ціль та основа (крім ситуативної «зміни поведінки»).

Ця проблема постає, коли ми намагаємося визначити центральний предмет стратегічних комунікацій, те, що є їх суттю. Те, що часто називають «стратегічним наративом» (наприклад [5]). Подекуди як синонім використовують просто «наратив», «мастер наратив» або «гранд наратив»[4]. Дехто з дослідників визначає його як

[4] Аналіз джерел, присвячених проблематиці стратегічних комунікацій та наративів як їх складових, виявив цікаву особливість: американські військові фахівці зазвичай користуються просто терміном «наратив», тоді як британські військові фахівці – «стратегічний наратив».

«переконливу сюжетну лінію, що може пояснити події аргументовано і з якої можна дійти висновків щодо причин перебування держави у конфлікті, значення цього становища та щодо перспектив держави в разі успішного виходу з нього» [33]. Схожий погляд на концепцію стратегічного наративу в контексті стратегічних комунікацій подано в дослідженні Г. Дімітріу: «Серцем стратегічних комунікацій є стратегічний наратив, приваблива історія, що може пояснити події переконливо і з якої можна зробити висновки» [9, 195].

До наративу як важливого концепту стратегічних комунікацій звертаються й офіційні документи. Наприклад, *National Defense Authorization Act of 2012* вказує, що «Комітет [збройних сил при Палаті представників США] продовжує підтримувати інформаційні операції та стратегічні комунікації як важливий інструмент для протидії ворожим наративам (*enemy narratives*), а також взаємодії із глобальним співтовариством» [28, 177][5].

При цьому цей «стратегічний наратив», вочевидь, є все ж похідним від «гранд наративів», описаних відомим філософом-постмодерністом Ж.-Ф. Ліотаром.

Однак тут ми потрапляємо у певну логічну пастку, адже за тим же Ж.-Ф. Ліотаром «гранд наративи» (які розуміють як оповіді, що лежать в основі конкретних варіантів вибору, що їм культура приписує властивість бути можливими напрямами діяльності, а також надає цим варіантам легітимності, пояснюючи їх) є продуктом глибоко модерного суспільства і безпосередньо пов'язані із тією чи іншою ідеологією. Фактично ж із відходом великих ідеологій зникають і «гранд наративи». В такому випадку складно говорити, що суттю глибоко сучасної концепції, якою є стратегічні комунікації, може бути концепт з індустріального минулого [35].

Той же Ліотар зауважує, що сьогоднішня реальність – це «плюралізм наративів» – незліченна кількість «малих наративів», які повсякчас виникають та зникають. Причому ці «малі наративи» дійсно більшою мірою відповідають сьогоднішньому інформаційно фрагментованому суспільству. Сам автор вважав, що «у тій сфері, де політичне втручання великого масштабу видається майже неможливим, лише локальне втручання пропонує справді ефективний спосіб розв'язання проблем» (цит. за [35, 253]). Цікаво, що саму концепцію «малих наративів» Ж.-Ф. Ліотар спершу запроваджував для ілюстрації того, як окремі наукові теорії (особливо у фізиці) дискредитують загальну парадигму (той самий «гранд наратив»), фактично, ставлячи під сумнів як чинну парадигму зокрема, так і парадигмальне бачення загалом.

І в сенсі застосування стратегічних комунікацій як інструменту протидії саме російській інформаційній пропаганді концепти «малих наративів» можуть бути не менш цікавими ніж «гранд наративи». Адже вони дозволяють «атакувати» ті «гранд наративи», якими сьогодні послуговується російська пропагандистська машина проти України. Причому в ЄС Росія діє саме через «малі наративи».

У цьому контексті маємо зауважити, що проблемою пошуку ефективних рішень протидії російській пропаганді для багатьох дослідників стає відверта недооцінка її сутності. До певної міри узагальнюючи традиційний погляд великого числа українських фахівців на російську пропаганду, це – дискутування навколо того, наскільки вона «геббельсівська» (тобто відверто брехлива та до певної міри одноманітна). Насправді ключова відмінність нацистської та сьогоднішньої російської пропаганди полягає у простій, але важливій відмінності: німці намагалися переконати аудиторії у своїй «правді» про певні події. І це робилося з огляду на певну домінуючу ідеологію. Так само діяв і Радянський Союз. Москва ж цього сьогодні насправді не робить (або робить побіжно – це не є основною метою). Бо ідеології як такої у неї нема.

Її завдання – переконати всіх, що правди просто не існує: «У сьогоднішній Росії, за контрастом, сама ідея правди не релевантна. В російському «новинному» мовленні кордони факту та вигадки остаточно розмилися... Фішка цієї

[5] Цікавими та багато в чому показовим є й інші згадки про проблему наративу в американських військових документах. Передусім найбільш активно він використовується у так званому «Польовому керівництву із заколотів та протидії заколотам» (*FM 3-24 «Insurgencies and countering insurgencies»)* [29]. Там же можна зустріти і фактичне визначення наративу: «Наратив – це короткий опис історії командира, яка використовується для візуалізації ефекту, якого командир хоче досягти у інформаційному просторі для підтримки та формування оперативного простору». Тобто для американських військових це суто практичний механізм, а не загальнотеоретична конструкція, яку, вочевидь, мають на увазі, коли йдеться про стратегічний наратив.

нової пропаганди – не переконати когось, але утримати глядача у підвішеному стані, – тим самим швидше підриваючи західний наратив, ніж пропонуючи власний контрнаратив... наполягаючи на брехні, Кремль загрожує світові, показуючи, що він контролює саме визначення «реальності». Ось чому Москві так важливо покінчити з правдою. Якщо правди не існує, то можливо все», – зазначає з цього приводу журналіст і дослідник російської пропаганди П. Померанцев [37].

Тобто концептуально російська пропаганда – це і є постмодернізм у чистому вигляді. Вона формує ту саму множину «малих наративів», яка базується на оповіданнях про реальність. Часто – про реальність, якої не існує. Тим самим формуючи класичний симулякр дійсності, який з точки зору медіасприйняття має таку ж силу, як і сама реальність. Це весь час робить «зсуви» у сприйнятті реальності, розмиваючи поняття про «істинність» та «вигадки». Класичними прикладами таких симулякрів є «розіп'ятий хлопчик» зі Слов'янська, «дівчина Ліза з Німеччини» тощо[6].

Фактично російська інформаційна політика змогла перевести абстрактні філософські концепції та конструкти у технологічне русло і використати їх як зброю у власних політичних цілях.

Усе ж було б завчасно стверджувати, що реальною метою реалізації заходів у межах системи стратегічних комунікацій є не стратегічні наративи (як різновид «гранд наративів»), а виключно «малі наративи» (часто – ситуативні, мобільні та вузькоспрямовані). Насправді маємо говорити про певну єдність обох підходів.

«Гранд наратив» є незамінним при формуванні дійсно масштабної національної історії (яку до певної міри можна називати і національною ідеєю, і національною ідеологією, однак насправді вона не є ні тим, ні іншим). Фактично «гранд наратив», що утверджується методами стратегічних комунікацій, – це позитивістська складова системи стратегічних комунікацій, спрямована на формування національної єдності, визначення зрозумілих національних цілей, згуртування населення, надання йому зрозумілих трактувань подій (пояснення реальності). Із певним спрощенням можна зауважити, що «гранд наратив» у межах стратегічних комунікацій – це метаісторія, спрямована передусім (але не виключно) на внутрішню аудиторію.

На противагу цьому «малі наративи» є тими інструментами, які мають деконструювати саме «гранд наративи». Вочевидь ті, які ми вважаємо ворожими, або існування яких створює небезпеку Українській державі. До таких цілком можна віднести «гранд наративи» «русского мира» чи «Великої перемоги» (в її розумінні Росією), які керівництво РФ використовує для консолідації російського суспільства і здійснення атак на Україну (чи інші держави Східної Європи). Ці концепції мають дедалі яскравіше виражений не лише антиукраїнський чи антизахідний характер, а й навіть антилюдяний. І саме тут стратегічні комунікації мають зосереджуватися на реалізації «малих наративів», що деконструюють ці ворожі концепти передусім на території України, але, за можливості, й на території самої РФ.

Закінчуючи огляд проблеми розуміння наративу як основи стратегічних комунікацій, ми не можемо не згадати про ще один аспект, який відсилає нас до попередньої проблеми цієї статті – співвідношення пропаганди та стратегічних комунікацій. Майже загальновизнаним є те, що будь-яка потужна пропагандистська діяльність неможлива без серйозної ідеологічної основи (власне поширенням певної ідеології пропаганда частіше за все і займається). При цьому так само складно ігнорувати той факт, що концептуально «ідеологія» максимально схожа за своєю суттю на наратив – тобто йдеться про великі оповідання, що пояснюють людям картину світу. Відповідно, виникає і запитання, що може викликати досить серйозну дискусію: якщо в основі і пропаганди, і стратегічних комунікацій лежать наративи, то чи дійсно вони відрізняються між собою, чи це лише різні назви одного і того ж явища?

[6] Цікаво, що в РФ студії, присвячені дослідженню наративів, є затребуваними. Тим більше що вони ґрунтуються на великій методологічній базі, створеній ще радянськими (передусім В. Проппом та Ю. Лотманом) і французькими (Паризька семіотична школа) дослідниками. Показово, що один з авторів роботи «Моделі аналізу наративу» [31] Н. Євстігнєєва була співробітницею аналітичного відділу російського «Першого каналу». А сама згадана робота [31] присвячена можливості виявлення в новинних сюжетах «идеологической «подкладки» или ее смены в как будто бы нейтральном повествовании». Про «наративність» російської зовнішньої політики кажуть і самі російські дослідники – навіть на шпальтах західних наукових видань (наприклад [33]).

Вочевидь така дискусія буде тривалою, проте, на нашу думку, все ж слід постійно мати на увазі, що хоча обидва процеси мають спільну основу та спільні цілі, ключовою відмінністю є використання принципово різних інструментів їх досягнення.

Проблеми наукових основ дослідження стратегічних комунікацій: у пошуках «методологічної істини»

Проблемним залишається ще одне критично важливе питання – науковий супровід процесу розбудови стратегічних комунікацій. Причому як системи загалом, так і її окремих елементів зокрема. Вочевидь ефективне наукове розроблення тематики неможливе в межах пошуку виключно якихось «національних рішень» (що взагалі часто притаманне українським науковим дослідженням), однак можливе в ефективній співпраці з іноземними дослідниками на базі єдиної методологічної основи. Принаймні так це відбувається у більшості наукових дисциплін. Але явно не у сфері стратегічних комунікацій.

У цьому питанні можна виділити декілька ключових підпроблем, з якими стикнуться (та вже стикнулися) українські дослідники у сфері стратегічних комунікацій.

Передусім – надзвичайне «розмивання» поняття стратегічні комунікації частиною європейських академічних дослідників[7]. На противагу американським фахівцям[8], які досить чітко артикулюють місце стратегічних комунікацій у загальній системі національної безпеки та тісно пов'язують його із сектором безпеки та оборони держави, європейські фахівці часто намагаються розповсюдити цей термін на сфери, які, вочевидь, не мають нічого спільного зі стратегічними комунікаціями.

Проведений автором статті моніторинг європейських наукових журналів та дисертаційних досліджень за ключовим словом «стратегічні комунікації» майже не виявив релевантних посилань чи робіт. А навіть там, де таке словосполучення зустрічається, у переважній кількості випадків воно стосується питань, які до класичних стратегічних комунікацій не мають жодного відношення (відсилаючи читача переважно до комунікативних стратегій бізнесу, великих корпорацій, медичного сектору, агробізнесу та неурядових структур і називаючи будь-яке комунікування із зовнішнім світом «стратегічними комунікаціями»).

У питанні про особливості підходів європейських дослідників до поняття «стратегічні комунікації», не можна оминути неоднозначну роль європейського наукового профільного журналу *International Journal of Strategic Communication* (який можна вважати одним із найбільш цитованих профільних журналів із цієї тематики). Дійсно, більшість матеріалів, які там друкуються, не звертаються до проблеми стратегічних комунікацій у контексті бізнес-процесів або схожих сторонніх тем. Щоправда, тут ми стикаємось з іншою проблемою – там стратегічні комунікації розглядають як діяльність, що притаманна передусім громадським організаціям, великим міждержавним структурам тощо.

Таке розширення поля трактування обумовлене не в останню чергу тим, що одна з найбільш часто цитованих європейськими науковцями робота [8] Д. Хольтцхаузен (*Derina Holtzhausen*)[9] пропонує оперувати таким поняттям «стратегічні комунікації» (яке, щоправда, запропоноване іншою групою дослідників [18, 27]): «Стратегічні комунікації – це цілеспрямоване використання комунікацій організацією для виконання її місії»[10]. З огляду на високий рівень популярності дослідження [18], не дивно, що саме воно стало одним із парадигмальних бачень стратегічних комунікацій передусім серед європейських дослідників. А за такого широкого визначення до сфери стратегічних комунікацій включають взагалі будь-які комунікативні дії, в т. ч. – у бізнес-середовищі [12] або навіть серед терористів (швидше «тероризм як стратегічна комунікація» [16]).

---

[7] Однак переважна більшість британських фахівців дотримується американського підходу до стратегічних комунікацій.

[8] Щоправда, маємо чесно визнати, що «ключове коло» публічних досліджень з цього питання в США досить вузьке, а більшість праць, які й донині активно цитуються різноманітними дослідниками, належать до періоду 2009–2011 рр.

[9] Тривалий час була одним із редакторів журналу *International Journal of Strategic Communication*.

[10] Слід зазначити, що сьогодні це визначення піддається ґрунтовній критиці (наприклад [38]).

В українських реаліях ці «нестандартні» підходи до дослідження сфери стратегічних комунікацій додатково ускладнюються ще однією критичною обставиною, яка часто залишається «за дужками», проте врахування якої є критично важливим для подальших вітчизняних досліджень загалом: значна кількість тих, хто сьогодні в нашій країні намагається безпосередньо долучитися до розбудови системи стратегічних комунікацій, вийшли з бізнес-середовища. У цьому сенсі цікавим з точки зору популяризації проблематики (що, безумовно, є важливим, проте методологічно (а отже, і на практиці) цілком неправильним) вбачається те розуміння стратегічних комунікацій, яке в нього закладають, наприклад, автори роботи [38].

Звичайно, сама концепція науки та наукового знання передбачає змагальність ідей і постійного випробовування парадигм «на цілісність». Але тут хотілося б навести думку одного з дослідників стратегічних комунікацій Х. Нотсхафта (*Howard Nothhaft*), висловлену ним щодо панівних сьогодні в Європі концептуальних підходів (хоча більшою мірою йшлося про проблеми згаданого вище журналу *International Journal of Strategic Communication*) до дослідження стратегічних комунікацій (вочевидь, ця думка більш ніж відповідає й українським реаліям): «Можна вітати мирне співіснування суперечливих постулатів як знак толерантності, однак виведення з обігу неправильних чи надто складних теорій є джерелом прогресу» [13, 73].

Проблема двозначного тлумачення стратегічних комунікацій з позицій «широких» підходів характерна і для інших країн (у цьому сенсі показово, як поняття «стратегічні комунікації» використовується в роботі [20]), на що звертають увагу й інші дослідники (наприклад К. Гуерерро-Кастро): «В еру пост-9/11, стратегічні комунікації стали терміном, що використовується у сотнях дисциплін, псевдодисциплін та професій. Він використовується як повторюваний та корисний концепт, який свідчить про те, що проект включає в себе «розумне мислення», планування та координацію й інтенсивно використовується у маркетингу, бізнесі, *PR* та багатьох інших сферах. Але чи так само розуміють цей сенс стратегічних комунікацій у цих різних сферах? Як ці сфери взагалі можуть розвивати стратегічні комунікації? Чи має взагалі сенс цей концепт у всіх цих сферах?» [6, 4].

Насправді те, що можна умовно назвати «державними стратегічними комунікаціями» (використовуючи не як поняття чи самостійний термін, а виключно як словосполучення, що тимчасово відділяє «класичні» стратегічні комунікації від всіх інших «підходів») є значно більш складним та поліаспектним явищем, ніж все те, з чим може стикатися бізнес-сектор (або будь-які інші недержавні та неурядові організації). Для бізнес-середовища основні зусилля сконцентровані на питанні вироблення єдиної центральної лінії комунікативної компанії (яку за масштабами можна порівняти з наративом лише для дійсно транснаціональних компаній), тоді як несуперечливість меседжів чи проблема координації роботи різних підрозділів бізнес-структури є разовою проблемою, що може бути подолана «вольовим рішенням» керівника.

На противагу цьому державний апарат як об'єкт скоординованого управління є значно складнішим. Наявність структур різної підпорядкованості, складні внутрішні моделі прийняття рішень, часто – відсутність достатньої кількості професіоналів з комунікацій у державних структурах, практично неможливість віддавати обов'язкові до виконання накази для всіх структур з єдиного центру, сама політична та управлінська культура, притаманна бюрократичному апарату, – все це ті перепони, які постійно супроводжують (і вочевидь – супроводжуватимуть) державні стратегічні комунікації (в т. ч. в Україні).

Чітка артикульованість, а відтак і зрозумілість (швидше оманлива) ключових складових стратегічних комунікацій призводить до того, що значна кількість людей вважає себе експертами з цього питання, не бачачи у формуванні дієвих стратегічних комунікацій чогось принципово складного. Окремі «експерти» взагалі пропонують підійти до стратегічних комунікацій як до звичайного бізнес-процесу. Ці складності адекватного розуміння проблеми характерні не лише для України, а й для таких держав, як США. Найбільш точно і сутнісно про це сказала професор Р. Брукс (*Rosa Brooks*), яка дала з цього приводу важливий коментар під час профільних слухань з питань стратегічних комунікацій у Комітеті збройних сил при Палаті представників США: «Одне із вражень [про стратегічні комунікації в державному секторі], що це просто. Це схоже на продаж содової. Ви хочете мати можливість легко показувати успіх чи невдачу. Ви бажаєте легко кількісно оцінити результат.

Проте в контексті національної безпеки та цілей зовнішньої політики – це не содова. Це значно складніше. Людські відносини (*people's bundles,* дослівно – вузол, в'язка) та культурні контексти (*cultural assumptions*) дуже-дуже різні. Часові межі для досягнення успіху значно, значно більші. Ви не кажете про збільшення продажів протягом року чи двох. Це надзвичайно складно виміряти. Те, що ви робите, – це швидше мистецтво, ніж наука» [1].

Вочевидь, якщо ми дійсно хочемо більш чітко та таргетизовано оперувати поняттям «стратегічні комунікації», то слід чесно визнати: у їх класичному розумінні стратегічні комунікації є терміном, який може застосовуватися виключно до діяльності, якою займається держава, але не бізнес-структури (чи будь-які інші сторонні організації).

Також маємо визнати, що для українських реалій наукового супроводу розбудови стратегічних комунікацій ситуація складається неоднозначно. З одного боку, безпекові виклики змушують українських дослідників активно включатись у нову сферу досліджень та шукати рішення в інтересах національної безпеки. З іншого боку, в цьому питанні вони будуть практично позбавлені істотної науково-методичної підтримки іноземних колег.

Тож фактично українські дослідники опиняються у ситуації, коли їм самостійно доведеться шукати відповіді на багато питань застосування (та концептуального обґрунтування) стратегічних комунікацій, особливо в умовах прямого зіткнення зі значно потужнішою державою.

Розбудова системи стратегічних комунікацій в Україні: основні проблемні напрями

Сьогодні ми перебуваємо на важливому етапі – формування моделі побудови системи стратегічних комунікацій, але до самої побудови системи повноцінно ще навіть не приступили.

Великим блоком проблем, пов'язаних із формуванням в Україні дієвої системи стратегічних комунікацій, є чітке розуміння її складових. У чинному нормативно-правовому полі ця проблема частково вирішена через визначення у Воєнній доктрині: «Стратегічні комунікації – це скоординоване і належне використання комунікативних можливостей держави – публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, військових зв'язків із громадськістю, інформаційних та психологічних операцій, заходів, спрямованих на просування цілей держави» [40]. При начебто надзвичайно чіткому та ясному визначенні, що досить точно окреслює коло структур, які мають бути безпосередньо задіяні в системі стратегічних комунікацій, виникають постійні спроби розширити коло учасників цієї системи (наприклад, за рахунок включення в неї всіх урядових структур). На нашу думку, це зробить систему недієвою і занадто «важкою» для прийняття необхідних рішень.

На разі центральна (чи, швидше, – першочергова) проблема для цих державних стратегічних комунікацій – навіть не вироблення того самого наративу (гранд- чи малого), а проблема ефективної координації суб'єктів стратегічних комунікацій у різнорівневих системах із власною ієрархією, системою прийняття рішень, традиціями та навіть цілями. І основне завдання держави (принаймні – на нинішньому етапі) – забезпечити єдність дій цих структур у межах єдиного вектора діяльності. Ця координація має включати як загальну практичну координацію дій, так і створення тієї самої системи єдиних меседжів, що не суперечать один одному.

Наше ключове завдання – це навіть не почати все швидко та інтенсивно «будувати», а провести хоча б реальний аудит наших можливостей і зрозуміти, як ця система має виглядати в конкретних політико-адміністративних умовах. Насправді останнє ігнорувати вкрай складно, адже характер державного управління, політична та управлінська культура, сама політична модель держави досить істотно впливають на забезпечення системної взаємодії органів влади, щоб замість «перетягування каната» та «бігу наввипередки» вони працювали спільно.

Тут слід чітко зрозуміти, що на інструментальному рівні ефективна система стратегічних комунікацій – це передусім однозначна формалізована модель взаємодії відомств, їх оперативна співкоординація для утвердження певного наративу. Останній формується не лише виключно силами самої держави, однак у тісному контексті із широким спектром представників суспільства: науковцями, експертами, громадськими

активістами тощо. Тому питання будівництва системи стратегічних комунікацій – це питання саме координації.

Складною та неоднозначною залишається проблема підготовки фахівців як за конкретними елементами стратегічних комунікацій (публічна дипломатія, інформаційно-психологічні операції, військові зв'язки з громадськістю), так і, що не менше важливо, фахівців, які здатні розробляти плани компаній зі стратегічних комунікацій та ефективно їх реалізовувати. Останнє потребує достатньо ґрунтовних знань не лише про специфіку кожного конкретного елемента стратегічних комунікацій, але й про сферу державного управління загалом, механізми координації державних установ та здатність налагоджувати ефективний зв'язок з недержавними суб'єктами.

Таким чином, найближчим часом ключовими проблемами розбудови системи стратегічних комунікацій в Україні будуть проблеми налагодження дієвої та ефективної координації, вироблення узгодженого бачення концепції стратегічних комунікацій, створення повноцінного та довгострокового механізму підготовки фахівців зі стратегічних комунікацій в Україні, а також розвиток ефективного наукового супроводу стратегічних комунікацій через розбудову їх чіткої та дієвої концепції для практичного використання державними органами в інтересах національної безпеки.

Список використаних джерел

1. *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. [Електронний ресурс] // H.A.S.C. – 2011. – 12 July. – No. 112–49. –); Режим доступу : http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/CHRG-112hhrg67796/pdf/CHRG-112hhrg67796.pdf
2. *Al-Qaeda's* "Single Narrative" and Attempts to Develop Counter-Narratives: The State of Knowledge [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.icct.nl/download/file/Schmid-Al-Qaeda's-Single-Narrative-and-Attempts-to-Develop-Counter-Narratives-January-2014.pdf
3. *Tsvetov Anton*. After Crimea: Southeast Asia in Russia's Foreign Policy Narrative // Contemporary Southeast Asia. – 2016. – Vol. 38, No. 1. – P. 55–80.
4. *Hamilton Bean*. 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.
5. *Neate Col Mark C*. The Battle of the Narrative [Електронний ресурс]. – Режим доступу : : http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/sam/battle_of_narrative_neate.pdf
6. *Guerrero-Castro Cristian E*. Strategic Communication for Security & National Defense: Proposal for an Interdisciplinary Approach [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://connections-qj.org/article/strategic-communication-security-national-defense-proposal-interdisciplinary-approach
7. *Department* of Defense Dictionary of Military and Associated Terms [Електронний ресурс]. P. 226. – Режим доступу : http://www.dtic.mil/doctrine/new_pubs/jp1_02.pdf
8. *Holtzhausen Derina,* Zerfass Ansgar. The Routledge Handbook of Strategic Communication [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://books.google.com.ua/books?id=C42LBQAAQBAJ&pg=PA483&lpg=PA483&dq=%22Terrorism+as+strategic+communication%22&source=bl&ots=X9Oq_hqIsF&sig=DZByYXoTZ_xtu9fdJ9DFLGmdlDk&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjrz_fuxL7MAhXC8ywKHbGWDtcQ6AEIITAB#v=onepage&q=%22Terrorism%20as%20strategic%20communication%22&f=false
9. *Dimitriu G.R*. Winning the story war: Strategic communication and the conflict in Afghanistan // Public Relations Review. – 2012. – № 38. – P. 195–207.
10. *FM 3-24* "COUNTERINSURGENCY" FINAL DRAFT [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://fas.org/irp/doddir/army/fm3-24fd.pdf
11. *FM 3-24* «Insurgencies and countering insurgencies [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://fas.org/irp/doddir/army/fm3-24.pdf
12. *Steyn Gerhard Bütschi Benita*. Theory on strategic communication management is the key to unlocking the boardroom. // Journal of Communication Management. – 2006. – Vol. 10, Is. 1. – P. 106–109.
13. *Nothhaft Howard*. A Framework for Strategic Communication Research: A Call for Synthesis and Consilience // International Journal of Strategic Communication. – 2016. – Vol. 10, Is. 2. – P. 69–86.
14. *Information* Operations: Doctrine, Tactics, Techniques, and Procedures. Field Manual [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://fas.org/irp/doddir/army/fm3-13-2003.pdf
15. *Jones Jeffrey B*. Strategic Communication and Combatant Commander [Електронний ресурс] / [Jeffrey B. Jones, Daniel T. Kuehl, Daniel Burgess and Russell Rochte]. – Режим доступу : https://www.google.com.ua/url?sa=t&r

ct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi23YO14afMAhXTbZoKHc67ACUQFggaMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.au.af.mil%2Fau%2Fawc%2Fawcgate%2Fjfq%2F1839.pdf&usg=AFQjCNE5CaJK0mLyISTM7lALW431JW7Xog&sig2=KMOgX79Rz8m0-HY4TySM0w

16. *Falkheimer Jesper.* Crisis communication and terrorism: the Norway attacks on 22 July 2011 // Corporate Communications: An International Journal. – 2011. –Vol. 19, Is. 1. – P. 52–63.
17. *Joint* Publication 3-13.2 [Електронний ресурс] // Psychological Operations. – 07 January 2010. – Режим доступу : https://fas.org/irp/doddir/dod/jp3-13-2.pdf
18. *Hallahan Kirk,* Holtzhausen Derina, Betteke van Ruler, Verčič Dejan & Sriramesh Krishnamurthy Defining Strategic Communication // International Journal of Strategic Communication. – 2007. – P. 3–35.
19. *Rowland L.,* Tatham S.. Strategic Communication & Influence Operations: Do We Really Get It? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : mercury.ethz.ch/serviceengine/Files/ISN/119385/.../2010_08.pdf
20. *Loginova Uliana.* Four Essays on Strategic Communication [Електронний ресурс] / Columbia University. – 2012. – Режим доступу : https://academiccommons.columbia.edu
21. *Mastering* the Narrative [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://globalcenter.org/wp-content/uploads/2013/03/Feb2013_CT_StratComm.pdf
22. *NATO* Strategic Communication: More to be Done? / Steve Tatham, Rita Le Page; National Defence Academy of Latvia Center for Security and Strategic Research [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.academia.edu/6808986/NATO_Strategic_Communication_More_to_be_done
23. *Paul Christopher.* Strategic Communication: origins, concept, and current debates. – PRAEGER, 2011. – 240 p.
24. *Peter W.* Chiarelli and Stephen M. Smith. Learning from Our Modern Wars: The Imperatives of Preparing for a Dangerous Future // Military Review. – September-October 2007.
25. *Report* of the Defense Science Board Task Force on Managed information dissemination [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.acq.osd.mil/dsb/reports/ADA396312.pdf
26. *Report* of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication 2004 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.acq.osd.mil/dsb/reports/ADA428770.pdf
27. *Report* of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication 2007 [Електронний ресурс]. – РеЂжим доступу : http://www.acq.osd.mil/dsb/reports/ADA476331.pdf
28. *Report* of the House Armed Services Committee on the National Defense Authorization Act for Fiscal Year, 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.congress.gov/112/crpt/hrpt78/CRPT-112hrpt78.pdf
29. *Strategic* communications and national strategy. Chatham House Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.chathamhouse.org/sites/files/chathamhouse/public/Research/International%20Security/r0911stratcomms.pdf
30. *Strategic* communications and the spectrum of conflict [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a488153.pdf
31. *Yarmie Michael S.,* Lieutenant Colonel. The communications bridge: planning and implementing strategic communications for Operation enduring freedom and beyond [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.dtic.mil/cgi-bin/GetTRDoc?Location=U2&doc=GetTRDoc.pdf&AD=ADA415793
32. *U.S.* National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication [Електронний ресурс]. – Режим доаступу : http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/state/natstrat_strat_comm.pdf
33. *Баровська А.* Стратегічні комунікації: досвід НАТО / А. Баровська // Стратегічні пріоритети. – 2015. – №1. – С.147–152.
34. *Весняна* Академія НАТО в Університеті [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://mobility.univ.kiev.ua/?p=434&lang=uk
35. *Енциклопедія* постмодернізму / за ред. Ч.Е.Вінквіста та В.Е.Тейлора. – К. : Вид-во «Основи», 2003. – 503 с.
36. *Евстигнеева Н.В.,* Оберемко О.А. Модели анализа нарратива // Человек. Сообщество. Управление. – 2007. – № 4. – С. 95–107.
37. *Померанцев П.* Кремлёвские зазеркальные войны [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.theguardian.com/global/2015/apr/10/kremlin-hall-of-mirrors-peter-pomerantsev-long-read-russian-translation
38. *Стратегічні* комунікації : [словник] / Т.В. Попова, В.А. Ліпкан ; за заг. ред. В.А. Ліпкана. – К. : ФОП О.С. Ліпкан, 2016. – 400 с.
39. *Турчинов* і Столтенберг підписали дорожню карту Програми партнерства зі стратегічних комунікацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ua.112.ua/polityka/turchynov-i-stoltenberh-pidpysaly-dorozhniu-kartu-prohramy-partnerstva-zi-stratehichnykh-komunikatsii-259965.html
40. *Про рішення* Ради національної безпеки і оборони України від 2 вересня 2015 року «Про нову редакцію Воєнної доктрини України : Указ Президента України №555/2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.president.gov.ua/documents/5552015-19443

References

1. *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. (12 July 2011). H.A.S.C., 112–49,. Retrieved from http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/CHRG-112hhrg67796/pdf/CHRG-112hhrg67796.pdf [in English].
2. *Al-Qaeda's* "Single Narrative" and Attempts to Develop Counter-Narratives: The State of Knowledge. Retrieved from http://www.icct.nl/download/file/Schmid-Al-Qaeda's-Single-Narrative-and-Attempts-to-Develop-Counter-Narratives-January-2014.pdf [in English].
3. *Tsvetov; Anton*. (2016). After Crimea: Southeast Asia in Russia's Foreign Policy Narrative. *Contemporary Southeast Asia*, 38:1, 55–80 [in English].
4. *Hamilton, Bean*. (2013/2014). Review on "Persuasion and Power: The Art of Strategic Communication by James P. Farwell. Washington, DC, Georgetown University Press, 2012. 288 pp. Paper, $29.95.". *Political Science Quarterly*, Winter, 128, 4; ProQuest Central, pg. 780 [in English].
5. *Neate,* Col Mark C. The Battle of the Narrative. Retrieved from http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/sam/battle_of_narrative_neate.pdf [in English].
6. *Guerrero-Castro,* Cristian E. Strategic Communication for Security & National Defense: Proposal for an Interdisciplinary Approach. Retrieved from http://connections-qj.org/article/strategic-communication-security-national-defense-proposal-interdisciplinary-approach [in English].
7. *Department* of Defense Dictionary of Military and Associated Terms. Retrieved from http://www.dtic.mil/doctrine/new_pubs/jp1_02.pdf [in English].
8. *Holtzhausen,* Derina, Zerfass Ansgar. The Routledge Handbook of Strategic Communication. Retrieved from https://books.google.com.ua/books?id=C42LBQAAQBAJ&pg=PA483&lpg=PA483&dq=%22Terrorism+as+strategic+communication%22&source=bl&ots=X9Oq_hqIsF&sig=DZByYXoTZ_xtu9fdJ9DFLGmdlDk&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjrz_fuxL7MAhXC8ywKHbGWDtcQ6AEIITAB#v=onepage&q=%22Terrorism%20as%20strategic%20communication%22&f=false [in English].
9. *Dimitriu,* G.R. (2012). Winning the story war: Strategic communication and the conflict in Afghanistan. *Public Relations Review*, 38, 195–207 [in English].
10. *FM* 3-24 "Counterinsurgency" Final draft. Retrieved from http://fas.org/irp/doddir/army/fm3-24fd.pdf [in English].
11. *FM* 3-24 «Insurgencies and countering insurgencies". Retrieved from https://fas.org/irp/doddir/army/fm3-24.pdf [in English].
12. *Steyn, Gerhard Bütschi Benita* (2006). Theory on strategic communication management is the key to unlocking the boardroom. *Journal of Communication Management*, 10:1, 106 – 109 [in English].
13. *Nothhaft,* Howard (2016). A Framework for Strategic Communication Research: A Call for Synthesis and Consilience. *International Journal of Strategic Communication*, 10:2, 69–86 [in English].
14. *Information* Operations: Doctrine, Tactics, Techniques, and Procedures. Field Manual. Retrieved from http://fas.org/irp/doddir/army/fm3-13-2003.pdf [in English].
15. *Jeffrey* B. Jones, Kuehl ,Daniel T., Burgess, Daniel Rochte Russell. Strategic Communication and Combatant Commander. Retrieved from https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi23YO14afMAhXTbZoKHc67ACUQFggaMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.au.af.mil%2Fau%2Fawc%2Fawcgate%2Fjfq%2F1839.pdf&usg=AFQjCNE5CaJK0mLyISTM7lALW431JW7Xog-&sig2=KMOgX79Rz8m0-HY4TySM0w [in English].
16. *Falkheimer Jesper.* Crisis communication and terrorism: the Norway attacks on 22 July 2011 // Corporate Communications: An International Journal. – 2011. –Vol. 19, Is. 1. – P. 52–63. [in English].
17. *Joint* Publication 3-13.2. Psychological Operations (07 January 2010). Retrieved from https://fas.org/irp/doddir/dod/jp3-13-2.pdf [in English].
18. *Hallahan,* Kirk, Holtzhausen, Derina, Ruler, Betteke van, Verčič, Dejan & Krishnamurthy, Sriramesh. (2007). *Defining Strategic Communication, International Journal of Strategic Communication*, 3–35 [in English].
19. *Rowland, L.,* Tatham, S.. Strategic Communication & Influence Operations: Do We Really Get It? Retrieved from mercury.ethz.ch/serviceengine/Files/ISN/119385/.../2010_08.pdf [in English].
20. *Loginova, Yuliana*. (2012). Four Essays on Strategic Communication. Columbia University. Retrieved from https://academiccommons.columbia.edu [in English].
21. *Mastering* the Narrative. Retrieved from http://globalcenter.org/wp-content/uploads/2013/03/Feb2013_CT_StratComm.pdf [in English].
22. *NATO* Strategic Communication: More to be Done? In Tatham, Steve, Le Page, Rita National Defence Academy of Latvia Center for Security and Strategic Research. Retrieved from http://www.academia.edu/6808986/NATO_Strategic_Communication_More_to_be_done [in English].
23. *Christopher,* Paul. (2011). Strategic Communication: origins, concept, and current debates.PRAEGER [in English].

24. *Chiarelli, Peter W.* and Smith, Stephen M. (2007). Learning from Our Modern Wars: The Imperatives of Preparing for a Dangerous Future. *Military Review*, September-October [in English].
25. *Report* of the Defense Science Board Task Force on Managed information dissemination. Retrieved from http://www.acq.osd.mil/dsb/reports/ADA396312.pdf [in English].
26. *Report* of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication 2004. Retrieved from http://www.acq.osd.mil/dsb/reports/ADA428770.pdf [in English].
27. *Report* of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication 2007. Retrieved from http://www.acq.osd.mil/dsb/reports/ADA476331.pdf [in English].
28. *Report* of the House Armed Services Committee on the National Defense Authorization Act for Fiscal Year, 2012. Retrieved from https://www.congress.gov/112/crpt/hrpt78/CRPT-112hrpt78.pdf [in English].
29. *Strategic* communications and national strategy. Chatham House Report. Retrieved from https://www.chathamhouse.org/sites/files/chathamhouse/public/Research/International%20Security/r0911stratcomms.pdf [in English].
30. *Strategic* communications and the spectrum of conflict. Retrieved from http://www.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a488153.pdf [in English].
31. *Yarmie,* Michael S., Lieutenant Colonel. The communications bridge: planning and implementing strategic communications for Operation enduring freedom and beyond. Retrieved from http://www.dtic.mil/cgi-bin/GetTRDoc?Location=U2&doc=GetTRDoc.pdf&AD=ADA415793 [in English].
32. *U.S. National* Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication. Retrieved from http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/state/natstrat_strat_comm.pdf [in English].
33. *Barovska, A.* (2015). Stratehichni komunikatsii: dosvid NATO. [Strategic communication: NATO's experience] *Stratehichni priorytety – Strategic priorities*,1, 147–152 [in Ukrainian].
34. *Vesnyana* Akademiya NATO v Universyteti [NATO Spring Academy at the University]. Retrieved from http://mobility.univ.kiev.ua/?p=434&lang=uk [in Ukrainian].
35. *Vinkvista Ch.E.* Teylora V.E. (Eds). (2003). Entsyklopediya postmodernizmu [Encyclopedia of postmodernism]. Kyiv: Vyd-vo «Osnovy» [in Ukrainian].
36. *Evstyhneeva, N .V.,* Oberemko O.A. (2007). Modeli analiza narrativa [Models of narrative analysis]. Chelovek. Soobshhestvo. Upravlenie – People. Community. Management.-.- #4.- S.95-107 [in Russian].
37. *Pomerancev, P.* Kremljovskie zazerkalnye vojny [The Kremlin looking-glass war]. Retrieved from http://www.theguardian.com/global/2015/apr/10/kremlin-hall-of-mirrors-peter-pomerantsev-long-read-russian-translation [in Russian].
38. *Popova, T.V.,* Lipkan, V.A. (2016). Stratehichni komunikatsii. Slovnyk [Strategic communications. Dictionary]. – Kyiv: FOP O.S. Lipkan [in Ukrainian].
39. *Turchynov* i Stoltenberh pidpysaly dorozhnyu kartu Prohramy partnerstva zi stratehichnykh komunikatsiy [Turchinov and Stoltenberg signed a road map for partnership Programme in strategic communications] Retrieved from http://ua.112.ua/polityka/turchynov-i-stoltenberh-pidpysaly-dorozhniu-kartu-prohramy-partnerstva-zi-stratehichnykh-komunikatsii-259965.html [in Ukrainian].
40. *Ukaz* Prezydenta Ukrayiny 555/2015 «Pro rishennya Rady natsionalnoyi bezpeky i oborony Ukrayiny vid 2 veresnya 2015 roku «Pro novu redaktsiyu Voyennoyi doktryny Ukrayiny» [The decree of the President of Ukraine #555/2015 «On the decision of the Council of national security and defense of Ukraine of September 2, 2015 «About new edition of the Military doctrine of Ukraine»]. Retrieved from http://www.president.gov.ua/documents/5552015-19443 [in Ukrainian].

УДК 316.774:351.862.4

ЩОДО СТАНОВЛЕННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ВІДНОСИН З НАТО

Петров Валентин Володимирович,
кандидат політичних наук

Ключовою складовою гібридної війни РФ проти України став її інформаційний вимір. Нові виклики національній безпеці обумовлюють нагальну необхідність відпрацювання нових механізмів їх протидії.

У статті проаналізовано стан розбудови національної системи стратегічних комунікацій як сукупності комунікативних можливостей держави, що координуються нею і використовуються належним чином, – публічної дипломатії, зв'язків з громадськістю, військових зв'язків, інформаційних та психологічних операцій, заходів, спрямованих на просування цілей держави. Така система має забезпечити належну протидію інформаційним та пропагандистським кампаніям, спрямованим проти інтересів нашої держави. Розбудова системи стратегічних комунікацій в Україні розглядається крізь призму відносин з НАТО, що приділяє значну увагу наданню допомоги Україні в цій сфері.

Ключові слова: стратегічні комунікації, гібридна війна, інформаційні кампанії, пропаганда.

Petrov Valentyn

ESTABLISHING GOVERNMENT STRATEGIC COMMUNICATIONS SYSTEM IN CONTEXT OF DEVELOPMENT RELATIONS WITH NATO

Key element of "hybrid warfare" of Russia against Ukraine is its informational dimension. New challenges to national security require shaping new mechanisms of counteraction.

Development of national strategic communications system is being researched in this article. We consider stratcom as coordinated and proper usage of all communication means that are available to state – public diplomacy, public relations, military contacts, informational and psychological operations other actions focused on achievement of state targets. Such a system has to guarantee proper protection from hostile informational and propaganda campaigns against our state interests. Development of stratcom capabilities in Ukraine are examined through prism of relations with NATO which pays much attention to assistance to Ukraine in this sphere.

Keywords: strategic communications, hybrid war, informational campaigns, propaganda.

Ключовою складовою гібридної війни Російської Федерації проти України стала інформаційна війна, яку РФ активно проводить як на українській території, так і за її межами.

Її метою є послаблення моральних і матеріальних сил противника шляхом застосування заходів пропагандистського впливу на свідомість людини в ідеологічній та емоційній сферах. Така війна не призводить безпосередньо до кровопролиття, руйнувань та людських жертв. Разом із тим втрати суспільства від інформаційної війни за своїми масштабами і значенням цілком зіставні зі збройною боротьбою, а часом і перевищують її за наслідками.

Побудова ефективної системи координації дій влади з ключовими каналами комунікації, роз-

робка і впровадження єдиної системи взаємодії усіх органів влади в інформаційній сфері, узгоджене донесення до всіх категорій населення інформації про ситуацію в Україні є актуальним завданням для нашої держави в умовах інформаційної агресії РФ. Головним комплексом заходів для реалізації зазначених завдань є стратегічні комунікації.

Питання комунікацій, протидії інформаційним операціям та контрпропаганди вивчалось вітчизняними дослідниками, такими як А. Баровська, В. Горбулін, О. Додонов, Д. Дубов, В. Конах, О. Литвиненко, А. Москаленко, М. Ожеван, Г. Почепцов, водночас поза їх увагою залишився розгляд системи стратегічних комунікацій держави саме у практичному контексті протидії агресивним діям іншої держави, які по суті являють собою війну нового типу.

Питання розвитку стратегічних комунікацій в Україні було піднято у рамках ухвалених на саміті НАТО в Уельсі (4–5 вересня 2014 р.) рішень щодо підтримки України в умовах агресії Російської Федерації. Тоді Альянс висловив готовність надати консультативну, практичну та матеріально-технічну допомогу Україні, у тому числі розглянути питання щодо започаткування проекту створення загальнодержавного центру стратегічних комунікацій і ситуаційних центрів у складі ключових органів влади [1].

Співпрацю Апарату РНБО України та НАТО у сфері стратегічних комунікацій розпочато у межах підготовки та проведення конференції «Стратегічні комунікаційні виклики: можливості та реагування на дезінформацію у контексті гібридної війни» (м. Київ, 25–26 листопада 2014 р.) [2].

Наприкінці лютого 2015 року Місія України при НАТО висловила готовність за сприяння та підтримки Апарату РНБО України розпочати переговори щодо започаткування програми Партнерства у сфері стратегічних комунікацій, а також запропонувала Апарату Ради взяти на себе обов'язки координаційного центру та головного партнера з української сторони у згаданому проекті.

Обговорення співпраці у цьому напрямі було продовжено в рамках Комісії Україна-НАТО (13–14 травня 2015 р., м. Анталія). За результатами переговорів міністр закордонних справ України П. Клімкін зауважив, що нині співробітництво України з Альянсом в межах роботи п'яти трастових фондів нарощується, а також зазначив про бажання обох сторін продовжити цю практику та заснувати нові фонди, які забезпечуватимуть підвищення безпеки країни та наближатимуть загалом сектор безпеки України до стандартів НАТО, зокрема у питанні протидії російській пропаганді [3].

Після погодження участі Апарату Ради в проекті як координаційного центру та партнера від української сторони було розпочато роботу над концепцією програми Партнерства, у тому числі щодо визначення функцій та обов'язків, які головний державний координатор повинен виконувати у цьому процесі. З цією метою Місією України при НАТО спільно з Міжнародним секретаріатом Альянсу було розроблено алгоритм дій щодо започаткування програми Партнерства із стратегічних комунікацій для України.

У рамках виконання першочергових заходів реалізації зазначеного алгоритму дій стало офіційне звернення української сторони (міністра закордонних справ України П. Клімкіна) до очільника НАТО Є. Столтенберга з проханням розглянути можливість надання нашій державі допомоги у розбудові системи стратегічних комунікацій.

22 вересня 2015 року Секретар РНБО України О. Турчинов та Генеральний секретар НАТО Є. Столтенберг підписали Дорожню карту Партнерства у сфері стратегічних комунікацій, яка мала б стати основою для надання країнами – членами Альянсу технічної допомоги для органів влади України у розбудові спроможностей у сфері стратегічних комунікацій. Насамперед ішлося про підготовку персоналу, сприяння розбудові профільних структур, розвитку законодавства, проведення наукових досліджень, сприяння у реалізації конкретних проектів тощо [4].

Відповідальними за координацію заходів Партнерства визначено, з одного боку, Апарат РНБО України, з іншого – Департамент публічної дипломатії Міжнародного секретаріату НАТО.

Учасниками партнерства з української сторони визначені суб'єкти сектору безпеки і оборони, Міністерство інформаційної політики України, Міністерство закордонних справ України. У заходах беруть активну участь Адміністрація Президента України, Секретаріат Кабінету Міністрів України, а також Національний інститут

стратегічних досліджень. Водночас, як зазначено в документі, Партнерство є відкритим для інших учасників, які виявляють бажання зробити внесок у реалізацію проектів її програми .

Підписання Дорожньої карти Партнерства стало початком формування сучасної та ефективної системи стратегічних комунікацій. Передусім розпочався процес внесення змін до нормативно-правових документів загальнодержавного значення.

Термін «стратегічні комунікації», узгоджений з усталеною термінологією НАТО, став офіційно вживатися в нормах українського законодавства після його впровадження у новій редакції Воєнної доктрини, затвердженій Указом Президента України від 24 вересня 2015 року № 555. У зазначеному документі «стратегічні комунікації» визначаються як «скоординоване і належне використання комунікативних можливостей держави – публічної дипломатії, зв'язків з громадськістю, військових зв'язків, інформаційних та психологічних операцій, заходів, спрямованих на просування цілей держави» [5].

Питання розвитку системи стратегічних комунікацій також порушується у низці нещодавно ухвалених документів стратегічного планування у сфері національної безпеки і оборони – у Концепції розвитку сектору безпеки і оборони, Стратегічному оборонному бюлетені тощо.

Зокрема, у Концепції розвитку сектору безпеки і оборони, затвердженої Указом Президента від 14 березня 2016 р. № 92, одним із ключових напрямів розвитку зазначеного сектору в сучасних умовах визначено створення та впровадження системи стратегічних комунікацій у секторі безпеки і оборони [6].

Налагодження співробітництва та ефективні стратегічні комунікації між суб'єктами сектору безпеки і оборони повинні стати основними принципами розвитку цілісної системи управління цим сектором.

У Стратегічному оборонному бюлетені, схваленому Указом Президента України від 6 червня 2016 р. № 240, зазначено, що на підставі положень Стратегії національної безпеки України [7], Воєнної доктрини України та Концепції розвитку сектору безпеки і оборони України стратегічні цілі держави в оборонному секторі будуть реалізовані шляхом досягнення низки оперативних цілей. Зокрема, однією з них визначено розбудову спроможностей сил оборони у сфері стратегічних комунікацій як частини загальнодержавної та міжвідомчої системи стратегічних комунікацій, спрямованих на підтримку формування та реалізації політики у сфері безпеки і оборони України, а також досягнення цілей оборони держави [8].

Таким чином, стратегічні комунікації розглядаються насамперед у контексті завдань сектору безпеки і оборони та споріднених сфер – урядових комунікацій (Секретаріат КМУ, МІП) та публічної дипломатії (МЗС).

З метою представлення міжнародним партнерам бачення українською стороною розвитку системи стратегічних комунікацій Апарат РНБО України підготував і затвердив План заходів із реалізації Дорожньої карти Партнерства у сфері стратегічних комунікацій між Радою національної безпеки і оборони України та Міжнародним секретаріатом НАТО (далі – План).

Зазначений План передбачає здійснення органами державної влади України ряду організаційних та практичних заходів зі зміцнення власної інституційної спроможності у сфері стратегічних комунікацій. План був запропонований стороні НАТО для того, щоб партнери могли самостійно визначити проблемні питання, до вирішення яких вони могли б долучитись.

Реалізація заходів, розроблених Апаратом РНБОУ, на сьогодні триває.

У межах реалізації Плану було організовано проведення аналізу наявних ресурсів підрозділів державних органів, відповідальних за різні аспекти страткому. На основі отриманих результатів аудиту сформовані пропозиції щодо організаційного, методичного та практичного вдосконалення роботи відповідних державних органів у інформаційній сфері за згаданими вище напрямами.

Практично всі державні органи, залучені до реалізації заходів Партнерства, провели відповідні організаційно-штатні зміни, затвердили внутрішні плани, переглянули внутрівідомчу нормативну базу щодо стратегічних комунікацій.

Крім цього, **Секретаріатом Кабінету Міністрів України разом з Міністерством інформаційної політики України** було забезпечено підготовку навчальних програм з різних аспектів публічної

комунікації для керівників відомств, співробітників профільних підрозділів у сфері публічних комунікацій, співробітників непрофільних підрозділів тощо; створено єдиний веб-портал для оперативного обміну інформацією між відомствами, контактами журналістів, а також методичними матеріалами.

Міністерство оборони України на виконання Плану, в рамках реалізації пакету Цілей партнерства між Україною та НАТО, започаткувало нову програму Ціль партнерства С0021 «Стратегічні комунікації», що передбачає комплекс системних заходів у цій сфері, які мають бути здійснені до кінця 2018 р.

У Національному університеті оборони створюється відповідна навчальна база, запроваджена комплексна модель стратегічних комунікацій в МО та ЗСУ із залученням відповідних підрозділів на всіх рівнях (як для зовнішніх, так і для внутрішніх комунікацій).

Рішенням міністра оборони України визначено складові елементи сфери стратегічних комунікацій відповідно до компетенції Міністерства оборони України та Збройних Сил України та розроблено завдання (повноваження) органів військового управління, відповідальних за їх реалізацію.

Модель функціонування системи стратегічних комунікацій на оперативному рівні пройшла апробацію в районі проведення Антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей.

Запроваджено діяльність Робочої групи Міністерства оборони України з питань ефективних комунікацій як дорадчого органу, до завдань якого віднесено відпрацювання рекомендацій щодо підготовки та проведення інформаційних заходів стосовно інформування громадськості про діяльність Збройних Сил України, формування наративів, меседжів, організації їх відповідного поширення.

У **Міністерстві закордонних справ України** вперше в історії відомства було створено Управління публічної дипломатії (грудень 2015 р.), що стало важливим кроком для зміцнення можливостей України у сфері стратегічних комунікацій [9]. Наразі у взаємодії з українськими експертами та міжнародними партнерами України триває робота з розробки організаційних та методичних кроків для подальшого вдосконалення публічної дипломатії. Зокрема, розробляються пропозиції щодо:

- розробки механізмів планування та оцінки ефективності заходів публічної дипломатії;
- зміни підходів до підготовки осіб, які направляються на роботу до закордонних дипломатичних установ України за напрямами «гуманітарні питання», «культура», «ЗМІ»;
- механізмів взаємодії з професійним мистецьким середовищем у сфері культурної дипломатії.

МЗС традиційно приділяє значну увагу проведенню тренінгів для дипломатів з питань комунікацій та публічної дипломатії. Зокрема, у першому кварталі 2016 року проведено тренінги:

- з комунікацій для групи керівників закордонних дипломатичних установ України (у взаємодії з Посольством США в Україні);
- щодо публічних інструментів протидії гібридним загрозам (у взаємодії з Бюро протидії гібридній війні);
- щодо нових викликів та можливостей для дипломатії у сфері лобіювання інтересів України на міжнародній арені (у взаємодії з Посольством США в Україні).

МЗС продовжує активно взаємодіяти з міжнародними партнерами з метою обміну досвідом у сфері стратегічних комунікацій. Зокрема, у цій сфері Міністерство співпрацює з НАТО, ЄС, США, Великою Британією, представники міністерства беруть участь у роботі групи «Друзі України з питань стратегічних комунікацій», що об'єднує представників держав – членів ЄС, США та Канади.

На шляху впровадження реформи стратегічних комунікацій Міністерством інформаційної політики досягнуто такі результати:

- створено координаційну групу з представників міністерств та відомств з питань впровадження стратегічних комунікацій;
- розроблено концепцію системи навчання державних спеціалістів у сфері комунікацій та базові навчальні програми, проведено практичну підготовку тренерів у цій сфері;
- надається постійна підтримка Міністерству закордонних справ у впровадженні функції публічної дипломатії як складової частини системи стратегічних комунікацій;
- у рамках робочої групи проводиться робота щодо формування спроможностей у сфері стратегічних комунікацій у Збройних Силах України (як

одного з ключових учасників системи), що передбачено Стратегічним оборонним бюлетенем;

- надається постійна підтримка щодо навчання спеціалістів з комунікацій у державному секторі та організації взаємодії з партнерами з питань такого навчання.

Окрім того, наразі тривають погоджувальні процедури між Секретаріатом Кабінету Міністрів України та Міністерством інформаційної політики щодо подальших етапів впровадження нової системи стратегічних комунікацій, у тому числі реформи урядових комунікацій як складової частини системи стратегічних комунікацій. За результатами таких погоджень Міністерство планує восени цього року розпочати пілотне функціонування єдиного офісу урядових комунікацій та оновлених комунікаційних департаментів у трьох центральних органах виконавчої влади.

Національним інститутом стратегічних досліджень підготовлено аналітичні та науково-практичні матеріали, присвячені окремим проблемам розбудови стратегічних комунікацій, зокрема:

- «Запровадження комунікації органів державної влади: виклики та завдання» [10];
- «Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії» [11] та інші.

Висновки. На початковому етапі проведення Російською Федерацією широкомасштабної антиукраїнської інформаційної агресії вітчизняні державні органи продемонстрували недостатню спроможність протидіяти агресору в інформаційній сфері, що передусім було пов'язано із неготовністю до належного реагування на такого роду загрози. Досвід протидії інформаційній війні в Україні був отриманий вже під час війни, тоді ж почали формуватися форми і методи реагування на відповідні загрози. Вагоме значення для України у цьому процесі мало надання матеріальної і технічної підтримки нашими міжнародними партнерами.

У межах співпраці України та НАТО з питань стратегічних комунікацій було започатковано процес розбудови національної системи стратегічних комунікацій. Підписання Секретарем РНБО України та Генеральним секретарем НАТО Дорожньої карти Партнерства у сфері стратегічних комунікацій, а згодом – імплементація її положень у Плані заходів з реалізації Дорожньої карти, стали своєрідним поштовхом до очевидних зрушень щодо посилення інформаційного потенціалу нашої держави у протидії російській інформаційній агресії, становлення системи стратегічних комунікацій.

Список використаних джерел

1. *Wales* Summit Declaration / NATO. – 2014. – Режим доступу : http://www.nato.int/cps/en/natohq/official_texts_112964.htm/
2. У Києві відбувся семінар «Стратегічні комунікаційні виклики: можливості та реагування на дезінформацію у контексті гібридної війни» / NATO. – 2014. – Режим доступу : http://www.nato.int/cps/uk/natohq/news_116755.htm/
3. *Совместное* заявление комиссии Украина–НАТО // Європейська правда. – 2015. – Режим доступу : http://www.eurointegration.com.ua/rus/articles/2015/05/13/7033734/view_print/
4. *Дорожня* карта Партнерства у сфері стратегічних комунікацій між Радою національної безпеки і оборони України та Міжнародним секретаріатом НАТО / МЗС України. – 2015. – Режим доступу : http://mfa.gov.ua/mediafiles/sites/nato/files/Roadmap_Ukr.pdf/
5. *Указ* Президента України №555/2015 Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 2 вересня 2015 року «Про нову редакцію Воєнної доктрини України». – Режим доступу : http://www.president.gov.ua/documents/5552015-19443/
6. *Указ* Президента України № 92/2016 Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 4 березня 2016 року «Про Концепцію розвитку сектору безпеки і оборони України». – Режим доступу : http://www.president.gov.ua/documents/922016-19832/
7. *Указ* Президента України Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 6 травня 2015 року «Про Стратегію національної безпеки України». – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/287/2015/paran14#n14/
8. *Указ* Президента України №240/2016 Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 20 травня 2016 року «Про Стратегічний оборонний бюлетень України». – Режим доступу: http://www.president.gov.ua/documents/2402016-20137/
9. *В МЗС* створено новий напрям роботи – публічна дипломатія / МЗС України. – 2015. – Режим доступу : http://mfa.gov.ua/ua/press-center/news/43433-v-mzs-stvoreno-novij-napryam-robotipublichna-diplomatija/

10. *Запровадження* комунікації органів державної влади : зб. матер. наук.-практ. конф. / упоряд. А. В. Баровська. – К. : Фенікс, 2016. – 192 с.
11. *Інформаційні* виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії : аналіт. доп. / за заг. ред. А. Баровської. – К. : НІСД, 2016. – 109 с.

References

1. *Wales* Summit Declaration (2014). NATO. Retrieved from: http://www.nato.int/cps/en/natohq/official_texts_112964.htm/ [in English].
2. *U Kyevi* vidbuvsia seminar «Stratehichni komunikatsijni vyklyky: mozhlyvosti ta reahuvannia na dezinformatsiiu u konteksti hibrydnoi vijny» [In Kiev took place the seminar «Strategic communication challenges: opportunities and reaction on disinformation in the context of hybrid war»] (2014). Retrieved from http://www.nato.int/cps/uk/natohq/news_116755.htm/ [in Ukrainian].
3. *Sovmestnoe* zayavlenie komissii Ukraina – NATO [Joint Statement of NATO – Ukraine commission (2015). *Europeyska Pravda*. Retreived from http://www.eurointegration.com.ua/rus/articles/2015/05/13/7033734/view_print/ [in Russian].
4. *Dorozhnia* karta Partnerstva u sferi stratehichnykh komunikatsij mizh Radoiu natsional'noi bezpeky i oborony Ukrainy ta Mizhnarodnym sekretariatom NATO [Road Map of Partnership in strategic communications between National Security and Defence Council of Ukraine and NATO International Secretariat]. (2015). MFA of Ukraine. Retrieved from http://mfa.gov.ua/mediafiles/sites/nato/files/Roadmap_Ukr.pdf/ [in Ukrainian].
5. *Ukaz* Prezydenta Ukrainy №555/2015 Pro rishennia Rady natsional'noi bezpeky i oborony Ukrainy vid 2 veresnia 2015 roku «Pro novu redaktsiiu Voiennoi doktryny Ukrainy» [Presidential Decree №555/2015 On National security and defence council decision dated 2 September 2015 "About new edition of Military doctrine of Ukraine]. Retrieved from http://www.president.gov.ua/documents/5552015-19443/ [in Ukrainian].
6. *Ukaz* Prezydenta Ukrainy №92/2016 Pro rishennia Rady natsionalnoi bezpeky i oborony Ukrainy vid 4 bereznia 2016 roku "Pro Kontseptsiiu rozvytku sektoru bezpeky i oborony Ukrainy" [Presidential Decree №92/2016 On National security and defence council decision dated 4 march 2016 "About Concept of security and defence sector development"]. Retrieved from http://www.president.gov.ua/documents/922016-19832/ [in Ukrainian].
7. *Ukaz* Prezydenta Ukrainy Pro rishennia Rady natsionalnoi bezpeky i oborony Ukrainy vid 6 travnia 2015 roku «Pro Stratehiiu natsional'noi bezpeky Ukrainy» [Presidential Decree On National security and defence council decision dated 6 May 2015 "About National security Strategy"]. Retrieved from http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/287/2015/paran14#n14/ [in Ukrainian].
8. *Ukaz* Prezydenta Ukrainy №240/2016 Pro rishennia Rady natsional'noi bezpeky i oborony Ukrainy vid 20 travnia 2016 roku "Pro Stratehichnyj oboronnyj biuleten' Ukrainy" [Presidential Decree №240/2016 On National security and defence council decision dated 20 May 2016 "About Strategic Defence Bulletin"]. Retrieved from http://www.president.gov.ua/documents/2402016-20137/ [in Ukrainian].
9. *V MZS* stvoreno novyj napriam roboty – publichna dyplomatiia [MFA has new function – public diplomacy]. (2015). MFA of Ukraine. Retrieved from http://mfa.gov.ua/ua/press-center/news/43433-v-mzs-stvoreno-novij-napryam-robotipublichna-diplomatija/ [in Ukrainian].
10. *Barovska, A.* (Ed.). (2016). Zaprovadzhennia komunikatsii orhaniv derzhavnoi vlady [Introduction of government communications]. Kyiv: Phenix [in Ukrainian].
11. *Barovska, A.* (Ed.) (2016). Informatsijni vyklyky hibrydnoi vijny: kontent, kanaly, mekhanizmy protydii [Informational challenges of hybrid war: content, channels, countermeasures]. Kyiv: NISD [in Ukrainian].

УДК 316.485.26’64(477)

ГЛОБАЛЬНА ВІЙНА СТРАТЕГІЧНИХ НАРАТИВІВ: ВИКЛИКИ ТА РИЗИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Ожеван Микола Андрійович
доктор філософських наук, професор

Протиборство наративних дискурсів (*clash of narratives*), попри всі розмови про їх неодмінне відмирання в епоху постмодерну, є атрибутивною (хоча іноді гарно замаскованою) прикметою сучасних «культурних війн». Те, що в межах одного наративу вважається «правдою», в межах іншого може виявитись «брехнею». Звідси у дослідників постмодерністського ґатунку виникає переконаність в тому, що «правда» є поняттям застарілим.

Стаття обґрунтовує протилежну постмодерністській точку зору щодо незнищенності стратегічних наративів, які є примордіальною основою суб’єктивної правди.

Ключові слова: культурні війни, наративи, гранд-наративи, стратегічні наративи, медійні експерти, соціальні медіа.

Ozhevan Mykola

THE GLOBAL WAR OF STRATEGIC NARRATIVES: THE CHALLENGES AND RISKS FOR UKRAINE

Clash of narrative discourses is a necessary, though sometimes well disguised attribute of the modern «culture wars». The fact that within a narrative is the «truth» may be «lies» within another narrative. Hence the conviction that the concept of «truth» is outdated emerges among some researchers of postmodern brand.

The article presents the opposing point of view of indestructibility of strategic narratives as primordial backgrounds of subjective truth.

Keywords: cultural wars, discourse, narrative, pundits, social media.

1. Стратегічні комунікації як війни наративів

Створення й розповсюдження «стратегічних наративів» перетворилися нині на засадничий різновид «стратегічних комунікацій», які застосовуються в політиці та бізнесі й, звичайно, – в інформаційно-психологічних війнах та спеціальних операціях.

Стратегічними наративами (лат. narrare – оповідати) у політичному сенсі є засоби, до яких вдаються політичні актори, щоб сконструювати смисли та значення «великої політики» – як внутрішньої, так і зовнішньої, як державної, так і корпоративної, громадської тощо. Цінність подібних наративів полягає у їх спроможності до більш-менш безконфліктного розповсюдження. А отже, вони організовують поведінку політичних акторів на засадах відданості певним ціннісним системам, що утворюють «тіло» того чи іншого наративу.

Таким чином, саме стратегічні наративи є тими інструментами, за допомоги яких національні держави, корпорації, громадські та партійні структури тощо артикулюють свої інтереси, цінності та аспірації.

Переважаючий напрям світового культурно-інформаційного розвитку у певній сфері

(політичній, економічній, науковій, медійній тощо), характерний для певного періоду часу, формується за посередництва наративів за допомоги панівних медіа (*mainstream media – MSM*), які використовують передусім наративи для реалізації: (а) фреймінгу (f*raming*) ; (б) праймінгу (*priming*) – «окреслення пріоритетів»; (3) встановлення «порядку денного» (*agenda setting*).

Фреймінг (від англ. *frame* – «рамка») – це комунікативна стратегія, спрямована на організацію контенту новинного повідомлення шляхом «вставляння» його в «рамочку», тобто в контекст певного наративу для окреслення параметрів «правильного» сприймання новини масовою аудиторією.

Праймінг – це комунікативна стратегія, розроблена психологами-біхевіористами, що має на меті зумисну активацію у цільової аудиторії певних знань та навичок поведінки для маніпулятивного нав'язування цій аудиторії наперед визначених сценаріїв сприйняття та приняття рішень. Технологічно це зводиться до застосування «праймів» – цільових стимулів, що мають викликати у певної аудиторії потрібну реакцію у відповідь на певне «подразнення». Тут доречно провести аналогію з павловським умовним рефлексом, коли у відповідь на дзвіночок (або інший умовний сигнал) у собаки починається виділення слини, тощо. Саме праймінг використовується «спіндокторами» з метою «спін-контролю», тобто «лікування» поганих новин, яке полягає у маніпулятивному керуванні очікуваннями цільової аудиторії.

Встановлення «порядку денного» зводиться до контролю публічного сприймання певної реальності (політичної, економічної, фінансової тощо) шляхом віднаходження та підтримання певного компромісу між «справжньою» й «медійною» реальностями.

Ті соціальні групи, які контролюють інформаційні ЗМІ, вирішують, що має повідомлятися публіці, а що замовчуватися, як (у якій формі) повідомлятися або замовчуватися. Саме ці стратегічні, тактичні або оперативні підходи на певний момент стають «порядком денним» для новинних ЗМІ. У процесі реалізації «порядку денного» формується високого рівня відповідність між тим, якої уваги надають певні медіа певній проблематиці, і тим, якої важливості цій проблематиці надає публіка (цільова аудиторія ЗМІ), яка отримує інформацію про події з новинних ЗМІ [1].

Коли ЗМІ методично й послідовно звертаються до висвітлення одних і тих самих подій та проблем, вони починають сприйматися цільовою аудиторією як найважливіші й такі, що справді заслуговують на увагу. У свідомості аудиторії формується домінанта щодо певної проблемної зони за рахунок інших зон, від яких увага аудиторії відволікається. Відтак формується відповідний «порядок денний», тобто стійкі уявлення про те, що наразі є важливим, а що «не важливим» і чому слід надавати особливої уваги саме цим подіям, фактам, персоналіям тощо, а не іншим.

Особистий або внутрішній порядок денний (*intrapersonal agenda*) – це система пріоритетів щодо найважливіших проблем саме на рівні певного індивіда, що їх (як йому здається) він сам для себе окреслив.

Міжособистісний або мікрогруповий порядок денний (*interpersonal agenda*) – система пріоритетів щодо тих проблем, які індивід частіше за все обговорює з членами своєї референтної мікрогрупи (в тому числі – серед учасників певної «ком'юніті» у соціальних мережах).

Уявний громадський порядок денний (*perceived community agenda*) – це уявлення індивіда про те, які проблеми є найважливішими для суспільства, до якого він належить.

Публічний порядок денний формується як стан громадської думки (опінії), що зазнав впливів попередніх порядків денних, а також особистого досвіду індивідів як «індикаторів справжньої реальності», що істотно обмежує можливості держави, корпорацій, олігархів та, власне, самих ЗМІ маніпулювати громадською думкою [1].

Політичний порядок денний встановлюють держава та громадянське суспільство (у разі його достатньої сформованості, зрілості).

Медійний порядок денний встановлюють ЗМІ та їхні власники (що є типовим для України).

Домінуючі у певному соціумі медіа зазвичай представляють наративи, що влаштовують істеблішмент та встановлений ним на певний момент і з певного конкретного питання «порядок денний», підтриманий більшістю політич-

но активного населення. Такий незбалансований підхід не влаштовує певну «дисидентську» частину інтелектуальної еліти (контреліту), яка прагне акцентувати на альтернативних підходах і точках зору. Так виникають і отримують розвиток війни сенсів та смислів, у яких центрального значення набувають не слогани й рекламні «картинки», а саме цікаві оповіді, захоплюючі історії (наративи).

У світовому контексті наративи стратегічного порядку відіграють провідну роль у нав'язуванні «прогресивному людству» офіційно схвалених світовим істеблішментом сукупності норм та зразків міжнародної поведінки, що приймаються і поділяються всіма «цивілізованими членами» світового співтовариства за винятком «маргіналів» («протестних груп»). Так формується переважаючий напрям світового культурно-інформаційного розвитку у певній сфері (політичній, економічній, науковій, медійній тощо), характерний для певного періоду часу, що, власне, й отримало назву *«мейнстрим»*.

Особливого значення ***битва наративів*** має для військових, яким часто доводиться діяти у несприятливому й неприхильному до них інформаційно-культурному довкіллі. Зрештою, це нагальне питання *цивільно-військових відносин* та *цивільно-військового співробітництва* як у широкому, так і вузькому значенні цього поняття [2].

Без активної міжнародної діяльності сучасних нараторів, спроможних донести *правду* про свою країну до міжнародної аудиторії, неможливо забезпечити легітимність не тільки зовнішньої, але й внутрішньої політики. В одному з американських польових статутів, присвячених протиповстанській діяльності (*US Army Field Manual 3-24, Counterinsurgency*), дається досить вдале визначення стратегічних наративів як «організаційних схем, виражених в оповідній формі» [3].

Справжня проблема з наративами й нараторами (оповідями та оповідачами), покликаними донести правду про свою країну, її політику, її Збройні сили, корпорації, культурні організації тощо до іноземних цільових аудиторій, полягає у тому, що вони часто демонструють неспроможність адекватно «перекласти» свої меседжі на мову наративів, типових для інших культур і народів. Але без такого адекватного «перекладу», за її неадекватного сприймання правда дійсно має всі шанси перетворитися на брехню.

Такий ***конфлікт наративів*** досить влучно характеризував Тарас Шевченко у поемі «Гайдамаки», звертаючись до своїх письменних друкованих опонентів: «А розумне ваше слово. Брехнею підбите.» [4].

Загалом слід підкреслити, що міжкультурні комунікації ніколи не бувають безконфліктними. Особливо у випадку *Kulturkampf,* коли одна із культур претендує на винятковість, на владні позиції стосовно іншої, що буцімто є менш вартісною. Саме такі конфліктні відносини і саме через зазначені претензії на великодержавність склалися впродовж останніх чотирьох століть між українською та російською культурами.

У будь-якому разі наративи, що оповідають від імені владних комунікаторів (відправників меседжів), які перебувають «там, нагорі», різноманітні медіатори в особі журналістів, вчителів, священиків тощо ніколи не мають достатньо високих шансів бути адекватно перекладеними на мову тих, хто «там, унизу».

Відповідно, виникають війни наративів з непередбачуваними виграшами та програшами. Часто ці війни як вияви кризової соціальної динаміки переростають у соціальні революції, громадянські війни тощо.

2. «Почому опіум для народу»: що таке «наративи» та хто такі «наратори»?

Незалежно від того, до якої культури належать люди, вони засвоюють смисли й значення цієї культури, здійснюють смислоутворення (англ. *meaning-making*) у формі засвоєння різноманітних наративів, оповідей (англ. *story telling*), що переказують різноманітні наратори (оповідачі).

Чимало з цих «історій», які дійшли до нас від давніх-давен, є міфами, що є «тілом» різноманітних релігій, ідеологій та пов'язаних з ними народних вірувань і марновірств і є метанаративами, панівними наративами, великими наративами тощо (*metanarratives; master-narratives; grand narratives*).

Особливе позиціонування метанаративів або гранд-наративів, стосовно яких усі інші наративи є похідними субнаративами, пов'язане з

тим, що вони є центральними елементами «глобальної або тоталізованої культурної наративної схеми, спроможної скеровувати й пояснювати знання або досвід» [5].

Кожен гранд-наратив претендує на винятковість і включає переконання (вірування), що єдине правильне розуміння історії (ситуації, події тощо) забезпечує саме цей наратив, а всі інші наративи – хибні. Звідси – неуникний конфлікт наративів, який перетворюється на конфлікт свідомостей і пам'ятей представників різних поколінь [5].

Скажімо, в Україні, станом на другу половину десятих років XXI століття мільйони людей старшого покоління (принаймні старших за 45 років) і досі живуть з переконанням, що та «історія», яку вони вчили в школі, про яку дивилися цікаві фільми й телепрограми, навіть читали серйозні монографії, є єдино правильною. Звичайно, вони не сприймають тих історичних наративів, які пов'язані з сучасними підручниками історії, які намагається впроваджувати порівняно недавно створений Український інститут національної пам'яті.

Наративи є неодмінною складовою різноманітних емоційно «навантажених» комунікацій. Модель комунікацій наративного типу (*the narratistic attitude*) є протилежністю раціоналістичної моделі беземоційного «чистого споглядання», до якої закликають деякі філософи-раціоналісти (Бенедикт Спіноза, Людвіг фон Вітгенштейн та інші).

Рішуче заперечили наративи філософи-постмодерністи. Жан-Франсуа Ліотар у роботі «Постмодерністська ситуація. Доповідь про знання» (1979 р.) протиставляє науку наративам і зазначає: «Наука завжди була у конфлікті з наративами. За мірками науки більшість наративів виявляються байками... Наративна функція втрачає своїх носіїв, свого великого героя, свої великі загрози, свої великі мандри, свою велику мету» [6]. Потребу в наративах Ж.-Ф. Ліотар пов'язує з питаннями легітимації «культурного імперіалізму» та вірою в авторитетів, якими безпосередньо чи від імені яких опосередковано (від першої чи від третьої особи) проголошується «трансцендентна універсальна істина».

Зміна авторитетів означає зміну наративів. Ж.-Ф. Ліотар у цьому контексті резонно зауважує: «Явне звертання до наративу в проблематиці знання – це відсутні обставини звільнення буржуазних інтересів від традиційних авторитетів. Наративне знання відроджується на Заході як шлях розв'язання проблеми легітимації нових авторитетів. Для того щоб дізнатися ім'я героя, як відповідь у рамках наративної проблематики природно ставити запитання: хто має право вирішувати за суспільство? Хто є суб'єктом, чиї приписи є нормами, для тих, кого вони зобов'язують?» [6].

Але якщо немає загальноприйнятих приписів і норм, то не існує й того соціально орієнтованого консенсусного знання, яке отримало назву «правда». Тоді виходить, що у кожного суб'єкта (індивіда, нації тощо) є своя «правда», яка може не подобатися носіям інших «правд», але цим іншим нічого не залишається, як змиритися з подібною ситуацією. У цьому контексті Олександр Дугін заявляє в одному з інтерв'ю телеканалу BBC: «Постмодернізм вказує на те, що будь-яка так звана «правда» є справою вірування. Отже, ми віримо в те, що ми робимо, віримо в те, що кажемо. І це є єдино можливим шляхом окреслення «істини». Отже, ми маємо нашу специфічну російську «правду», з якою ви мусите погодитися» [цит. за 7].

Як більш-менш переконливо доводять представники сучасної філософської, лінгвістичної та психологічної герменевтики, без наративів, на суто раціональній основі можна дати модель пояснення певного явища, процесу шляхом його «підведення під закон», але практично неможливо добитися його розуміння. «Люди є тваринами, фундаментально узалежненими від «оповідачів історій» (*story-telling animals*). Схоже, ми буквально неспроможні зрозуміти певні факти або дані, якщо вони попередньо не будуть вбудованими в певні різновиди наративних матриць (*narrative matrix*) [5].

«Капіталістичне процвітання», «прогресивний соціалізм» та багато інших ідеологем є продуктами певних версій наратології. Їх популярність саме і пов'язана з неможливістю раціонально пояснити події давнього й недавнього минулого. Передусім ідеться про різноманітні версії *конспірології,* адепти якої намагаються донести до загалу потаємні плани зовнішніх та внутрішніх ворогів.

Запит на конспірологію як сферу «проблемного» міфологізованого знання, що поєднує факти з різноманітними фантастичними припущення-

ми, особливо посилюється на небезпечних різких поворотах історії, коли звичні наративи, що більш-менш переконливо пояснювали існуючий соціальний та світовий порядок і доводили його природність, перестають спрацьовувати. Характерною особливістю конспірологічного наративу є погляд на соціальну дійсність крізь призму уявлень про таємну боротьбу певних, добре законспірованих, сил (таємних орденів, масонських лож, спецслужб, таємних міжнародних організацій тощо), які шляхом змов і контрзмов є провідними чинниками історичного розвитку.

Конспірологічні наративи активно опонують офіційно проповідуваним (підтримуваним офіційною владою), а їхні «сіячі» зазвичай відштовхуються від базового припущення, що ті, хто перебувають при владі, апріорі схильні до дезінформації, оскільки мають злі наміри щодо підвладних. Саме тому будь-яке офіційне пояснення подій, явищ і процесів має мало шансів перемогти у боротьбі з альтернативними наративами.

Як продемонстрував це на прикладах «чарівної казки» Володимир Пропп, для наративу є характерними наявність таких персонажів: лиходій, донор (провайдер), герой, лжегерой, провідник (диспетчер), помічник, принцеса та її батько [7]. Усіх цих персонажів й усі типові сценарії їхньої поведінки ми зазвичай знаходимо у ряджених формах в медіа-оповідях «стратегічного ґатунку».

Одну з найбільш переконливих моделей наративу (*delineating story patterns*) запропонував в 1972 році соціолінгвіст Уїльям Лейбов [8]. Згідно з цією класифікацією, наратор, вибудовуючи наратив, намагається відповісти на такі запитання.

1. **Анотація** (*Abstract*). Як це все сталося і з чого усе почалося?
2. **Орієнтація** (*Orientation*). Хто/що були у це задіяні, коли й де?
3. **Кульмінація** (*Complicating Action*). Що ж трапилося?
4. **Розв'язка** (*Resolution*). Чим же це, зрештою, закінчилося?
5. **Оцінка** (*Evaluation)*. Як до цього ставитися?
6. **Фінал** (*Coda*). Що це все означає?

Наративи не викладають перебігу подій і фактів з хронологічною точністю. Вони спрощують реальну картинку, внаслідок чого вона набуває рис захоплюючої, доступної для розуміння тощо.

3. «Велика війна континентів»: російський національний наратив: між виконанням «всесвітньо-історичної місії» та конспірологічними фобіями

Один з провідних ідеологів путінського режиму О. Дугін заявляє: «Ті війни, в яких ми беремо участь, у тому числі в Грузії, Україні, Сирії, – все це і є опосередковано Велика війна континентів. І ці дві цивілізації насправді взаємно виключають одна одну. Ми абсолютно різні не тільки з точки зору інтересів (тут можна було б шукати компроміс), але і з точки зору цінностей. У нас взагалі інша релігія, у нас інше уявлення про людину, про Бога, про світ, про історію, про благо, про добро, про цінності, про життя. Взагалі взаємовиключні. На жаль, це глибока суперечність» [10].

Для В. Путіна та його оточення неоголошена гібридна війна проти України, а разом і країн Заходу як її «спонсорів» стало зручним приводом для реанімації місіонерського наративу, сильно вкоріненого в російській політичній культурі, де модернізаційне «прорубування вікна в Європу» постійно наштовхувалося на спротив контрмодернізаційного пошуку міфічного Антихриста в образі Заходу. Звідси й відома сентенція російського екс-прем'єра Віктора Чорномирдіна: «Хотіли як краще, а вийшло як завжди».

Уже на тому етапі, коли екс-президент В. Янукович демонстрував позірну готовність підписати з країнами ЄС Угоду про асоціацію, цей акт подавався московською пропагандою крізь призму відомого наративу «контракту з дияволом», художньо відтвореного Миколою Гоголем у творі «Вечір проти Івана Купала» (нечиста сила постає тут в образі спокусника Басаврюка). Такий наратив був покликаний зобразити київське керівництво як таке, що продало «душу» західному дияволу й зрадило очолюваному Москвою православно-слов'янському братству.

Офіційний Київ у фреймах цього наративу уподібнюється до зрадливого Андрія із гоголівського «Тараса Бульби», а кожна невдача українського керівництва у пошуках шляху до об'єднаної Європи супроводжується зловтішною сентенцією: «Ну що, синку, допомогли тобі твої ляхи?».

Місіонерство й візіонерство властиві не лише російському, а й багатьом іншим народам, які бажають так чи інакше, тим чи іншим способом «ощасливити» інші народи. Здійснення «місії» передбачає таке.

1. «Посланництво» місіонера на чужину для виконання певного важливого Завдання (Надзавдання).

2. Сприймання місіонером цього Завдання як частини більш широкого і національного Проекту.

3. Орієнтацію «посланця» на зовнішні вказівки у поєднанні з виявами в потрібних випадках «здорової ініціативи».

4. Відчування місіонером своєї «обранності», виключності, тобто володіння ним особливими винятковими якостями, необхідними для виконання Надзавдання.

У царський (імператорський) період розвитку Росії наратив обраності й особливої місії, який офіційна пропагандистська машина прищеплювала російському народу, був основою проповіді слов'янофілів. Російський «народ-богоносець» мав історичну місію поширення ідей панславізму.

Місіонерство й візіонерство у рамках «Російської національної ідеї» доповнює конспірологія як реакція на *«темні сили, які нас злобно пригнічують»* (слова з відомої революційної пісні «Варшав'янка»).

Надзвичайна популярність конспірології саме в Росії має очевидною першопричиною недовіру до чинної влади, обумовлену відривом правлячої еліти від народу, інформаційну непроникність, закритість влади. Незрозумілість, а іноді й відверта абсурдність рішень владоможців у різноманітних сферах життя породжує неможливість для нараторів-пропагандистів створювати переконливі «історії». Саме тоді й виникає дисонанс між міфологічною свідомістю народу й заплутаністю дій місцевої влади, серед представників якої немає омріяних народом «героїв», від імені якого виступають наратори, зате є чимало «антигероїв». Цей дисонанс офіційна влада й уповноважені нею наратори намагається конвертувати в «консонанс» через штучне стимулювання конспірологічних міфів про добре законспірованих недоброзичливців (жидомасонів, хохлів, цеерушників тощо), які заважають «народному щастю».

4. Типові американські наративи та їх вплив на формування глобального порядку

Політичні наративи щодо лапідарності, лаконізму подібні до слоганів (лозунгів). Щоб бути переконливими (переконуючими) вони зазвичай апелюють до базових міфів та архетипів, характерних для певного соціуму.

Роберт Райх, зокрема, виокремлює такі характерні для американського соціуму чотири універсальні наративи, які можуть використовуватися в релігії, політиці, економіці, бізнесі, міжособистих стосунках тощо:

1) ***«переможна особистість»*** (*the triumphant individual*);

2) ***«співдружність доброзичливих однодумців»*** (*the benevolent communit*);

3) ***«варвари біля воріт»*** (*mob at the gates*);

4) ***«зіпсований представник істеблішменту»*** (*the rot at the top*; укр. – риба з голови гниє). Йдеться про суто популістський дискурс щодо ворожості політичних еліт народу.

Цільовим призначенням перших двох наративів (*«переможна особистість»; «співдружність доброзичливих однодумців»)* є ***обнадіювати***, тоді як призначенням двох наступних наративів є ***залякування*** або груп людей (цільових аудиторій) або окремо взятих індивідів [11].

Досить показовою для американського політичного дискурсу є історія про *«маленьку людину»,*

Таблиця 1. **Цільове призначення наративів (за Р. Райхом)**

		Пробудження емоцій	
		Надія	**Страх**
Цільове призначення (адресація)	**Небагатьом**	*«Переможна особистість»*	*«Зіпсованість істеблішменту»*
	Широкому загалу	*«Співдружність однодумців»*	*«Варвари біля воріт»*

Джерело: Reich's American Narratives [12].

яка *«сама себе зробила»* завдяки наполегливій праці, вмінню й бажанню ризикувати, вірі у свої сили й можливості, та у кінцевому підсумку стала багатою, відомою й популярною. Звичайно таким «переможцям» протистоять люди протилежного («неамериканського типу») – *лузери*.

Метою наративу *«переможна особистість»* є намагання переконати представників соціуму у реальності соціальних ліфтів, соціальної мобільності, що є, зрештою, запорукою соціальної й політичної стабільності, зміцнює довіру соціальних «низів» до соціальних «верхів».

Мотиваційна складова такого наративу є достатньо прозорою: якщо там – «нагорі» – тебе поки що немає, то це явище тимчасове. Отже, якими б нестерпними не видавалися тобі обставини життя, за умов більшої старанності, освіченості тощо ти можеш опинитися там – «нагорі». А якщо не особисто ти, то твої діти, онуки тощо. Такий наратив, покликаний примирити людину з соціальною реальністю, у кінцевому підсумку є антиреволюційним.

Залежно від політичного замовлення образ «маленької людини», яка досягла «успіху», варіює. Наприклад, у відповідь на феміністичний та антирасистський запит персоніфікацією цього наративу можуть бути чорношкірі жінки типу Опри Гейл Вінфрі (*Oprah Gail Winfre*) або першої леді Мішель Обами. Навіть Дональда Трампа, переможця у президентських виборчих перегонах 2016 року, певні медіа подавали у цьому контексті як людину, яка досягла персонального успіху завдяки особливій працездатності та старанності.

Довжелезний ланцюг персоніфікованих оповідей про Америку як «суспільство рівних можливостей» (*the society of equal opportunities*) відкриває у США автобіографія філософа Бенджаміна Франкліна, доповнена згодом історією життя лісоруба Авраама Лінкольна.

За винятком, можливо, Джорджа Вашингтона, Бенджамін Франклін є найвідомішою людиною в Америці. Батько великого американця, Джозайя, хотів, щоб син ходив до школи, але грошей у нього вистачило тільки на два роки навчання. Із 12 років Бенджамін почав працювати підмайстром у друкарні свого брата Джеймса, і друкарство стало його основною спеціальністю на багато років, аж поки він не перетворився на видатного філософа й державного діяча. Бенджамін Франклін є автором афоризму «Час – гроші». Від 1914 р. його портрет прикрашає 100-доларову купюру.

Тему людини, яка сама себе зробила, активно підхопив дитячий письменник Горацio Елджер-молодший (*Horatio Alger, Jr*), у всіх літературних творах якого герої «передбачувано» вибиваються нагору. В російській інтерпретації це означає «із грязі в князі» (англ. – *rags-to-riches*). У американській – «з нуля – в герої» (*Zero to HERO*).

Той самий наратив персонального успіху стосовно постколоніальних націй та національних держав уже набуває міжнародного характеру. Неважко, зокрема, помітити дух цього наративу в оповідях про різних азійських «тигрів» тощо. Саме цей наратив було покладено в основу ідеології «девелопменталізму», вперше запропонованій країнам Третього світу на противагу комуністичній ідеології (ленінізму, маоїзму тощо). Автором цієї концепції є Уолтер Ростоу (*Walt Whitman Rostow*), який у 1966–1969 рр. був радником президента США з питань національної безпеки. Відтак постколоніальні країни були перейменовані на «країни на шляху розвитку» та їм пропонувалася модель розвитку через прогресивне зростання валового внутрішнього продукту [13].

5. Холодна війна та проблема демонтажу породжених нею конфронтаційних наративів

Холодна війна як тривале протистояння США та СРСР з їхніми союзниками по НАТО та Варшавському пакту в інформаційно-ідеологічному вимірі означало конфронтацію «Вільний світ проти світового комунізму» (*Free World vs. International Communism*).

Історично в полон ідеологічно навантажених наративів частіше потрапляли американські президенти з табору демократів. Щодо президентів-республіканців, то вони частіше керувалися логікою реальної політики й прагматичного захисту національних інтересів, а тому були схильні до компромісів з ворогами, прикладом чого слугують Дуайт Ейзенхауер, Річард Ніксон, Джеральд Форд, Рональд Рейган, Джордж Буш-старший та Джордж Буш-молодший.

«Холодна війна» передусім стала продуктом побоювань Заходу, що в особі Сталіна та його наступників він має справу з новим Гітлером та його поплічниками, які не оцінили західне благородство, бо, як відомо, «мюнхенські поступки» 1938 р. (*Appeasement Munich Agreement*) обернулися великою війною. Звідси концепція недовіри, концептуалізована у наративній метафорі *«доміно»*.

15 березня 1964 року президент-демократ Ліндон Джонсон заявив, що втрата Південного В'єтнаму розохотить комуністів, і вони захоплять решту Південно-Східної Азії, тобто відразу впаде весь ланцюг кісточок доміно. У 1966 р. Джонсон, керуючись передусім ідеологічними мотивами «відкидання комунізму», проголосив концепцію «суспільства всезагального процвітання» (*The Great Society*). Хоча вести водночас виснажливу для бюджету зовнішню війну й успішно розв'язувати внутрішні проблеми ще нікому не вдавалося.

Фактично ця геостратегічна конструкція «доміно» була заснована на нарративі *«переповненого вагона»* (*bandwagon*). Ідеться про властиву більшості людей слабкість приєднання до думки й волі більшості. Хоча у випадку з Південно-Східною Азією йшлося радше не про впливи ідеології комунізму, а про зростаючі впливи КНР як великої держави, що, зрештою, врахував президент-республіканець Річард Ніксон, здійснивши свої історичні візити до КНР та СРСР (1972 р.) й заклавши основи політики «розрядки», продовжену його наступником Джеральдом Фордом у вигляді «гельсінського процесу», започаткованого у 1975 р.

Водночас саме під час правління Р. Ніксона американські астронавти висадилися на Місяць (1969 р.), що не мало жодного економічного або військового значення, але знаменувало символічну перемогу США у змаганні двох соціально-економічних систем, тобто дозволило США «відіграти» за національне приниження, пов'язане з тим, що перший штучний супутник Землі був радянського, а не американського походження.

Але характерно, що попри всі успіхи Р. Ніксона й притаманне йому поза будь-якими сумнівами стратегічне мислення, у наративах масової свідомості він посів позицію «одного з найодіозніших». Ідеться, звичайно, про скандал «Уотергейт», який спричинив передтерміновий відхід Ніксона від управління країною.

Після початку у 2012 р. другого терміну президентства Володимира Путіна й особливо після організованої ним російської агресії проти України (2014–2016 рр.), накладення на Росію західних санкцій протистояння офіційної Москви із західним світом набуло небезпечних вимірів, які часто характеризуються як «холодна війна 2.0.» або «прохолодна війна». Звичайно, обидві сторони звинувачують одна одну у загострені ситуації й не бажають йти на поступки. Хоча усі розуміють, що така «рудиментарна війна», яка отримала іншу назву – гібридної, не може тривати довго.

Ще у квітні 2011 р. у США з'явився державний документ під назвою *«Національний стратегічний наратив»* [14], який тоді залишився непоміченим з огляду на «радикальний націоналістичний тренд», запропонований у цьому документові, який більше б личив Республіканській партії, аніж Демократичній, що на час господарювала у Білому домі. Зіграла свою роль і войовнича риторика та ворожа політика Кремля (передусім – «п'ятиденна війна» РФ проти Грузії). З приходом до влади у 2016 р. республіканського президента Дональда Трампа, чимало пунктів виборчої програми якого співпадають з окресленими в зазначеному документі, *«Національний стратегічний наратив»* отримав шанси на реалізацію.

Автори зазначеного документу явним чином опонували знаменитому Джорджу Кеннану, розробнику концепту «стримування» як основи американської зовнішньої політики часів «холодної війни». Якщо Дж. Кеннан свою знамениту «Довгу телеграму» (у друкованій версії – «Джерела радянської поведінки») [15-16] підписав псевдонімом «*Mr X*», то колективний автор «Національного стратегічного наративу» використав псевдонім «*Mr Y*». Цим псевдонімом скористалися два американські військові: капітан Вейн Портер (*Wayne Porter (US Navy*) та полковник Марк «Пак» Майклбай (*Mark «Puck» Mykleby (US Marine Corps*). Фактичними натхненниками й замовниками цього стратегічного документу були тодішній міністр оборони США Роберт Гейтс і головуючий в Об'єднаному командуванні штабів (*The Joint Chiefs of Staff*) адмірал Майкл Муллен. Розробку документа підтримали аналітики із Міжнародного центру Вудро Вільсона (*Woodrow Wilson International Center for Scholars*).

Автори *«Національного стратегічного наративу»* претендували на те, щоб радикально

переосмислити створений у розпал холодної війни, у 1947 р., «Закон про національну безпеку» (*National Security Act of 1947*). Сам документ вони пропонували замінити на інший – «Закон про національне процвітання й безпеку» (*National Prosperity and Security Act*), відмовившись водночас від політики глобального домінування США, вираженій в американському стратегічному законі 1947 р. у вигляді формули «командуй – контролюй – стримуй» (*command-control-contain*).

Документ має такі розділи.

- Від стримування до самозабезпечення *(from containment to sustainment):* контроль достовірності впливів.
- Наші цінності та довготривалі національні інтереси.
- Наші три інвестиційні пріоритети.
- Доброчесна конкуренція та стримування.
- Стратегічна екологія.
- Покінчити з проваллям між словом та ділом: негативні аспекти «біннінгу».
- Достовірний вплив на Стратегічну екосистему.
- Можливості по той бік загроз та ризиків.
- Закон про національне процвітання та безпеку.
- Маяк Надії. Шлях до Обітованого.

Термін «біннінг» походить від англ. *bin* – кошик, контейнер, тобто є синонімом придуманого Дж. Кеннаном терміну «контейнування», «стримування». Пропонуючи відмовитися від такої політики, автори зазначеного вище документа виходили з презумпції, що панівна роль Америки в світі, її одноосібне лідерство не можуть тривати довго.

Холодна війна породила цілу низку конфронтуючих, міцно закорінених у масовій свідомості наративів. Існує велика спокуса їх реанімувати. Не дивно, що реконцептуалізація холодної війни та демонтаж панівних на той час наративів виявилися справою набагато складнішою, аніж початково уявлялося Джорджу Бушу-старшому, який проголосив з нагоди падіння Берлінського муру (жовтень 1989 р.) та Мальтійського саміту США–СРСР (грудень 1989 р.) «новий світовий порядок». Роком раніше (1988 р.) така ж сама думка про демонтаж наративів холодної війни була сформульована в роботі Михайла Горбачова «Перебудова та нове мислення для нашої країни і для всього світу» [17]. Характерно, що книга вийшла водночас російською та англійською мовами, в СРСР і США. Колишній радянський лідер для більшої переконливості використовує біблійний наратив рятівного «Ноєвого ковчега», констатуючи: «За всієї суперечливості сучасного світу, за всього різноманіття існуючих у ньому соціальних і політичних систем, за всієї неоднаковості вибору, який зробили в різні часи народи, він являє собою певну цілісність. Усі ми пасажири одного корабля – Землі, і не можна допустити, щоб він зазнав аварії. Другого Ноєвого ковчега не буде» [17].

Запізніле утвердження в Росії «нового мислення» й відмова від риторики та практичних дій у стилі «холодної війни», на жаль, наштовхнулися на перепони реваншистського «путінізму», який, зокрема, увінчався відвертою агресією проти України.

Отже, відповідь на критичне запитання, чи отримає подальший розвиток «холодна війна 2.0», передусім залежить від відмови Кремля від імперського гранд-наративу включно з визнанням ним права на існування нової історичної реальності – Національної Держави Україна, чільним складником і віддзеркаленням якої є Великий Український Національний Наратив.

Список використаних джерел

1. *Дьякова Б.Г.* Массовая политическая коммуникация в теории установления повестки дня: от эффекта к процессу // Политические исследования. 2003. №3. С.109-119.
2. *Neate Mark C.* The Battle of the Narrative. [Електронний ресурс] / School of Advanced Military Studies United States Army Command and General Staff College Fort Leavenworth. – Kansas. 2010. – 56 p. – Режим доступу : http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/sam/battle_of_narrative_neate.pdf
3. *United States* Department of the Army, Field Manual: Counterinsurgency, 3-24 (Washington DC: December 15 2006). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://usacac.army.mil/cac2/coin/repository/ FM_3-24.pdf
4. *Шевченко Тарас.* Гайдамаки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://poetry.uazone.net/kobzar/gaidamaky.html

5. *Olcott Anthony*. And Ye Shall Know Your Story // ISD *Working Papers in New Diplomacy* / Institute for the Study of Diplomacy Edmund A. Walsh School of Foreign Service Georgetown University. – Washington, DC, June 2011.
6. *Ліотар Жан-Франсуа*. Ситуація постмодерну // Філософська і соціологічна думка. – 1995. – №5–6. – С. 15–38.
7. *Gatehouse Gabriel*. The Russians who fear a war with the West [Електронний ресурс] // BBC Newsnight. – 25 October 2016. – Режим доступу : http://www.bbc.com/news/world-europe-37766688
8. *Пропп В. Я.* Морфология волшебной сказки. Исторические корни волшебной сказки // Собрание трудов В. Я. Проппа / Комментарии Е.М. Мелетинского, А.В. Рафаевой; составление, научная редакция, текстологический комментарий И.В. Пешкова. – М. : Лабиринт, 1998. – 512 с.
9. *Labov William*. The Transformation of experience in narrative syntax // Language in the Inner City: Studies in the Black English Vernacular. – Philadelphia : University of Pennsylvania Press, 1972.
10. *Александр Дугин:* «В США многие считают, что Путин – это библейский Гог» [Електронний ресурс] // Изборский клуб. – Режим доступу : http://www.izborsk-club.ru/content/articles/9406/
11. *Reich Robert*. The Lost Art Of Democratic Narrative: Story Time // The Republic. – 2005. –March 28.
12. *Reich's* American Narratives [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://changingminds.org/disciplines/storytelling/plots/reich_narrative.htm
13. *Wisialowski Bart Nathan*. Metanarratives of the New World Order: Analyzing Narrative Discourse and The End of History as Case Study : Dissertation submitted in partial satisfaction of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in History. – University of California, Irvine. 2010.
14. *A National Strategic* Narrative by Mr Y. [Електронний ресурс] / Woodrow Wilson International Center for Scholars. – Washington, DC, 2011. – Режим доступу : https://www.wilsoncenter.org/sites/default/files/A%20National%20Strategic%20Narrative.pdf
15. *Kennan George F.* The Charge in the Soviet Union (Kennan) to the Secretary of State / 861.00/2 - 2246: Telegram. Secret [Електронний ресурс]. – Moscow, February 22, 1946. – Режим доступу : http://nsarchive.gwu.edu/coldwar/documents/episode-1/kennan.htm
16. *Kennan George F.* The Sources of Soviet Conduct // The Foreign Affairs. – 1947. – Vol. 26. – No. 2. – P. 566–582.
17. *Горбачев М.С.* Перестройка и новое мышление для нашей страны и для всего мира. – М. : Политиздат, 1988. – 271 с.

References

1. *D'yakova* B. Massovaya politicheskaya kommunikatsiya v teorii ustanovleniya povestki dnya: ot effekta k protsessu [Mass Political Communication in the theory of the establish of the agenda: from the effect to the process] // Politichsekiye issledovaniya. 2003. №3. S.109-119 [in Russian].
2. *Neate,* Mark C. (2010). The Battle of the Narrative. School of Advanced Military Studies United States Army Command and General Staff College Fort Leavenworth. Kansas. Retrieved from http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/sam/battle_of_narrative_neate.pdf [in English].
3. *United* States Department of the Army, Field Manual: Counterinsurgency, 3–24 (December 15 2006). Washington: DC. Retrieved from http://usacac.army.mil/cac2/coin/repository/ FM_3-24.pdf [in English].
4. *Shevchenko,* Taras. Gaydamaki. Retrieved from http://poetry.uazone.net/kobzar/gaidamaky.html [in Ukrainian].
5. *Olcott,* Anthony. And Ye Shall Know Your Story./ *ISD Working Papers in New Diplomacy*. Institute for the Study of Diplomacy Edmund A. Walsh School of Foreign Service Georgetown University. Washington, DC. June 2011 [in English].
6. *Liotar,* Zhan-Fransua. (1995). Sytuatsiya postmodernu [The Postmodern Condition]. *Filosofs'ka i sotsiolohichna dumka – Philosophical and sociological though* , 5–6, 15–38 [in Ukrainian].
7. *Gatehouse,* Gabriel. (25 October 2016). The Russians who fear a war with the West. *BBC Newsnight*. Retrieved from http://www.bbc.com/news/world-europe-37766688 [in English].
8. *Propp,* V.Ya. (1998). Morfologiya volshebnoy skazki. Istoricheskiye korni volshebnoy skazki [Morphology of the Folktale. Historical Roots of the wonder tale]. In *Sobraniye trudov V. Ya. Proppa – Assembly of labor of V.Ya. Propp*. M.: Labirint [in Russian].
9. *Labov,* William. (1972). The Transformation of experience in narrative syntax. *Language in the Inner City: Studies in the Black English Vernacular*/ Philadelphia: University of Pennsylvania Press[in English].
10. *Aleksandr* Dugin: «V SSHA mnogiye schitayut, chto Putin – eto bibleyskiy Gog» [In the US many people think that Putin is the biblical Gog]. Izborsk klub. Retrieved from http://www.izborsk-club.ru/content/articles/9406 [in Russian].
11. *Reich,* Robert. (March 28, 2005). The Lost Art Of Democratic Narrative: Story Time. *The Republic* [in English].

12. *Reich's* American Narratives. Retrieved from http://changingminds.org/disciplines/storytelling/plots/reich_narrative.htm [in English].
13. *Wisialowski,* Bart Nathan. (2010). Metanarratives of the New World Order: Analyzing Narrative Discourse and The End of History as Case Study. Dissertation submitted in partial satisfaction of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in History. University of California, Irvine [in English].
14. *A* National Strategic Narrative by Mr Y. (2011). Woodrow Wilson International Center for Scholars. Washington, DC. Retrieved from https://www.wilsoncenter.org/sites/default/files/A%20National%20Strategic%20Narrative.pdf [in English].
15. *Kennan,* George F. (February 22, 1946). The Charge in the Soviet Union (Kennan) to the Secretary of State / 861.00/2 - 2246: Telegram. Secret. Moscow. Retrieved from http://nsarchive.gwu.edu/coldwar/documents/episode-1/kennan.htm [in English].
16. *Kennan,* George F. (1947). The Sources of Soviet Conduct. *The Foreign Affairs,* 26:2, 566–582 [in English].
17. *Gorbachev,* M.S. (1988). Perestroyka i novoye myshleniye dlya nashey strany i dlya vsego mira [Perestroika: New Thinking for Our Country and the World]. Moscow: Politizdat [in Russian].

УДК 355.01

ГІБРИДНА ВІЙНА ЯК ДИСКУРСИВНИЙ КОНСТРУКТ

Яворська Галина Михайлівна,
доктор філологічних наук, професор

У статті висунуто тезу про два асиметричні модуси існування війни – фізичний та дискурсивний. У військовому (матеріальному) вимірі російсько-український конфлікт є локалізованим, натомість дискурс цієї гібридної війни набув глобального масштабу. Інтерпретаційна складова гібридної війни реалізується за допомогою дискурсивних вербально-семіотичних засобів. Конфлікт інтерпретацій під час гібридної війни використовується як різновид зброї поряд з іншими невійськовими компонентами гібридних дій. Відзначено зв'язок сприйняття війни з перформативами (*оголошення війни, підписання миру*) та варіантами її назв. Окрему увагу приділено аналізові поняття перемоги.

Ключові слова: гібридна війна, дискурс, конфлікт інтерпретацій, розуміння війни, концепт перемоги.

Yavorska Galina

HYBRID WAR AS DISCURSIVE CONSTRUCT

The article explores the idea of two asymmetric modes of existence of war – both physical (material) and discursive. In the military (material) dimension the Russian-Ukrainian conflict is localized, but the discourse of this hybrid war has reached a global level. The interpretative component of a hybrid war is implemented with verbal semiotic means. During a hybrid war the conflict of narratives is weaponized along with other non-military components of the hybrid warfare. The author reveals the relation between the perception of war and performatives (*to declare war, to sign a peace agreement*) so as its connection with principles of war labelling. Special focus is on the concept of victory structure.

Keywords: hybrid war, discourse, conflict of narratives, perception of war, victory concept.

Гібридні конфлікти та їхня специфіка

Поняття гібридної війни виявилося теоретично й практично найбільш придатним для визначення характеру російської агресії проти України. Для опору та стримування агресора Україні разом з її міжнародними партнерами необхідно мати чітке розуміння природи й характеру цього конфлікту.

Гібридну війну у загальному вигляді розуміють як воєнні дії, що здійснюють шляхом поєднання мілітарних, квазімілітарних, дипломатичних, інформаційних, економічних та інших засобів з метою досягнення стратегічних політичних цілей. Специфіка такого поєднання полягає в тому, що кожний з військових і невійськових способів ведення гібридного конфлікту застосовується у воєнних цілях та використовується як зброя. Перетворення на зброю (*weaponization*) відбувається не тільки в медійній сфері. Так само в прямому сенсі у ролі зброї, яка наносить ураження різного рівня системам противника, застосовуються всі інші невійськові засоби ведення гібридної війни. Таке функціональне поєднання у межах гібридних конфліктів гетерогенних явищ і засобів вимагає комплексного аналітичного підходу з боку представників різних галузей знань.

Мета статті – аргументувати необхідність розрізнення двох модусів існування гібридної війни як феномена фізичної реальності і як дискурсивного конструкта, а також поставити питання про характер співвідношення між ними.

Гібридні конфлікти і гібридні загрози на сьогодні розглядають як важливу характеристику міжнародного безпекового довкілля, що перебуває у стані системної кризи. Водночас у військовій та аналітичній спільнотах бракує єдності у розумінні феномену гібридної війни. Головне питання полягає в тому, чи змінилася природа сучасної війни, і чи є гібридні способи ведення війн принципово новими формами воєнних конфліктів, сучасних і майбутніх? Чи насправді йдеться лише про застосування нових комбінацій, прийомів і методів воєнних дій, відомих з античних часів, а сутність війни як була, так і залишається незмінною? Остаточної відповіді на це питання досі нема. Однак ситуація ведення бойових дій не позбавляє від потреби вирішення теоретичних питань, вважати так було б драматичною помилкою, оскільки в умовах війни правильна оцінка сутності воєнних явищ безпосередньо пов'язана з розробкою та перевіркою на практиці засобів оборони, захисту від агресії. Для України на сьогодні це питання є ключовим.

Деякі військові теоретики категорично відмовляють гібридним війнам у сутнісній специфіці, інші наполягають на тому, що така специфіка існує. Неприйнятним для багатьох експертів є надуживання терміном «гібридний», внаслідок якого він може застосовуватися настільки широко, що взагалі втрачає сенс.

Розмитість і невизначеність природи сучасних конфліктів відбивається у множинності термінологічних назв для широкого спектра явищ: *гібридна війна*, конфлікти у «сірій зоні», або *сірі війни* (*gray wars*), *необмежені конфлікти* (*unrestricted conflicts*) та ін., що мають на меті відрізнити сучасні війни від традиційних, або конвенційних видів збройних конфліктів. Надмірне застосування додаткових термінологічних «наліпок» для нинішніх конфліктів, їхнє нав'язливе повторювання поза поглибленою рефлексією над сутністю справи, змушує деяких експертів сумніватися, чи варто взагалі говорити про появу нових форм ведення війн, чи не коректніше розглядати новітні конфлікти як застосування класичних силових засобів та стратегій, ефективність яких посилена застосуванням розвинутих технологій у поєднанні зі свідомим використанням вразливих місць безпекових структур Західного світу [1]. Водночас, залишається фактом, що сучасні форми ведення війн породжують значну кількість нових військових, правових, а також соціальних, моральних та інших проблем, що вимагають невідкладних вирішень.

Два модуси існування гібридної війни – фізична дійсність та дискурсивний конструкт

Від давніх часів тема війни становить важливий предмет аналізу, і в наш час таких досліджень стає дедалі більше. Після початку російської агресії проти України у 2014 р. стрибкоподібно зростає кількість праць про гібридні війни. Війна взагалі, і нові форми ведення війн зокрема, поступово перетворюються на об'єкт міждисциплінарних досліджень. Комунікативні та когнітивні аспекти вивчення війн підвищують свою вагу.

Сучасні війни експерти розглядають як різновид ширшого поняття – «збройний конфлікт» (*armed conflict*), яке передбачає дві обов'язкові складові частини – наявність організованих озброєних контингентів та залученість до бойових дій певної інтенсивності [2]. З цього визначення випливає, що війну трактують як насамперед фізичний, матеріальний феномен – це зброя (танки, літаки, ракети, кораблі тощо), її застосування, нанесення ударів, захисні дії, руйнування об'єктів. Людські втрати, загибель військових та цивільних у ході конфлікту, також належать до фізичної сфери. Саме у фізичному вимірі втрата людського життя є остаточною і незворотною.

Водночас фізичні дії на полях боїв постійно супроводжуються процесами їхнього дискурсивного осмислення, словесного опису та аналізу. Зв'язок війни та слів, текстів, оповідей є давнім і невипадковим: недарма давньогрецька назва війни *pólemos* (від якої походить слово *полеміка*) об'єднувала у своєму значенні і збройні, і словесні баталії. Є всі підстави припустити, що дискурс про війну і війна у фізичному вимірі з'являються одночасно. Збройне зіткнення будь-якого рівня починає існувати як війна – тобто історична, соціальна, гуманітарна та інша подія – тільки в межах її дискурсивного (насамперед вербального) осмислення.

Фізичний модус існування війни завжди йде у супроводі її дискурсивного модусу. Війни набувають сенсу і статусу війни лише разом з дискурсивними формами. Найбільш кривава сутичка не є війною, доки про неї не створено оповіді.

Міфи, історичні хроніки, романи, репортажі, монографії, труди філософів та істориків, доповіді експертів і аналітиків, праці, присвячені військовому мистецтву, військове право тощо – перелік текстових і соціальних форм осмислення явища війни та інтерпретацій конкретних воєнних подій можна продовжувати і розширювати майже нескінченно. Об'єднує ці різноманітні види діяльності її знаковий (семіотичний) характер. Рефлексія про війну, так само як усі інші види рефлексії, розгортається в дискурсивному вимірі. Можемо стверджувати, що війни невід'ємні від словесних, дискурсивних практик.

Зв'язок війни зі словесними подіями, перформативами, підтверджує роль, яка надається фактові оголошення війни. *Оголошення війни* – це мовний і водночас соціальний акт. Недарма у традиційній свідомості і сучасному публічному дискурсі існує поняття, що справжньою, «правильною» війною є тільки *оголошена війна*. Водночас *неоголошена війна* на рівні загальноприйнятих уявлень є такою, що відхиляється від певного ідеалізованого зразка. Хоча за нормами міжнародного права після 1945 р., офіційний факт оголошення війни не є визначальним для визнання того, що війна або збройний конфлікт існують *de jure*. У Хартії ООН нічого не сказано про суттєвість факту оголошення війни для міжнародного права. У статті 2-й Женевських конвенцій 1949 р. стверджується, що їхні положення застосовують в усіх випадках збройних конфліктів, а не тільки у випадках війн, які було формально оголошено [2]. Однак для суспільної свідомості зв'язок війни зі словом і дискурсивними формами є важливішим, ніж абстрактні правові норми. Роль факту оголошення війни на рівні усталених культурних стереотипів є принциповою.

Війна і мир як соціальні події пов'язані зі словом, хоча війна асоціюється зі звуком, а мир – із тишею (пор. вислів «режим тиші» на позначення режиму припинення вогню за Мінськими домовленостями). Щоб розпочати війну, досить лідеру однієї зі сторін оголосити про це усно. Але для формального закінчення війни, як правило, потрібні письмово оформлені документи. Недарма війну *оголошують,* а мир – *підписують*. Можна згадати також про розмови, чутки, тобто вербальні дії і події, що виникають перед війною і супроводжують часи війни. У таких розмов-прикмет, як правило, колективний автор, що посилює їхню значущість: «Щось люде дейкають, що війна буде» (Словник Грінченка).

Дебати (вербальні суперечки) навколо «правильної» назви війни на Сході України і незаконної анексії Криму, вимоги «назвати війну війною» перетворилися на важливий складник нинішнього гібридного конфлікту. Позначення «антитерористична операція» (АТО) у публічному вимірі часто сприймається як таке, що не відбиває суті конфлікту між державами та ролі РФ як нападника. Окрему проблему для публічних дискусій становить назва *гібридна війна*. Чи є вона справжньою війною? З погляду загальноприйнятих уявлень, відповідь напрошується «ні». *«[Ц]я війна – на знищення. Або ми, або вони. Якою б «гібридною» і «несправжньою» вона комусь не здавалася»*, – пише блогер і письменник Антон Санченко, відбиваючи, тим самим, поширені публічні уявлення.

Таким чином, доходимо загального висновку, що війна реалізується як у матеріальному (фізичному), так і в дискурсивному вимірах. Згідно з цим, для визначення сутнісних ознак війни необхідно враховувати два модуси її існування: (1) війна як феномен фізичної реальності; (2) війна як дискурсивний конструкт. Співвідношення між двома модусами може бути описане, зокрема за допомогою сучасних когнітивно-семантичних та комунікативних підходів, які дозволяють поставити питання про характер зв'язку між текстами щодо війни (дискурсивними практиками й наративами) та матеріальними (фізичними) параметрами воєнних дій.

Асиметрія дискурсивного та матеріального модусів гібридної агресії (глобальний *vs.* локальний)

У військовому (матеріальному) вимірі російсько-український конфлікт є локалізованим, і на сьогодні, крім окупованого Кримського півострова, охоплює частину території Донецької та Луганської областей України (ОРДЛО). Натомість дискурс, пов'язаний з подіями в Україні, набув глобального масштабу, при цьому значно варіюючи на локальному (внутрішньоукраїнському), міждержавному (російсько-українському) і глобальному рівнях. Ці три головні виміри інформаційного дискурсу війни пов'язані з різними, часто контроверзійними інтерпретаціями подій.

Інформаційна й смислова специфіка російсько-української гібридної війни 2014–2016 рр., порівняно з попередніми конфліктами, які відносили до воєн цього типу, полягає, на наш погляд, в (1) інтенсивності та широті охоплення аудиторії інформаційних впливів, яка набула глобального масштабу, (2) систематичному й комплексному застосуванні медійних та новомедійних засобів і (3) створенні нового дискурсу війни, спрямованого на руйнування наявних і формування нових інтерпретаційних і смислових механізмів сприйняття дійсності.

Аналіз дискурсу гібридної війни передбачає увагу до її вербального складника та створюваних за його допомогою соціально-семіотичних конструктів. Для цього потрібно визначити дискурсивні механізми продукування смислів, поширюваних медіа й соціальними мережами у зв'язку з російською агресією в Україні та її наслідками.

Дискурс гібридного конфлікту не обмежується медійною сферою, виходить за її межі. Крім паперових, електронних та інтернет-медіа він охоплює широкий спектр соціальної комунікації, починаючи від приватних розмов на теми тих або інших різновидів протистояння і закінчуючи перемовинами дипломатів, які намагаються віднайти *дипломатичне розв'язання* російсько-українського конфлікту. Остання формула є яскравим зразком певного дискурсивного конструкту, що не тільки відсилає до концепту миру, але й вписується в розгорнутий наратив на тему захисту спокою як особливої, самодостатньої цінності, у тому вигляді як цей наратив сформувався в Європі після Другої світової війни. Концепт *дипломатичного розв'язання* належить, у наших термінах, до глобального рівня дискурсу війни.

Однак, у ситуації війни із застосуванням конвенційних військових засобів, з реальними фізичними руйнуваннями і смертями «мирні» концепти можуть бути неефективні. Більше того, пряме застосування «концептів миру» здатне породжувати додатковий шар конфліктних смислів.

Фактор перспективи у цій гібридній війні спрацьовує таким чином, що агресор, діючи дискурсивними засобами, намагається ідентифікувати себе як миротворця, приписуючи об'єктові нападу роль нападника. Стратегічні партнери України виявляються чутливими до цих інтерпретацій через відсилки до миру як абсолютної цінності. Їхні національні інтереси полягають у зацікавленості в найшвидшому завершенні конфлікту, ліквідації гарячої точки в Європі, на кордонах ЄС та на східному та південно-східному флангах НАТО. Роль України як жертви агресії безумовно визнано у частині незаконної анексії Криму, але збройний конфлікт на Донбасі інтерпретується зі значною мірою невизначеності. Натомість Україні у цьому загальному контексті, через переважання в агресора військового і загального національного потенціалу, та в межах дії прийнятої за сприяння західних партнерів формули про «мирний шлях вирішення конфлікту», не вдається повною мірою аргументувати, що право на оборону та захист об'єкта агресії є невід'ємним, і обмежується тільки загальними нормами міжнародного гуманітарного військового права.

Зважаючи на глобальний вимір дискурсивної реалізації конфлікту, цей аспект гібридної агресії потребує особливої уваги. Позначення *громадянська війна* спирається на фрейм, у якому поняття перемоги нівелюється, натомість на перший план виходить мета досягнення миру. Натомість *справедлива війна*, тобто війна проти агресора, передбачає досягнення перемоги задля встановлення миру. Таким чином, концепт миру, що позначає «нормальний», або «звичайний» стан суспільства, у дзеркалі когнітивно-семантичного аналізу виявляється похідним від концепту війни та конкретного способу його категоризації [3].

Дискурсивні практики реалізуються через ті або інші стратегічні наративи [4]. Дискурс війни пов'язаний з певними типами оповідей про події. Інтерпретація війни та конфліктів залежить від того, яким чином вони концептуалізуються. Ті або інші наративні схеми по-різному вичленовують події та по-різному визначають їхніх учасників (дійових осіб). Вибір термінів на позначення конфлікту (*війна між державами, громадянська війна, окупація, заморожений конфлікт*, *холодна війна* тощо) тягне за собою відповідні сюжетні та інтерпретаційні схеми і визначає згідно з ними учасників протистояння (противників та союзників, ворогів і друзів, місцевих жителів та біженців, партизанів і колаборантів, «своїх» та «чужих») та характер відносин, що їх пов'язують [5]. Водночас розходження інтерпретацій зумовлене, зрештою, фактором перспективи – позицією сторони в конфлікті.

Зіткнення інтерпретацій

Для явища гібридної війни питання розуміння та сприйняття подій є особливо значущим, оскільки під час гібридних воєн на перший план виходить проблема інтерпретації основних складових когнітивного фрейму військового конфлікту (бойового зіткнення), таких як: 1) сторони конфлікту (противники), 2) предмет «суперечки» (проблема, яку передбачено розв'язати шляхом війни), 3) мета сторін, а також супровідних складників фрейму: 4) інтенсивність боротьби, 5) тривалість конфлікту, 6) інструменти, 7) способи та засоби ведення бойових дій, 8) просторова та часова локація подій і, нарешті, 9) кінцевий результат (складові частини фрейму військового конфлікту наведено з урахуванням даних ресурсу *FrameNet* щодо загального фрейму «ворожого зіткнення» (*hostile encounter*), який на лексичному рівні включає іменники *війна* (*war*), *битва, боротьба* та інші поняття з цього ряду) [6].

Поняття гібридної війни спирається на когнітивний фрейм, що залишається остаточно не визначеним. Відхилення від усталеного фрейму війни – мета, зброя, учасники, руйнування, перемога/поразка, тощо – породжують численні невповні передбачувані ефекти, що впливають на політичні та воєнні рішення.

Кожен з елементів цього фрейму в процесі гібридного конфлікту отримує кілька варіантів інтерпретації, при тому, що у фізичній реальності їм відповідає один і той самий стан справ. Так, у процесі російської гібридної агресії проти України сформовано кілька версій щодо сторін конфлікту. У першій версії – це війна між РФ та Україною за участю регулярних збройних сил обох сторін, а крім того керованих і забезпечуваних зброєю з РФ іррегулярних місцевих формувань на Донбасі (сепаратистів, терористів). Водночас у другій версії, авторства РФ, вона відмовляється визнавати себе стороною конфлікту (попри зафіксовані Україною та міжнародними структурами незаперечні факти її участі) і нав'язує власну інтерпретацію, згідно з якою влада України («київська хунта») воює з російськомовним населенням України на Донбасі. За третьою версією, поширюваною впливовими міжнародними медійними агенціями, в Україні відбувається конфлікт між ЗСУ та підтримуваними РФ «повстанцями» на Сході країни. Є також поширювана з РФ версія щодо того, що на території України Росія воює із Заходом (варіант – зі США). Таким чином, навіть у визначенні сторін конфлікту створюється неясність, яка далі негативно впливає на дипломатичні зусилля, стає складовою частиною інформаційної війни тощо. Іншими словами, ***конфлікт інтерпретацій, під час гібридної війни використовується як різновид зброї поряд з іншими невійськовими компонентами гібридних дій.***

Зіткнення наративів з протилежними версіями подій не слід, однак, цілковито уподібнювати конвенційним військовим зіткненням. «Битва наративів» і битва у фізичній реальності відрізняються не тільки характеристиками структур, яким наноситься ушкодження, але й тривалістю перебігу та наслідками – «це швидше схоже на затяжне змагання, ніж бій з переможцями і переможеними» [7].

Суперечності інтерпретацій корелюють із суперечностями у позначеннях конфлікту (*проксі-війна, війна, громадянський конфлікт, міждержавний конфлікт, неоголошена війна, гібридна війна* тощо). Наявність численних неузгоджених назв підтверджує значущість цього аспекту для усвідомлення подій в Україні широким загалом.

Очевидні й неспростовні свідчення на підтвердження існування міжнародного збройного конфлікту вже протягом двох з половиною років фактично ігноруються значною частиною міжнародної спільноти. Чимала кількість західних політиків та експертів вважають події на Донбасі внутрішнім конфліктом, пристаючи до версії агресора і не розглядаючи РФ як сторону протистояння (див., наприклад, дані про Україну у великій базі даних збройних конфліктів Університету Уппсали [8]). Формат Мінських перемовин створений на основі розуміння природи цього конфлікту як внутрішньоукраїнського, що постійно обмежує ефективність наших дипломатичних зусиль. Невизнання за РФ ролі агресора принципово викривлює зміст подій, що відбуваються в Україні.

Перемога в контексті гібридної війни

Одна з особливостей гібридної війни полягає в тому, що цілковита воєнна перемога, на відміну від традиційної війни, буває в ній неможливою для жодної зі сторін [9]. Це переводить рішення питання у вимір смислів, які формуються за до-

помогою дискурсивних засобів. Іншими словами, в умовах гібридної війни перемога зі сфери фізичної дійсності перемішується до когнітивного виміру війни. Тут ми знову стикаємося з конфліктом інтерпретацій.

У випадку російсько-української агресії, закономірно натрапляємо на кілька цілковито суперечливих і логічно неузгоджених інтерпретацій перемоги. Так, на думку російського експерта С. Караганова, Росія вважає, що перемогла Захід і продовжує його «перевиховувати». Водночас деякі німецькі політики схиляються до думки, що трансатлантична єдність перемогла Росію мирними засобами – фактично, перемогла Німеччина, уникнувши поновлення нової холодної війни. Показово, що в обох підходах йдеться про перемогу у термінах конфлікту РФ – Захід. Хоча трактування подій (результатів конфлікту) є абсолютно протилежним. З одного боку, це демонструє залежність поняття перемоги від того, як розуміють інтерпретатори, хто є головними учасниками конфлікту. З другого, цей приклад показує, що навіть, якщо учасників ідентифікують однаково, це не стає на перешкоді, щоб одночасно кожний оголосив себе переможцем.

Для України питання перемоги є життєво важливим, проте єдиної зрозумілої формули нині у нас нема. Зрозуміло, що на відміну від держави-агресора і країн-партнерів, у когнітивному фреймі війни з перспективи України маємо двох головних учасників: Україна як об'єкт агресії і РФ як країна-нападник. Перемога для України має концептуалізуватися як перемога у боротьбі з агресором.

При цьому зв'язок концептів перемоги і поразки у фреймі гібридної війни залишається неясним. За правилами «звичайної» війни перемога має бути проголошена спеціальною вербальною дією (подібною до дії оголошення війни). Сторона, що перемогла, декларує закінчення війни, а протилежна сторона визнає себе переможеною. Але цей сценарій в умовах гібридної війни є майже неймовірним. Агресор, який не визнає свою роль як учасника конфлікту і репрезентує себе як миротворця, не передбачає для себе, відповідно, будь-якого визнання поразки. Ще складніше говорити про зміст перемоги й поразки в умовах, коли час і форми завершення гібридного конфлікту залишаються невизначеними.

У повсякденному вжитку, в українському публічному дискурсі, в інтернет-мережах слово *перемога* виступає як протилежність не *поразки*, а *зради*. Крім того, *перемога* вживається як позначення для різновиду внутрішньополітичних суперечностей, досить далеких, на перший погляд, від ситуації гібридної війни, насамперед від ситуації на Донбасі.

Ця досить нестандартна ситуація, випадок поширення контекстуальних синонімів *зрада/перемога* у формі інтернет-мему, переводить наратив перемоги над зовнішнім противником до наративу перемоги над власною *злочинною владою* (ще один популярний інтернет-мем). Таким чином, маємо ситуацію відтворення моделі протиставлення *народ – влада*, успадкованої від подій Революції Гідності зими 2013–2014 рр. Ці позначення в сучасних текстах та окремих висловах вживають у контексті критики влади, як засіб дорікнути представникам владних структур за відхилення від «ідеалів Майдану» і *зраду* цим ідеалам [5] (рідше – і частіше іронічно – говорять про *перемогу* для схвалення дій громадськості, якій вдається відстояти свої інтереси). Таким чином, модель протиставлення *народ – влада* часів Майдану зими 2013–2014 рр. частково зберігає свою роль у типологічно подібному протистоянні громадськості і влади (хоча влада за цей час змінилася).

Проте, якщо взяти до уваги, що однією з цілей гібридної війни РФ проти України є підрив легітимності української влади і роздмухування внутрішньополітичних суперечностей, цей випадок зовні «нелогічної» інтерпретації *перемоги* як антоніма *зради* цілком вписується до дискурсивного контексту гібридної агресії. Хоча виразний ігровий відтінок протиставлення *зрада/перемога* частково знижує можливості його деструктивного застосування.

Специфіка гібридної війни потребує створення власного переконливого розуміння змісту перемоги над ворогом. Особливо важливим стає бачення бажаних післявоєнних сценаріїв із залученням принципів міжнародного права у частині *правила після війни* (*jus post bellum*) та їхньої модифікації для умов гібридної війни та з погляду відповідальності гібридного агресора.

Проте сьогодні тема закінчення війни, поза вимогами покарати агресора і міркуваннями про долю Криму і Донбасу, в українському публічному дискурсі майже не представлена. Що це означатиме на рівні людських життів неясно, що принципово відрізняє нинішню війну від дискурсу Другої світової, де ця тема концептуалізувалася як «повернення до мирного (дово-

єнного) життя». У сучасній Україні подібний «мирний» наратив нав'язується деякими представниками опозиції, однак він надто погано узгоджується з нинішніми внутрішньоукраїнськими та міжнародними реаліями.

У тому випадку, коли перспектива переконливої й остаточної військової перемоги над агресором є віддаленою, на перший план виходить когнітивний вимір гібридної війни, досягнення успіхів у якому потребує послідовного застосування дискурсивних засобів, створення ефективного стратегічного наративу з погляду виключно національних інтересів України.

В умовах гібридної війни, коли вирішальна військова перемога втрачає абсолютний характер, на перший план виходить проблема реалізації власних національних цілей та перешкоджання реалізації політичних цілей ворога. Головною політичною метою України є продовження свого існування як суверенної незалежної держави. Натомість гібридна агресія РФ проти України здійснена з політичною метою її упокорення, знищення суверенітету України і повернення її до сфери геополітичного впливу РФ. Цю мету передбачено досягти за допомогою трьох політичних вимог, сформульованих ще до початку гібридної війни, їх виконання (разом чи окремо) могло б засвідчити поразку України. Це федералізація нашої держави, офіційний статус російської мови як другої державної, і зміна зовнішньополітичного курсу, тобто юридично зафіксована відмова України від європейської та євроатлантичної інтеграції.

Військовий аспект перемоги над агресором забезпечується нарощуванням власної мілітарної потужності України як для цілей оборони, так і як фактор стримування нападника. Водночас, ***коли не вистачає ресурсів для безумовної військової перемоги, яка до того ж обернеться величезною кількістю жертв, досягти перемоги у гібридній війні можна лише невиконанням набору політичних вимог агресора***. Ці політичні вимоги РФ залишаються незмінними протягом усього періоду війни. Таким чином, перемога України – на когнітивному рівні – полягатиме у тому, щоб унеможливити виконання цих вимог РФ і продовжувати зберігати своє існування як самостійної держави.

Висновки

Феномен гібридної війни має два головні модуси існування – матеріальний (фізичний) і дискурсивний. Ці два модуси асиметричні. У військовому (матеріальному) вимірі російсько-український конфлікт є локалізованим, охоплюючи частину території України, натомість дискурс цієї гібридної війни набув глобального масштабу.

Інтерпретаційна складова гібридної війни, або когнітивний вимір ведення гібридних воєнних дій реалізується за допомогою дискурсивних вербально-семіотичних засобів.

Розгляд відмінностей у розумінні нових «змішаних» форм ведення бойових дій дозволяє ***поставити питання про наявність у сучасних підходах до гібридної війни відмінних перспектив, залежно від позиції сторін у конфлікті та їхніх цілей,*** а також про вплив «точки зору» на формування стратегій протидії гібриднім загрозам і гібридному нападу.

Список використаних джерел

1. *Echevarria II,* Antulio J. Operating in the Gray Zone: An Alternative Paradigm for US Military Strategy. [sine loco]: US Army War College Press, 2016. 67 p.
2. *Final* Report on the Meaning of Armed Conflict in International Law. *The Hague Conference* (2010). *Use of Force*. URL*:* http://www.ila-hq.org/download.cfm/docid/2176DC63-D268–4133–8989A664754F9F87 (Last accessed: 30.09.2016).
3. *Яворська Г.М.* Концепт «війна»: семантика і прагматика. *Стратегічні пріоритети*. Сер.: Філософія. 2016. № 1. С. 14–23.
4. *Miskimmon A.*, O'Loughlin B., Roselle L. Strategic Narratives: Communication Power and the New World Order. New York: Routledge, 2013.
5. *Яворська Г.* Мова як складник конфлікту. *Media Studies. Междисциплинарные исследования медиа*. Материалы конференции. Харьков, 2016. С. 103–108.
6. *FrameNet*. URL : https://framenet.icsi.berkeley.edu/fndrupal/ (Last accessed: 30.10.2016).
7. *Ministry* of Defence (2011). Strategic Communication: The Defence Contribution, *Joint Doctrine Note 1/11*: 2–10. URL:http://www.mod.uk/NR/rdonlyres/7DAE5158–63AD-444D-9A3F-83F7D8F44F9A/0/20110310JDN111_STRAT_COMM.pdf (Last accessed: 25.10.2015).
8. *Uppsala* Conflict Data Program. URL: http://ucdp.uu.se/#country/369 (Last accessed: 15.02.2016).
9. *Lasica* Daniel T. Strategic Implications of Hybrid War: A Theory of Victory. 2012. [s.l.]. 66 p.

References

1. *Echevarria* II, Antulio J. (2016). Operating in the Gray Zone: An Alternative Paradigm for US Military Strategy [s. l.]: US Army War College Press.
2. *Final* Report on the Meaning of Armed Conflict in International Law. *The Hague Conference (2010). Use of Force.* Retrieved from http://www.ila-hq.org/download.cfm/docid/2176DC63-D268–4133–8989A664754F9F87
3. *Yavorska,* Galyna (2016). Kontsept «viina»: semantyka i prahmatyka ["War" concept: semantics and pragmatics]. *Stratehichni priorytety. Filosofiia. – Strategic Prioriries. Philosophy,* 1, pp. 14–23 [in Ukrainian].
4. *Miskimmon,* A., O'Loughlin, B., Roselle, L. (2013). Strategic Narratives: Communication Power and the New World Order. New York: Routledge.
5. *Yavorska,* Galina (2016). Mova yak skladnyk konfliktu [Speech as a component of conflict]. *Media Studies. Mezhdystsyplynarnye issledovanyiya mediya. Materialy konferentsyi – Interdisciplinary Researches of Media. Conference Proceedings.* Kharkiv. Pp. 103–108 [in Ukrainian].
7. *Ministry* of Defence (2011). Strategic Communication: The Defence Contribution, *Joint Doctrine Note 1/11*: 2–10. Retrieved from http://www.mod.uk/NR/rdonlyres/7DAE5158–63AD-444D-9A3F-83F7D8F44F9A/0/20110310JDN111_STRAT_COMM.pdf
8. *Uppsala* Conflict Data Program. Retrieved from http://ucdp.uu.se/#country/369.
9. *Lasica,* Daniel T. Strategic Implications of Hybrid War: A Theory of Victory. (2012). [s.l.]. 66 p.

УДК 316.77: 342.5:81

«ЗРОЗУМІЛА МОВА» / PLAIN LANGUAGE ЯК УМОВА РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАЦІЇ ВЛАДА – ГРОМАДСЬКІСТЬ ТА ПОБУДОВИ НАРАТИВІВ

Баровська Анастасія Валеріївна,
кандидат наук з державного управління
Коваль Ірина Олександрівна

У статті розкрито сутність концепції «зрозуміла мова», вимоги якої стосуються організації текстів (структура, логіка викладу), дизайну матеріалів (візуалізація, логіка поділу), побудови речень і добору слів. Обґрунтовано переклад поняття *plain language* як «зрозуміла мова». З'ясовано, що концепція спрямована на три виміри «зрозумілості»: зрозуміло як знайти / запитати; зрозуміло те, що написане у знайденому; зрозуміло як використати те, що знайдене. Розкрито поширені упередження щодо практичного використання положень концепції.

Висвітлено «зрозумілу мову» як умову реалізації комунікації влада – громадськість: результатом нечіткості, незрозумілості комунікування органів влади стає щонайменше розгубленість, щонайбільше – безправ'я. Наведено позицію парламенту Великої Британії, який визнав, що використання незрозумілої бюрократичної мови, яке завдає значної шкоди, наприклад позбавляє когось доступу до пільг або послуг, доцільно класифікувати як «недобросовісне управління».

Показано, що застосування вимог концепції «зрозумілої мови» уможливлює вирішення проблеми розуміння, яка є визначальною для побудови наративу.

***Ключові слова*:** «зрозуміла мова», комунікація влада-громадськість, стратегічні комунікації, наратив.

Barovska Anastasiia, Koval Iryna

«PLAIN LANGUAGE» AS THE CONDITION OF COMMUNICATION POWER – PUBLIC AND CONSTRUCTION NARRATIVE

This article reveals the essence of the "plain language" that require certain text organization (structure, presentation logic), materials design (visualization, division logic), sentences construction, and word selection. Translation of "plain language" was justified. It was found that the concept focuses on three dimensions of intelligibility: clear how to find/ask, clear what was written in found, clear how to use what was found. Common prejudices about the practical use of the concept were revealed.

"Plain language" was discussed as a condition for implementation of the power-public communication: the results of blurriness and obscurity of government communication may be frustration at the least or injustice at the most. Was shown the position of the Parliament of the Great Britain which concluded that that the use of bad official language which results in tangible harm – such as preventing someone from receiving the benefits or services to which they are entitled – should be regarded as "maladministration".

It was shown that the application of "plain language" concept requirements makes it possible to solve the problem of understanding which is crucial for building a narrative.

Keywords: "plain language", public-power communication, strategic communication, narrative.

Міра слову не мовець, а слухач.
Платон

Постановка проблеми. Комунікація влада-громадськість загалом та окремі її напрями, зокрема стратегічні комунікації, комунікація реформ, кризова комунікація, для своєї належної реалізації потребують урахування впливу чинників розуміння, сприйняття та залучення. Влада має розуміти настанови та мотиви, які панують у суспільстві, щоб сформулювати ключові повідомлення. Ці повідомлення мають цілеспрямовано вплинути на уявлення, переконання та поведінку громадян й допоможуть залучити їх для просування інтересів і цілей держави. Натомість суспільство має розуміти ідеї і теми, запропоновані владою.

Особливої актуальності вивчення концепції «зрозумілої мови» набуває в контексті формування системи стратегічних комунікацій, розпочате в Україні в 2015 р. Семантичним наповненням (складником) системи стратегічних комунікацій є стратегічний наратив як макророзповідь, яка визначає основну ідею когнітивного конструювання дійсності. За різних підходів до стратегічного наративу [1] його створення та використання пов'язане з процесами пояснення та розуміння, в результаті яких ідеї та смисли стають спільними.

Забезпечення розуміння ідей та смислів, які влада намагається донести до суспільства, є основною ідеєю концепції «зрозумілої мови».

Аналіз досліджень. Ідеї зрозумілої мови сягають корінням часів античності. Загальновідомими є вислови: «Ясність – це головне достоїнство мови» Аристотеля та «Мова правди є простою» Сенеки, а також твердження Цицерона: «Коли ви хочете наставляти, будьте короткими; тоді людина швидко зрозуміє, що ви говорите, вивчить свій урок, і сумлінно збереже його».

Новітній час позначився відомим есе Дж. Оруелла (*George Orwell*) «Політика та англійська мова» (1946 р.), в якому автор знеславлює пафосну манеру висловлювання, безглуздість, невизначеність, і застарілі фразеологізми політичного жаргону [2]. Дж. Оруелл стверджував, що політичну мову «винайшли для того, щоб брехня звучала правдиво, вбивство викликало повагу, а порожні слова мали солідний вигляд».

Сучасні західні автори виділяють три блоки сфер, в яких зазвичай розглядається поняття «зрозумілої мови» [3]: правова сфера (у т. ч. урядові тести, нормативно-правові документи, інструкції для адвокатів та солісіторів щодо комунікації з клієнтами), бізнес-сфера (наприклад, кредитування, страхування), медична сфера (зокрема, як комунікувати з пацієнтами).

В Україні окремі розвідки щодо сутності концепції «зрозумілої мови», а надто її застосування за різними сферами, не проводилися [4].

Метою статті є визначення сутності концепції «зрозуміла мова» та визначення її можливостей у реалізації комунікації влада – громадськість, зокрема у побудові наративів.

Виклад основного матеріалу. Об'єднання урядових та правничих сфер у роботах західних авторів в одне проблемне поле випливає з основного постулату про те, що «зрозуміла мова» є одним зі складників реалізації права на інформацію[1] і належить до контексту сприяння доступності інформації. Таке забезпечення доступності через зрозумілість обумовило вибір означення[2] для перекладу назви концепції.

Переклад поняття *plain language* як «зрозуміла мова» зумовлений тим, що:

- ознака «доступна» в національній юридичній практиці часто розглядається як фізична можливість доступу [див., напр. 5], а ознака «проста» може надати неправильні орієнтири: експерти з *plain language* постійно підкреслюють, що це не спрощена мова;
- є лінгвістично закріплене поняття «проста мова», що означає своєрідний мовний феномен XVI-XVIII ст., утворений шляхом зближення церковнослов'янської та тогочасної української розмовної мови.

---

[1] Відповідно до Закону України «Про інформацію» кожен має право на інформацію, що передбачає можливість вільного одержання, використання, поширення, зберігання та захисту інформації, необхідної для реалізації своїх прав, свобод і законних інтересів.

[2] Варіантами перекладу слова *plain* з англійської мови є, зокрема: *чіткий, простий, доступний, легкий, очевидний, розбірливий тощо.* Означенням зручний скористалися учасники групи *Zruchna Mova y Facebook,* які надають переважно практичні лінгвістичні поради з використання «зрозумілої мови» та не ставлять собі за мету аналізувати саму концепцію та її потенціал у політико-управлінській практиці (Див.: https://www.facebook.com/Zruchna-Mova-539448456221452/).

Концепція «зрозуміла мова» передбачає висловлювання в такий спосіб, що забезпечує:

1) чіткість, компактність та впорядкованість (читабельність і зрозумілість) документів та відповідей на запити з метою максимально швидкого, легкого й повного розуміння інформації реципієнтом та її подальшого використання [2]. Ще одним аспектом забезпечення зрозумілості є легкість шляхів пошуку інформації. Тому концепція спрямована на три виміри «зрозумілості»: зрозуміло як знайти / запитати; зрозуміло те, що написане у знайденому; зрозуміло як використати те, що знайшов;

2) зниження потреби громадськості звертатися за роз'ясненнями, що зменшує навантаження на відповідні органи та дозволяє посилити увагу до сервісів на інших напрямах;

3) зменшення витрат державних органів на випуск пояснювальної літератури та консультації. Як зауважують дослідники результатів використання зрозумілої мови, «за допомогою зрозумілої мови можна зберегти приватним компаніям та державним установам купу грошей» [6].

Зрозуміла мова *уникає* багатослівності, заплутаності, жаргонізмів, евфемізмів, неологізмів, кліше; натомість *пропонує використовувати* [7]: (а) загальновідомі символи – %, №, «тризуб» тощо; (б) скорочення – ООН замість Організація Об'єднаних Націй, Євросоюз, Кабмін; (в) впізнаванні гасла й слогани, наприклад, «Схід і Захід разом», «Герої не вмирають», «Борімося – поборемо!».

Прикладами правил «зрозумілої мови» є такі:

- будь-яка мова настільки багата, що в ній завжди знайдеться короткий та ємний синонім для довгого слова;
- дієслово завжди ліпше за іменник;
- довжина речення не повинна перевищувати 20 слів;
- доцільно чергувати короткі та довгі речення;
- абзаци не мають перевищувати п'яти рядків – інакше до кінця абзацу читачі втомляться [8];
- доцільно чергувати короткі й довгі абзаци тощо.

Незважаючи на широкий потенціал застосування «зрозумілої мови», є низка упереджень щодо практичного впровадження концепції, зокрема:

- зрозуміла мовою є антилітературною, антиінтелектуальною, примітивною, одноманітною, некрасивою, прісною, дитячою або базовою;
- ідея зрозумілої мови є надто невизначеною, щоб бути корисною;
- зрозуміла мова орієнтується на «читача» і не залежить від «тексту»;
- зрозуміла мова зосереджена на простих словах та коротких реченнях;
- вимоги зрозумілої мови не стосуються використання технічних термінів;
- зрозуміла мова є неточною [6].

Вимоги «зрозумілої мови» стосуються організації текстів (структура, логіка викладу), дизайну матеріалів (візуалізація, логіка поділу), побудови речення та добору слів. Ці вимоги у процесі комунікації органів влади мають застосовуватися, зокрема, до прес-релізів, новин, консультацій, форм для заповнення, відповідей на запити. Так само необхідним є дотримання вимог і для підготовки нормативно-правових актів та офіційних документів.

Критична важливість «зрозумілої мови» у діяльності органів державної влади виникає передусім через їх специфічну відповідальність у наданні допомоги громадянам реалізувати їхні права та виконувати обов'язки, а також вирішенні найважливіших та комплексних проблем суспільного розвитку.

У 2009 році за ініціативи Комітету у справах державної служби (*The Public Administration Select Committee*) Палати общин парламенту Великої Британії відбулися слухання, за результатами яких законодавці дійшли висновку, що випадки, коли використання незрозумілої бюрократичної мови завдає значної шкоди, наприклад, позбавляє когось доступу до пільг або послуг, доцільно класифікувати як «недобросовісне управління». У підсумку було підготовлено доповідь «Офіційна мова: вживання і зловживання» (*"Bad Language: The Use and Abuse of Official Language*"), в якій, зокрема, стверджується [9]:

- мова, якою розмовляють уряд і органи державної влади, важлива, оскільки безпосередньо впливає на життя людей;
- офіційні формулювання занадто часто спотворюють зміст сказаного і вводять в оману. Це небезпечно, оскільки не дає суспільству зрозуміти суть політичних дій та їх наслідки;
- важливо, щоб уряд чітко роз'яснював, у чому полягає політика, і надавав зрозумілу інформацію щодо отримання адміністративних послуг і пільг;
- мова є свідченням того, як політики та посадові особи ставляться до народу, якому повинні служити;

■ нерозуміння громадянами чиновників і законодавців призводить до зростання недовіри до влади.

Ситуація, охарактеризована британськими парламентарями, є прикметою і українських політичних реалій.

Загальні вимоги до комунікування влади з громадянами є такими:

1) уникнення політичних «професіоналізмів»: що вищою є трибуна, з якої вимовляються слова про народні потреби, то простішими мають бути ці слова, нижчий рівень надає більше підстав для використання канцелярських зворотів й штампів. Коли до канцеляриту звертається начальник нижчої ланки влади, це може сигналізувати про те, що промовець «в темі». Якщо ж до канцеляриту вдаються представники вищої влади, це сигналізує лише про її відірваність від народу [10].

2) недопущення різнотлумачення через використання багатозначних слів: мова політики має наближатися до максимальної точності позначення, що є неодмінною умовою професіоналізму політичної комунікації [11].

Результатом нечіткості, незрозумілості комунікацій органів влади стає щонайменше розгубленість, щонайбільше – безправ'я [12].

Комунікація взаєморозуміння (*clear communication*), що забезпечується дотриманням правил «зрозумілої мови», є особливо важливою для держави у переламні моменти, коли подальший розвиток суттєво визначається однаковим баченням мети. Завдання створити умови для адекватного сприйняття проблем громадськістю та сформулювати мету й перспективу, які будуть зрозумілі суспільству, накладають особливі вимоги на здійснення комунікування органів влади.

Поточний переламний момент в історії України зумовлений, зокрема, зовнішньою агресією, що однозначно поставила на порядок денний питання цивілізаційного вибору, який до того підмінювався категорією багатовекторності.

Новий етап державотворення неможливий без формування нового наративу як загальної канви, розповіді історії держави, «на базі якого породжується решта текстів» [13]. Є. Суботіч (*Jelena Subotić*) стверджує, що «у часи великих криз і загроз для різних вимірів державної безпеки (фізичної, соціальної, а також онтологічної) наративи вибірково активуються, щоб забезпечити когнітивний міст між зміною політики, що усуває фізичний виклик безпеці (наприклад, відокремлення території), та збереженням стану онтологічної безпеки за рахунок забезпечення автобіографічної наступності, відчуття усталеності порядку, гарної обізнаності ситуації та спокою» [14].

Наративи не існують ізольовано, вони є не просто результатами інтерпретації. Наративи вбудовані в щоденний діалог та риторику й існують у відносинах, що взаємно оспорюються. Д. Уертш (*James V. Wertsch*) підкреслює, що наративи створюють основу не лише для того, що колись було, а й для того, що повинно бути, отже, наративи є нормативними за своєю природою. Вони несуть у собі прагнення до певного соціального порядку та визначений набір соціальних дій і політик [цит. за 14].

Наративи є соціальними структурами, які визначають сприйняття й ставлення, створюють очікування, інтереси, і зрештою формують поведінку. Відповідно до концепції М. Гайдеггера (*Martin Heidegger*) наративи закріплюють за предметами їхній смисл, поєднують смисл, реальність і розуміння [15]. У такий спосіб проблема розуміння стає визначальною для побудови наративу.

Головним засобом для побудови наративу є мова. Якщо той, хто створює наратив, хоче бути сприйнятим, то має використовувати мову так, щоб у свідомості реципієнта поставали потрібні значення й смисли. Дотримання вимог «зрозумілої мови» в такий спосіб позитивно впливатиме на однозначність сприйняття сконструйованого наративу. Зрозумілість й спільність ідей і смислів для критичної маси соціальних суб'єктів дозволяє сприймати наратив як соціальний факт, що, зрештою, визначає його дієвість та ефективність.

Висновки

Концепція «зрозуміла мова» передбачає висловлювання в такий спосіб, що забезпечує чіткість, компактність та впорядкованість (читабельність і зрозумілість) документів та відповідей на запити з метою максимально швидкого, легкого й повного розуміння інформації реципієнтом та її подальшого використання. Концепція спрямована на три виміри «зрозумілості»: зрозуміло як знайти / запитати; зрозуміло те, що написане у знайденому; зрозуміло як використати те, що знайдене.

Концепція «зрозуміла мова» є умовою реалізації комунікації влада – громадськість, оскільки результатом нечіткості, незрозумілості комунікування органів влади стає щонайменше розгубленість, щонайбільше – безправ'я.

Застосування вимог концепції «зрозумілої мови» уможливлює вирішення проблеми розуміння, яка є визначальною для побудови наративу. Адже розуміння й спільність ідей і смислів для критичної маси соціальних суб'єктів дозволяє сприймати наратив як соціальний факт, що визначає його дієвість та ефективність.

Перспективами подальших розвідок є з'ясування важливості використання принципів «зрозумілої мови» під час криз та кризових ситуацій.

Список використаних джерел

1. *Дубов Д. В.* «Стратегічний наратив»: до проблеми реалізації сутнісної складової стратегічних комунікацій в Україні. Аналітична записка. URL: http://www.niss.gov.ua/articles/2377/
2. *Plain* language. Wikipedia : the free encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Plain_language
3. *Amrei C. Joerchel.* Literature review: Plain language and clear communication. URL: http://icclear.net/wp-content/uploads/2015/02/updated-literature-review-07–03–2014.pdf
4. *Баровська А.В.* «Зрозуміла мова» як основа підготовки нормативно-правових актів: наукова думка та практика в Україні. *Матеріали шостої міжнародної наукової конференції «Парламентські читання»*. Київ, 2016.
5. *Про доступ* до публічної інформації: Закон України від 13.01.2011 р. № 2939-VI. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2939–17.
6. *Kimble J.* Writing for Dollars, Writing to Please: The Case for Plain Language in Business, Government, and Law. N.Y.: Carolina Academic Press, 2012. 184 p.
7. *Public* relations: strategies and tactics / Dennis L. Wilcox, Gles T. Cameron, Phillip H. Ault, Warren K. Agee. 7th ed. Pearson Education, 2003. Pp.171–175.
8. *Галь Н.* Слово живое и мертвое. М., 2001. 386 с.
9. *Bad* Language: The Use and Abuse of Official Language ; First Report of Session 2009–10 / House of Commons Public Administration Select Committee. 2009. 52 p.
10. *Хазагеров Г.* Партия, власть и риторика. М., 2006. 42 с.
11. *Китик М.В.* Снижение интенсивности высказывания в политическом дискурсе: (На материале заседаний Британского парламента) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2004. 18 с.
12. *Etzkorn* Irene A. Ed. by R. Steinberg. Why Government has difficulty Communicating. *Plain Language*. Detroit, 1991. P. 222.
13. *Почепцов Г.* Стратегические коммуникации в условиях информационного противоборства. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/strategicheskie_kommunikatsii_v_usloviyakh_informatsionnogo_protivoborstva/
14. *Subotić* Jelena. Narrative, Ontological Security, and Foreign Policy Change. *Foreign Policy Analysis*. 2016. № 12. P. 610–627.
15. *Теребков* А.С. Нарративная фигурация как основа бытия языка в концепции М. Хайдеггера. *Омский научный вестник*. 2011. № 2(96). С. 81–84.

References

1. *Dubov,* D. V. «Stratehichnyj naratyv»: do problemy realizatsii sutnisnoi skladovoi stratehichnykh komunikatsii v Ukraini. Analitychna zapyska [«Strategic narrative»: towards the problem of strategic communication's essential components implementing in Ukraine.]. Retrieved from http://www.niss.gov.ua/articles/2377/ [in Ukrainian].
2. *Plain* language. Wikipedia : the free encyclopedia. Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Plain_language
3. *Amrei C. Joerchel* Literature review: Plain language and clear communication. Retrieved from http://icclear.net/wp-content/uploads/2015/02/updated-literature-review-07–03–2014.pdf
4. *Barovska,* A.V. (2016). «Zrozumila mova» yak osnova pidhotovky normatyvno-pravovykh aktiv: naukova dumka ta praktyka v Ukraini. Materialy shostoi mizhnarodnoi naukovoi konferentsii «Parlamentski chytannia» [«Plain language» as a basis for the law preparation: scientific understanding and practice in Ukraine] [in Ukrainian].
5. *Zakon* Ukrainy Pro dostup do publichnoi informatsii : vid 13.01.2011 r. № 2939-VI [Access to Public Information: Law of Ukraine]. Retrieved from http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2939–17 [in Ukrainian].
6. *Kimble,* J. (2012). Writing for Dollars, Writing to Please: The Case for Plain Language in Business, Government, and Law. N.Y. : Carolina Academic Press.
7. *Dennis,* L. Wilcox, Gles, T. Cameron, Phillip, H. Ault, Warren, K. Agee (2003). Public relations: strategies and tactics (pp. 171–175).

8. *Gal,* N. (2001). Slovo zhivoe i mertvoe [Word alive and dead]. M.: Mezhdunarodnye otnoshenija [in Russian].
9. *Bad* Language: The Use and Abuse of Official Language ; First Report of Session 2009–10 / House of Commons Public Administration Select Committee. 2009. 52 p.
10. *Hazagerov,* G. (2006). Partiya, vlast i ritorika [Party, power and rhetoric]. M.: Izdatelstvo «Evropa» [in Russian].
11. *Kitik,* M.V. (2004). Snizhenie intensivnosti vyskazyvaniya v politicheskom diskurse: (Na materiale zasedanij Britanskogo parlamenta) [Reducing the intensity of the statements in the political discourse: (On a material of the British Parliament sessions)]. Extended abstract of candidate's thesis. Volgograd [in Russian].
12. *Etzkorn,* Irene A. (ed. by R. Steinberg) (1991). Why Government has difficulty Communicating. Plain Language. Detroit.
13. *Pochepcov,* G. Strategicheskie kommunikacii v usloviyah informacionnogo protivoborstva [Strategic communications under the information warfare]. Retrieved from http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/strategicheskie_kommunikatsii_v_usloviyakh_informatsionnogo_protivoborstva/ [in Russian].
14. *Subotić,* Jelena (2016). Narrative, Ontological Security, and Foreign Policy Change. Foreign Policy Analysis, 12, 610–627.
15. *Terebkov,* A.S. (2011). Narrativnaya figuraciya kak osnova bytiya yazyka v koncepcii M. Hajdeggera [Narrative figuration as the basis of language being in Heidegger's concept.]. Omskij nauchnyj vestnik – Omsk Scientific Bulletin, 2(96), 81–84 [in Russian].

УДК 172.4:519.76”71”(477)”2014-2016”

THE SEMIOTIC EVOLUTION OF THE SIGNS “WAR” AND “PEACE” IN UKRAINE: 2014 – 2016

Zahorodskiy Andriy

Abstract. The article centers around semiotic approach to the issue of the perception of «oppositional symbols» of war and peace over 2014 – 2016 in Ukraine. The main findings are as follows. Over 2 years, Ukrainians began to associate the “war” with the “problem” as well as with fears and incomprehension rather than with victory, during this period, the concept of “peace” was localized within Donbas and within the talks in Minsk and dropped out of the discourse in the context of “peace in Ukraine” or “peace in Europe”. Basically, the media linked the concept of war with victims and statistics. The media did not unite “fight against corruption” with “war” / “winning the war” / “achieving peace”. “Peace” in the media is part of some situational diplomatic negotiations.

The study of “war” and “peace” in focus groups showed that the key connotation of “war” and “peace” is with the words “nothing clear”, “uncertainty”, “fatigue”. The sender of the message and the transmitter of the message (the media) rarely relate their sign system with a system of their audience. Blurring the connotations of “war” and “peace” by the media during the 2014 – 2016 did not contribute to the consolidation of Ukrainian society, but consolidation is possible, if the government’s communication will introduce a new series of semiotic symbols.

According to the author, the problem could be solved by means of elaborating and increasing the complexity of the appropriate codes. Recommendations on increasing the complexity codes are proposed by the author.

Keywords: war, peace, semiotics, code, sign.

Relevance. For the first time after the Second World War, Europe was faced with a large-scale redistribution of borders and the threat of war on the continent. Neither Ukraine nor the EU countries were ready for such challenges as annexation of the Crimean peninsula and part of Ukrainian Donbas. Debates on peace issues in Europe were reduced to private negotiations in Minsk. The primary question is: what to do if there is a new escalation of the war in Ukraine?

The answer lies, in particular, in the sphere of the consolidation of Ukrainian society. This problem could be solved by the improvement of some aspects of communication.

The article aims to cover the dynamics of changes and evaluate in interpretation connotations of “war” and “peace” in the minds of Ukrainians in the information field, to show the connection between the nature of media content about war and peace, and the phenomena of social consciousness and to make recommendations for changes in media content in relation to the representation of “war” and “peace” in order to consolidate Ukrainian society. The article is based on the research made in the frameworks of the “Government Communication Reform” project carried out by the Ministry of Information Policy of Ukraine and the Secretariat of the Cabinet of Ministers of Ukraine jointly with the Communication Reform Group consultants.

Methodology. The methods used in the research were as follows: an *overview of sociological researches* (to understand the dynamics of the general mood in the country in the context of understanding the “war” and “peace” symbols); *content analysis* (to understand the reasons for these attitudes, analyzing the dynamics of the context and the use of the “war” and “peace” symbols in the

news media); *focus groups* (to simulate in the laboratory the communicative model of communication (moderator – group) to better understand the meaning of "war" and "peace" connotation, interpretation and perception; *experimental profile survey* (to understand how to specify any semiotic units associated with the "war" and "peace" and to eliminate noise).

Summary of the main research. This study is experimental. There is little of discussions and literature directly on research subject (in Ukraine and Europe). The study is based on the classical theoretical background of semiotics as a basis for this analysis: Saussure, Baudrillard, Barthes, Eco.

In this study the text as a system of signs will be considered. The first version of this analysis was suggested by Roland Barthes. According to him, textual analysis does not attempt to describe the structure of a work; it is not a matter of recording a structure, but rather of providing a mobile structuration of the text (1989).

As Umberto Eco found, the relation between a signifier and a signified – that is what the code is (1968). In terms of criticism of this approach, Deacon views the semiotics as one of the types of text analysis, rather than a comprehensive science of cultural forms (1999). Critics claim that semioticians do not always make explicit the limitations of their techniques, and semiotics is sometimes uncritically presented as a general-purpose tool.

Sociology: changes of basic perceptions in Ukraine: 2014 – 2106

Since the beginning of the war in Ukraine (spring, 2014) till now (spring, 2016), the perception of the signs "war" and "peace" has undergone significant changes: from vehement patriotism in the summer of 2014 to irritation in 2016. Key mood in Ukraine in the spring – summer of 2014 was «to defend the country.» In the summer of 2014 the media clearly transmitted the thesis that "Ukraine has been attacked," which evoked an addressee's response.

Razumkov Center Study (1): "Readiness to join the army voluntarily to go to war among men under the age of 55 years old – 30 %, i.e. 1/3 of all men liable for military service. 60 % of Ukrainians come out for using force against terrorists. 28 % – only for the talks"[1].

During 2015 a fundamental change in the war perception was observed: people felt a desire to just "stop the war," often – "by all means." Exactly one year later (spring, 2015) the willingness to use force in Ukraine halved. The survey found that men had serious doubts as to whether to join the army. More than half of Ukrainians called a priority for the government to stop the war in Eastern Ukraine. That is – to "stop" and not to "win." The war reduced to the territory of Donbas, it does not relate to the whole Ukraine. Fears about the war reinforced sharply. Hryvnia devaluation and economic problems replaced the military theme. At the end of 2015, the war became the category of a "problem". At the end of 2015, Ukrainians associated "peace" with "peace in Donbas" rather than with "peace in the country."

The results of a sociological survey conducted by the Kiev International Institute of Sociology in January 2015: 33.2 % of residents of Ukraine were in favor of continuing the Ukrainian army military operations which would result in the liberation of the occupied territories[2].

The results of "National reconciliation" sociological survey conducted in January by the International Center for Political Studies, with the support of the Netherlands Embassy to Ukraine[3]: "Task №1 for the Ukrainian government is to stop the war: 67.2 %.

The results of a survey conducted by GfK Ukraine from February 2nd through February 15th, 2015: A third of the Ukrainians believe that the government should make any concessions to stop the war. "40 % of Ukrainians fear the war with Russia. This is the greatest fear among the population."

---

1 Survey of Razumkov Centre, "Public opinion on social and political situation in Ukraine" 25–29 April 2014". Available at http://nbnews.com.ua/ua/tema/121343/

2 Survey of the Kiev International Institute of Sociology in January 2015 r. Available at http://24tv.ua/kozhen_tretiy_ukrayinets_vistupiv_za_prodovzhennya_ato___opituvannya_n529982 Available at http://ndialog.org.ua/uploads/files/rezultati %20 sociologichnogo %20opituvannya %20- %20regionalniy %20 rozriz/00_Survey_Ukraine_ua.pdf

3 The survey of International Center for Political Studies, with the support of the Netherlands Embassy to Ukraine 25 December 2014 to 19 January 2015. Available at http://ndialog.org.ua/uploads/files/rezultati %20sociologichnogo %20opituvannya %20- %20 regionalniy %20rozriz/00_Survey_Ukraine_ua.pdf

The results of a survey conducted by Center for Social Studies "Sofia" in May 2015[4]: More than 60 % of respondents believe that the war must be stopped even by abandoning the occupied territories.

In 2016, the war has been finally tagged as "problem." War and peace are drowning in the waves of messages about the economic crisis in Ukraine and overcoming corruption.

The results of a survey conducted by "Rating" sociological group[5] commissioned by the International Republican Institute (IRI) and funded by the Government of Canada. Respondents interpret the war as a problem along with corruption. Optimism – at the level of the last period of Yanukovych (2013): only 15 % believe that the country is following the right direction. As to the war, Ukrainians do not see any positive prospects. Thus, 60 % of the respondents consider military operations in Donbas to be the main problem of Ukraine.

Thus, over 2 years, Ukrainians began to associate the "war" with the "problem" as well as with fears and incomprehension rather than with victory, during this period, the concept of "peace" was localized within Donbas and within the talks in Minsk and dropped out of the discourse in the context of "peace in Ukraine" or "peace in Europe."

Role of Media (2014–2016) and content analysis

Having analyzed the above perception of the recipient ("Receiver") / recipient of messages, let us return to a closer consideration of messages from the sender ("Transmitter") of messages about war and peace.

It was analyzed content of the following TOP 7 media: "Ukrayinska Pravda" (online) "Obozrevatel" (online), Tsenzor.net (online), "Segodnya" (print media), "Argumenty i Fakty" (print media), TSN (1+1 channel, TV), Podrobnosti (Inter channel, TV) протягом 3 periods: April-May 2014, April-May 2015, January-February 2016. Метою стало assess content by the topics we have dealt with mentions of the words «war / ATO» and restoration / achievement / resumption / establishment of "peace» in the texts. To assess frequencies of mention of the words "victory" and "corruption" in the context of the topic it was considered the published works where "victory" + "war / ATO" and "corruption" + "war / ATO" as well as the course of combat operations/statistics are mentioned jointly in a single text: published works with information about casualty rate and course of combat operations, statements of the ATO headquarters.

The content analysis has shown that

1. Basically, the media linked the concept of war with victims and statistics:
   - the greatest number of published works for all the periods under review (79 %) was devoted to informing about casualty rate of the Ukrainian army and about military operations;
   - as part of the topic "Course of combat operations/statistics" casualty rates were reported in the majority of published works

2. "War" is weakly associated with "victory" in the media: "victory" was mentioned in 13 % of publications on "War / ATO." The maximum index of mentions was recorded in April and May of 2015.

3. The turning point in the content – 2015. New topics in the war context were introduced: the negative impact on the economy, visa-free regime with the EU and the war as an obstacle. "War / economics" was the most represented in April-May of 2015. A substantial part of publications in this period covered the negative impact of war on the economy due to the loss of production in Donbas. At the same time the impact on a visa-free regime with the EU was actively discussed. The number of publications which covered the war in Donbas as an obstacle to obtaining a visa-free regime, and those which disproved such an impact was much the same.

4. The media do not give the audience prospect of peace in Ukraine in general and in Europe. They localize it within Donbas. The phrase "Peace in Donbas" was more than 2.5 times frequent than "Peace in Ukraine" in the periods analyzed. In January-February of 2016, an incidence of "Achievement / Resumption of peace" was reduced by almost half as compared to the same index in April-May of 2015.

5. "Peace" in the media is part of some situational diplomatic negotiations, with which the people of Ukraine have nothing to do, rather than a strategy for Ukraine, a target behavioral model, a picture of the future (e.g. social, state, and political and economic stability of the country), or a result of the victory

[4] The survey of the Center for Social Studies "Sofia", May, 2015. Available at http://tenews.te.ua/news_all.php?id=5737

[5] The survey of the sociological group "Rating" commissioned by the International Republican Institute (IRI) and funded by the Government of Canada, 2016. Available at http://24tv.ua/golos_ameriki_ukrayintsi_divlyatsya_iz_pesimizmom_u_maybutnye_doslidzhennya_n648584

of Ukraine and its international allies. The highest incidence of "Achievement / Resumption of peace" was in April-May of 2015. Statements of Ukrainian foreign leaders about participation of peacemakers are the most widely used sources in this context (e.g. The US intends to influence the achievement of peace in Ukraine – *Nuland. The RF MFA statement* said that to achieve peace in Ukraine it is necessary to carry out a constitutional reform. *Angela Merkel, Chancellor of Germany,* has promised full support to Ukraine for achieving peace in the country and modernizing its economy). Peace resumption was also mentioned as a condition for resuming social benefits in the occupied territories.

6. The media did not unite "fight against corruption" with "war" / "winning the war" / "achieving peace" (e.g., "fight against corruption" as part / condition for winning the war, etc.): "corruption" was mentioned in 5 % of all publications on "War/ATO." In January-February of 2016, a percentage of mentions was twice that in April – May of 2014.

7. In 2016, a phenomenon called "communication noise" is observed in the media. Many new notions of "war" are emerging. In January-February of 2016, the proportion of publications which had not covered military operations in Ukraine significantly increased. Many mentions of the word "war" were in the context of military operations in other regions of the world. The phrases "energy war", "transit war", "war in power", "war between politicians," etc. were often used as well.

Thus, in 2014–2016, media mainly associate the war with victims, problems in the economy, pessimism, logistics, Donbas (and not the whole of Ukraine and Europe). Mass media associated peace with diplomatic negotiations and statements of European and American diplomats, «Minsk process».

Focus groups

Let us consider the sign systems of "war" and "peace" closer, through in-depth interviews with consumers of media messages. What does the code of these two concepts include? Are there any common lines between the message sender and receiver? How to achieve a single code and a single conceptual system?

As part of the interview it will be seen how people interpret and respond to messages about war and peace in Ukraine: what they are ready for, and what not.

Qualitative research methods – a series of focused group interviews (FGI) – were used for focus group research. Target group: adult population of the capital – men and women aged 22 to 50: FGI №1: male / female (50/50); specialized secondary / higher education (50/50); 22–30 years old; FGI №2: male / female (50/50); specialized secondary / higher education (50/50); 31–40 years old; FGI №3: male / female (50/50); specialized secondary / higher education (50/50); 41–50 years old.

The task of interview during the focus groups: to decipher the codes associated with "war" and "peace." A code is a concept widely used in semiotics, which allows us to reveal the mechanism of generating the meaning of the message. According to Weaver Shannon, in the information theory code is defined as the aggregate (algorithm) of signals. In Umberto Eco's works "code", "semiotic structure" and "sign system" act as synonyms. In other words, "code" can be defined in three ways: (1) as a sign structure; (2) as rules of combining, ordering the signs or structuring method; (3) as an occasional mutual correspondence of each sign to a single signified (1968).

In focus groups it was studied semantics and pragmatics: encoding of text signs and their interpretation by those who use them.

The focus group research had shown that the perception of the concepts were as follows:

GROUP №1. The general understanding of the situation in the "youngest group" (22–30 year-olds): "Yes, it seems, judging by the content of Ukrainian mass media, that there is no peace." And it should be noted that in the news there are a lot of stories about victims, complete uncertainty, it is unclear what ordinary people should do. Moreover, the "youth" wants to get rid of "pain" symbols, which are transmitted by news broadcasts. There is a clear desire "not to win", but rather that Russia just "left us in peace."

GROUP №2. In the "middle group" (31–40 year-olds) we were suddenly faced with a semiotic phenomenon, which Roland Barthes describes as a "myth". In general, "myth" is the subject of a separate research, but we cannot leave it unattended: instead of 2014–2016 "hybrid war" realities, people are willing to accept only the symbols and signs associated with World War II in the Soviet Union (1941–1945): the content, on which they grew up and which completely captivated their perception of war. The fundamental intuition of this focus group was, according

to Jean Baudrillard, feeling the world inauthenticity, given to us in our cultural experience, its infestation with parasitic, secondary ideological senses. According to Baudrillard, we are witnessing a "simulacrum". People decode "war" and "peace" in connection with the sign system, created in the USSR. For example: "war – it is to take a gun and go kill", "war – it is, like in 1941, but now the situation is different."

GROUP №3. The oldest group (41–50 year-olds) showed complete distrust of the media, more than others inclined to the "conspiracy theory" against them.

The analysis of the focus groups members' perception of the concepts yielded the following findings. The key connotation of "war" and "peace" is with the words "nothing clear", "uncertainty", "fatigue". The study of "war" and "peace" in focus groups showed that the sender of the message and the transmitter of the message (the media) rarely relate their sign system with a system of their audience.

Moreover, the abundance of signs characterizing war becomes information noise and confuses the recipient's formed slight idea about what is happening in the country.

Connection with the theory: "U. Eco's Bulb"

To understand work of the whole communication chain, taking into account the code system decryption, we will take Umberto Eco's famous example-diagram with a bulb from "The Absent Structure" (1968): When the water level rises, one of the two conventional bulbs that signal the threat or absence of threat is lighted, and the valley inhabitants take appropriate measures.

That is, if you take the position of a Ukrainian common person, over two years they constantly see in front of their eyes (in the media, primarily) 2 bulbs, 2 semiotic oppositions, a certain permanent binary system: "war" – "peace." Let us mark, for example, a red bulb – this is war. A green bulb – this is peace. These oppositions determine both information space, and social state.

Umberto Eco states that the code thus establishes a kind of conformity between the signifying (*lighted or extinguished bulb, red or green – auth.*) and the signified (*the water reached or did not reach zero / war or peace – auth.*). However, in our case it means nothing but readiness of a device to respond to the received signal (1968).

The main question is how do people respond to the alarm signal (the receiver of the information)? For example, in Eco's theoretical model, in case of a threat, people immediately undertook something to save themselves: blocked the water, etc. And what do we have in reality in Ukraine?

Judging by the results of the focus groups, we get the following reaction of the receiver. As media are stuck at the statistics of victims and pictures of ruin and do not specify what it all means and what can be done about it (instructions / action plan), then, in spite of the "red bulb" ("threat!", "war!"), the receiver would rather quickly get rid of discomfort that is illustrated by the national sociology: more than 40 % of respondents in 2015 want to stop the conflict in almost any way (up to renouncing the territory), and more and more people do not feel threat (which could mobilize to act, as in the summer of 2014), but fear that is likely to paralyze the will of man.

Judging from the focus groups, the receiver does not know the algorithm of actions in case of identifying the "war" sign (red bulb, for example). Possible reasons:

- either the signified is not exact or incorrectly coded
- or there is information noise

Umberto Eco offers to solve such communication problems by increasing complexity of the source code, that is, to provide the receiver with additional information. In this case, as suggested by Eco, we can add another 2 bulbs (blue and orange, for example), increasing combinatorial coding capabilities. In this case, says Eco, we will double the cost of communication, but decrease the risk of error associated with the occurrence of noise and misunderstanding.

Problem solution – elaborating the code

After the focus groups, there were formed a number of hypotheses regarding the complementary (elaborate) coding of war and peace messages. Together with the existing elements of the code, it was decided to carry out an express experiment unusual for

semiotics – a small quantitative study to cut off the unnecessary and concentrate on the priority. The problem of additional studies – to verify the potential of the elaborated "war–peace" code based on the information picture as of 26.02 – 03.03.2016.

Extra-semiotic symbols of opposition for the study:

- Characteristics of vital expectations of the situation in Ukraine: victory / defeat (or a lot of victims)
- Characteristics of "peaceful negotiations" time: will be long / will end soon
- Characteristics of the "war" time: will be long / will end soon
- Characteristics of war attributes ("internal front"): war and fight against corruption, war and rapid reforms, war and new technologies, war and development of Ukraine.
- Testing perception characteristics of "1 typical information day", when the receiver gets a lot of contexts at the same time: the role and place of the text symbol "victory of Ukraine in the war," compared with other topics of the day: "war and economy", "war and social problems", "war and humanitarian aspects", "war and the statistics of victims" and so forth.
- Characteristics of a sudden force majeure period: how the recipient receives conscription and military situation in the country through the media – positive or negative expectations.

The questionnaire survey was carried out to reveal information noise and code elaboration. The results are as follows:

Survey conclusions which confirm the results of focus groups and national scale public opinion studies:

- "war" symbol is statistics of victims;
- "war" is an obstacle to reforms.

Conclusions regarding information noise:

1. The most dangerous information noise (overabundance of symbols and signs) was in the question on mobilization, conscription and martial law in the country. The answers were almost evenly distributed between "positive", "negative" and "neutral". By and large, we see that "negative" and "neutral" prevail over "positive", which is unacceptable and dangerous for the system of mobilization signs/symbols

2. There is sheer noise in the context of the question "Do the media show that the war in the East influences the speed of reforms?" The answers were equally divided. At the same time, it is one of the key challenges for Ukraine: the faster the reforms, the faster victory in the war, as national and international observers often say.

Conclusions regarding code elaboration.

1. Knowing from the media monitoring in 2014–2016 (see above), that the term "victory of Ukraine in the war" occurred only in 13 % of all messages of given categories, it is important to confirm or refute the hypothesis that people associate the text symbol "war in Ukraine" with "victory of Ukraine in the war." In this survey, it was asked the question about "victory" in different wordings. The result: as compared with other symbols of the war, our respondents

Table 1. **Perception of terms "WAR" and "PEACE" (Internet, TV, radio, written press)** [6]

№		Kyiv	Chernivtsi	Dnipropetrovsk	Total
1	What do the Ukrainian media most often associate the war in the East with?				
	with victory of Ukraine	3	2	2	7
	with victims	32	48	25	105
	with something else	0	1	5	6
2	What term do the Ukrainian media associate Minsk process with?				
	with long-term process	25	29	16	70
	with an urgent necessity to make decisions	6	14	12	32
	with something else	5	4	5	14
3	What duration do the Ukrainian media associate ATO in Donbas with?				
	it will take a long time	22	32	22	76
	it will end soon	11	11	4	26
	other	2	6	6	14

[6] Method: a survey of 3 groups (an average of 35 people each) in 3 cities.
Confidential. Respondents: young people 18-22 years old (all – students) who have yet to encounter either mobilization or military conscription. In total, 118 people were surveyed.

4	Do the media combine "war in the East" with "fight against corruption?"				
	Yes	11	13	10	34
	No	23	32	23	78
	with other issues	1	4	0	5
5	Do the media combine "war in the East" with "new technologies" (medicine, manufacturing, innovative weapons, etc.)?				
	Yes	14	30	22	66
	No	21	19	9	49
6	What theme do the media most often combine "war in the East" with?				
	Economy	3	19	5	27
	Social problems	10	17	9	36
	Humanitarian aspects	10	27	10	47
	Information resistance	10	10	9	29
	Statistics (firing, victims, etc.)	27	40	19	86
	Victory of Ukraine	1	3	1	5
	Defeat of Ukraine	0	0	0	0
	Other	0	0	0	0
7	In what context does the theme of the war most often appear in the media?				
	the war blocks reforms	20	10	11	41
	the war stimulates reforms	2	9	5	16
	neither one nor the other	13	30	16	59
8	What tone of the news about mobilization/ conscription have you come across most often?				
	positive	11	9	9	29
	negative	13	13	9	35
	neutral	13	26	12	51
9	What tone of the news about possible introduction of martial law have you come across most often?				
	positive	4	7	1	12
	negative	16	28	19	63
	neutral	15	14	11	40
10	How often have you come across the phrase «the victory of Ukraine in the war» in the media?				
	often	14	6	5	25
	not often	21	43	27	91
	other	0	0	1	1
11	Media messages about the war in eastern Ukraine are most often associated with:				
	opportunities for Ukraine development	3	1	2	6
	risks for Ukraine development	26	35	25	86
	neither one nor the other	9	10	6	25
12	Do the media show that the war in the East should influence the speed of internal reforms in Ukraine?				
	yes	16	17	18	51
	no	19	28	14	61
	other	1	3	1	5

barely notice the sign of "victory" in the media. Thus, the perception of "victory" by the receiver is almost identical to the frequency of the message "victory" sent by the "transmitter" (media and speakers in the media). Thus, "victory" is the first possible element for elaborating the code "war" / "peace."

2. The second area for elaborating the code is the time factor. It has to be clearly declared that victory is the main thing, no matter how long it will take. It is important not to mislead people by signals of a rapid end of the war, when we border on the state that does not recognize the right of

Ukraine to exist. Thus, the symbol "a long time" will permit us to do away with footless expectations (which plunge people into depression), both in the country and in external communication (will strengthen the consolidated position of the Ukrainian diplomats and our European allies on the background of the "enemy", who aims to quickly get rid of sanctions).

3. The third elaboration of the code is due to the need to describe "peace" in detail as a kind of target model of the state. That is what will come after the victory. How do the media see peace we are striving for? Thus, complementary symbols to elaborate the code "peace": "fight against corruption as part of the strategy to achieve peace", "fast reforms", "new technologies."

4. Based on the previous conclusion, it's obvious that it is necessary to transform the symbol "war" as an "obstacle" or "problem" into the code system of "possibility", "path to victory", "path to peace," "path to the state of which we are dreaming."

The code elaboration should be made according to the following recommendations:

- the public inquiry "what for?" should be answered. That is, to give motivation for consolidation, enthusiasm and moral stability of those who go to the army, are engaged in logistics, volunteering, have returned from the front, are engaged in business, for opinion leaders and ordinary citizens. In other words, we have to introduce the concepts of "victory" and "peace" as the target model of the entire state, and describe in detail what it means. The same is also true for the European media, because the European civilization has come up against an unprecedented challenge since World War II (repartition of borders);
- it is important to balance the news stories about the "statistics of victims" and "path to the victory";
- it is important to elaborate the code "path to victory"; it should be characterized by an optimistic tone, and additional sign symbols;
- Ukrainian and European media should use the time symbols clearer: "the war will last as long as it is necessary to achieve victory";
- the sign system of "war" and "winning the war" should be explained: this does not mean to bomb the enemy and hoist the Ukrainian flag on the ruins (this is the Soviet myth of the war). Instead: the economy mobilization, fight against corruption (in fact, according to the laws of war), mandatory physical and basic military training of young people and target groups (training camps, for example, 2 weeks a year for all men of a certain age), etc.;
- the imbalance of perception "peace – it's somewhere in Minsk" and "war – somewhere in Donbas" should be corrected as soon as possible, because without mobilizing all resources of the country it will be difficult to achieve real peace;
- the government of Ukraine should understand that potential recruits to the army are disoriented; specifically for them and their families it is necessary to develop a clear, simple and unambiguous information campaign using code elaboration described above. It is important to stop spreading the fear by reporting the casualty rates; instead, the agenda of the summer of 2014 should be returned: an analysis of threats to the stability of the entire state system.

Conclusions. Semiotic study of "oppositional symbols" of war and peace over 2014 – 2016 shows not only the dynamics of the state of Ukrainian society (from high mobilization readiness to "inability to understand what is happening"), but it is also important from the prognostic point of view. The analysis may show how certain social groups will react in a situation such as the war escalation. It is obvious that the dynamics became negative after the media and key media speakers changed their information policy in 2015. Blurring the connotations of "war" and "peace" by the media during the 2014 – 2016 did not contribute to the consolidation of Ukrainian society, but consolidation is possible, if the government's communication will introduce a new series of semiotic symbols.

A Ukrainian source of information about war and peace (e.g., media) rarely encode their messages so that they are properly understood by the addressee.

Semiotics enables the state communication policy to balance the sign systems in the information flows and form a stable and unified code system, which will allow to communicate "the same language" with different communities inside and outside of Ukraine on the basis of studies deeper than this one.

In this study, the most valuable data were obtained during in-depth interviews with focus groups, which, undoubtedly, require development to a full scale national study. During group work, we were able to trace code systems interaction not in isolation but during the communication process: the message sender (moderator) – the recipient (respondent). These laboratory conditions allow extending the results of research to state practical communication.

The resulting tool for elaborating the coding can be practically applied by any state source of information.

Prospects for further research in this area include the study "Semiotics in modern international peace negotiations", it makes sense to spread this study to the EU, because the challenges that are facing the world are common to all, and are not necessarily related exclusively to the war in Ukraine. Obviously, information readiness for potential threats is no less important than political, economic, technological and military ones. Semiotics can improve the quality of state information stability during the probable aggression.

References

1. *Umberto E.,* 2006. The absent structure / Saint Petersburg: Simposium. (transl.)
2. *Saussure F.,* 2001. Notes on general linguistics. Moscow: Progress (transl.)
3. *Baudrillard J.,* 1976. Symbolic Exchange and Death: SAGE Publications
4. *Chandler D.,* 2007. Semiotics: The Basics. London: Routledge
5. *Deacon T.W.,* 1997. The Symbolic Species. New York: W.W. Norton & Company
6. *Barthes R.,* 1957. Mythologies. Paris. Editions du Seuil.
7. *Warren W.,* 1949. The Mathematics of communication, Scientific American.
8. *Barthes R.,* 1985. The Responsibility of Forms. New York: Hill and Wang.

УДК 341.76:316.42(477)

СУЧАСНИЙ ВИМІР ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Черненко Тетяна Василівна,
кандидат філософських наук

Стаття присвячена аналізу концептів «стратегічні комунікації» та «публічна дипломатія». Зокрема, досліджено визначальні характеристики цих понять та акцентовано увагу на сучасних аспектах можливостей застосування інструментів публічної дипломатії з метою просування національних інтересів України.

Ключові слова: публічна дипломатія, стратегічні комунікації, Україна.

Chernenko Tetiana

THE MODERN DIMENSION OF PUBLIC DIPLOMACY IN THE SYSTEM OF STRATEGIC COMMUNICATIONS

The article analyzes the concepts of strategic communication and public diplomacy. In particular, the author studied defining characteristics of these concepts and focused his attention on modern aspects of capacity of use of the tools of public diplomacy for the promotion of the national interests of Ukraine.

Keywords: public diplomacy, strategic communications, Ukraine.

Велика перемога противника —
якщо він змушує вас вірити тому,
що про вас говорять.

П. Валері, французький поет і філософ

Попри відсутність принципових суперечностей щодо понять «стратегічні комунікації» та «публічна дипломатія» у науково-практичному дискурсі існують суттєві розбіжності в їх інтерпретації. Зважаючи на значне погіршення безпекової ситуації у світі, існує нагальна необхідність вивчення феномена публічної дипломатії як важливої складової стратегічних комунікацій і дослідження її можливостей як одного з ефективних інструментів запобігання та розв'язання конфліктів на користь національних інтересів країни.

Метою статті є аналіз сучасного виміру публічної дипломатії, а також тих, у тому числі абсолютно нових, її характеристик, які дозволяють більш системно зрозуміти сенс та вагу цього важливого компонента у структурі стратегічних комунікацій та можливостей її застосування для забезпечення національної безпеки держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття стратегічних комунікацій досліджувалось свого часу радше з точки зору практичного застосування у сфері маркетингу, менеджменту та паблік релейшенз (*PR*). Цій проблематиці були присвячені роботи С. Бьорда (*C. Bird*), П. Корніша (*Paul Cornish*), Дж. Фарвелла (*James Farwell*), С. Джонсона (*Stuart Johnson*), Дж. Ліндлі-Френча (*Julian Lindley-French*), К. Йорке (*Claire Yorke*), С. Тетема (*Steve Tatham*), Ф. Тейлора (*Philip Taylor*), К. Халлахана (*Kirk Hallahan*); Ф.Шьона (*Fletcher Schoen*), К. Дж. Ламба (*Christopher J. Lamb*), Д. Хольцхаузен (*Derina Holtzhausen*). На вітчизняних теренах небагато дослідників феномена стратегічних комунікацій. Одними із засадничих вітчизняних досліджень можна назвати роботи Г. Почепцова [1]. Увагу передумовам виникнення та інституалізації стратегічних комунікацій,

а також умовам ефективності їх застосування та перспективам розвитку приділила А. Баровська [2], взаємопов'язаність понять стратегічних комунікацій та публічної дипломатії досить ґрунтовно досліджує С. Гуцал [3], В. Петров досліджує проблему застосування стратегічних комунікацій як ефективного інструменту протидії у гібридній війні [4], С. Соловйов присвятив статтю основним характеристикам стратегічних комунікацій [5].

Дослідження феномена публічної дипломатії має довшу історію, і, відповідно, ширше коло дослідників, бо сам термін «публічна дипломатія» виник набагато раніше терміна «стратегічні комунікації». У різний час проблеми становлення феномена публічної дипломатії досліджували Дж. Най (*Joseph Nye*), Е. Гулліон (*Edmund Gullion*), Дж. Даффі (*J. Duffey*), Х. Тач (*Hans Tuch*), К. Л. Адельман (*Kenneth L. Adelman*), П. Шарп (*Paul Sharp*), Б. Хокін (*Brian Hocking*), Е. Блінкен (*Antony Blinken*), Н. Сноу (*Nancy Snow*), Ф. Тейлор (*Philip M. Taylor*), М. Леонард (*Mark Leonard*), Я. Мангейм (*J. Manheim*), Я. Меліссену (*Jan Melissen*), Е. Пламрідж (*Hester Plumridge*) та багато інших. Українські дослідження публічної дипломатії (В. Ціватий, В. Крутько, Є.Макаренко та ін.) насамперед розкривають історію існування цього феномена та приділяють значну увагу проблемам методології і визначення поняття.

Зважаючи на багатовимірність характеристик пропонованих до розгляду феноменів, можна констатувати неусталеність визначень як феномена стратегічних комунікацій, так і феномена публічної дипломатії.

Слід зауважити, що до цього часу єдиного визначення стратегічних комунікацій не існує, хоч становлення і методологічний розвиток поняття отримало в ряді засадничих документів НАТО. Поява терміна «стратегічні комунікації» у доповіді голови наукової ради з оборони федерального консультативного комітету для надання незалежних консультацій міністрові оборони США Вінсента Вітто у 2001 р. створила нові можливості у розвитку безпекової галузі, привернула увагу до важливості та «витонченості» стратегічних комунікацій (*sophisticated strategic communications*), які можуть стати одним із визначальних факторів порядку денного і створювати контекст, що сприятиме досягненню політичних, економічних та військових цілей [6, с. 1]. Утім, у доповіді не було запропоновано жодного конкретного визначення, проте окреслювались найголовніші ознаки нововведеного поняття, такі як довгостроковість і націленість на віддалений, стратегічний результат [6, с. 57]. Словник військових та асоційованих термінів Міноборони США визначив стратегічні комунікації як «зосередження зусиль уряду на розумінні та залученні ключових аудиторій з метою створення, зміцнення чи збереження сприятливих умов для просування державних інтересів США, із використанням скоординованих програм і планів, синхронних з діями усіх інструментів державної влади» [7, с. 230], що привертає увагу до найважливіших ознак та принципів стратегічних комунікацій – координованості, синхронності зусиль, зосередження уваги на ключових аудиторіях.

Уперше інструментарій стратегічних комунікацій було чітко окреслено у 2009 р. генеральним секретарем Ради НАТО А. Расмусеном, який запропонував визначити стратегічні комунікації як «скоординоване і належне використання комунікативних можливостей і діяльності НАТО – **публічної дипломатії**, зв'язків із громадськістю, військових зв'язків із громадськістю, інформаційних та психологічних операцій у разі необхідності підтримки політики Альянсу, операцій і заходів та з метою просування цілей НАТО» [8]. Доповідь Міністерства оборони США щодо стратегічних комунікацій 2009 р. внесла уточнення до набору засобів стратегічних комунікацій. Ними стали: публічна дипломатія та зв'язки із громадськістю, які необхідно **координувати з проведенням консультацій та співпрацею**. Стратегічна концепція оборони та безпеки членів Організації Північноатлантичного договору, на нашу думку, більш поглиблено визначила сутність стратегічних комунікацій, бо визнала їх «**процесом** інтеграції досліджень сприйняття аудиторії та зацікавлених сторін у процесі вироблення політики, планування та операцій на кожному рівні; узгодження множинності складників різних операцій для підтримки національних цілей. При цьому обмін смислами, **зворотний зв'язок так само важливий**, як і трансляція повідомлень; дії у фізичному просторі також містять інформаційну складову» [9].

Оприлюднене Центром стратегічних комунікацій НАТО 2011 р. дослідження «Стратегічні комунікації та національна стратегія» зафіксувало відсутність актуального визначення стратегічних комунікацій, але, на нашу думку, саме запропоноване визначення характеру страте-

гічних комунікацій як «**гнучкого та адаптивного**» [10, с. 3] дає можливість не обмежуватись усталеним переліком інструментарію для більш ефективного застосування стратегічних комунікацій.

Тобто, на наше переконання, найбільш сутнісною характеристикою стратегічних комунікацій є координація інформаційних впливів між собою та прихилити до себе ключову аудиторію. Власне, ми пропонуємо таке визначення стратегічних комунікацій: **процес застосування скоординованих комунікативних засобів інформаційного впливу із залученням зацікавлених сторін з метою досягнення стратегічних цілей держави**. Це визначення створює можливість для досить широкого тлумачення в тому числі й феномена публічної дипломатії як однієї з найбільш невизначених, але й найбільш потенційно ефективних складових стратегічних комунікацій.

Спочатку поняття «публічна дипломатія» (ПД) містило сенсові ознаки не тільки і навіть не стільки державницького, скільки суспільного явища. Саме тому термін було запропоновано для широкого використання «як спробу дистанціювання від негативного забарвлення феномена пропаганди. Вважається, що вперше термін «публічна дипломатія» вжив у 1965 р. Е. Гулліон у зв'язку із заснуванням Центру публічної дипломатії ім. Едварда Р. Мерроу» [3, с. 162], і визначався він як «діалог із найбільш значущих питань міжнародних відносин між представниками експертного середовища та громадянського суспільства різних країн».

Тривалий час ПД існувала як один із різновидів комунікативно-інформаційної дії для забезпечення реагування на існуючі або нововтворені проблеми у міжнародних відносинах та сприймалась як один із допоміжних інструментів «м'якої сили». Понад 40 років це була одна з ключових сфер діяльності Інформаційної агенції Сполучених Штатів (*USIA*), ліквідованої у 1999 р. *USIA* визначало метою ПД просування національних інтересів і національної безпеки США через порозуміння, інформування та вплив на зарубіжні аудиторії, у тому числі й через розширення міждержавних громадських зв'язків.

Упродовж наступних двох років після трагічних подій 11 вересня 2001 р., завдяки прискіпливому дослідженню громадської думки у багатьох країнах, особливо арабського світу, до яких вдалися провідні аналітичні центри США, феномен публічної дипломатії отримав нове змістове наповнення у доповіді Консультативної групи з питань публічної дипломатії в арабському та мусульманському світі, яка обґрунтувала нагальну необхідність утворення нового офісу Білого дому з організації стратегічного управління та урядової координації публічної дипломатії [11]. Доповідь Федерального уряду США 2009 р. зафіксувала неабиякі успіхи в роботі з розвитку публічної дипломатії, інструменти якої на практиці довели свою ефективність щодо можливості створення позитивних змін для суспільного сприйняття США у світі. Особливо акцентувалося на тому, що саме ПД має стати одним із пріоритетних напрямів діяльності Білого дому, а її науково-аналітична та фінансова підтримка державою – розширена.

Саме цій доповіді можна завдячувати уведенням ПД до системи стратегічних комунікацій, бо «публічна дипломатія має справу із впливом суспільних соціальних установок на формування та здійснення зовнішньої політики. Це охоплює виміри міжнародних відносин поза традиційною дипломатією... включаючи формування урядами громадської думки в інших країнах; взаємодію приватних груп та інтересів в одній країні з такими в інших... та міжнаціональний потік інформації та ідей» [12].

За визначенням Державного департаменту США [13], ПД – це «програми, що фінансуються урядом і спрямовані на інформування чи вплив на громадську думку зарубіжних країн через публікації, кінопродукцію, обміни у сфері культури, радіомовлення та телебачення» [13]. Інструментальну базу ПД було значно розширено. Освітні програми, наукові та культурні обміни, спільні публічні заходи, семінари, конференції, прес-конференції, громадські дебати, різні проекти, дослідження, публікації, радіо-, теле-, кінопродукція та відкритий політичний діалог – усім цим інструментам ПД надається надзвичайна вага у просуванні позитивного міжнародного іміджу США. Феномен ПД не можна назвати політично інноваційним інтелектуальним продуктом, незважаючи на суттєве посилення ваги ПД, яке викликане появою нових учасників світової політики. Недержавні суб'єкти різного рівня (від міжнародних та наднаціональних інституцій – ПАРЄ, ОБСЄ, «Лікарі без кордонів», до малих некомерційних організацій, що вирішують проблеми загальногуманітарного спектру) в умовах глобалізації ін-

формаційного простору відкривають нові можливості для ефективного застосування ПД саме як важливого інструменту «м'якої сили», бо особливістю ПД є саме об'єкт її спрямування.

Головною метою впливу ПД є соціум, його різноманітні сегменти – від простих громадян до інститутів громадянського суспільства, у результаті впливу на які в конкретній країні відбувається формування необхідної суспільної думки, що, в свою чергу, впливатиме як на зовнішньополітичний курс керівництва держави, так і на ставлення різноманітних структур громадянського суспільства до країни – ініціатора процесу ПД. Таким чином, ПД не тільки можна, а й необхідно розглядати як один з інструментів м'якої сили, головна мета якої – за допомогою різних активів (освіти, культури, мистецтва, моди тощо) працювати над створенням позитивного міжнародного іміджу держави – провідника ПД. У цьому контексті доречним видається застосування ПД і для пошуку нових та активізації існуючих каналів **взаємодії** з метою позиціонування та просування культурно-ціннісних (як наслідок – економічних та політичних) орієнтирів країни – суб'єкта ПД. Протягом останніх десяти років публічна дипломатія посіла почесне місце в зовнішньополітичній діяльності країн світу. Помилковим сьогодні визнається колишнє ставлення до публічної дипломатії як до засобу вирішення проблем, що вже з'явилися. Публічна дипломатія є превентивним механізмом у зовнішній політиці держави [14], бо якісне застосування механізмів ПД опосередковано сприяє упередженню спроб дискредитації політики країни – провідника ПД. Найбільш принциповою відмінністю публічної дипломатії від класичної є її суб'єкт, бо його можна визначити як частину громадянського суспільства. Це наповнює поняття важливим змістом синергетичної взаємодії державних і суспільних ініціатив. Розуміння державами ефективності застосування практик ПД для просування власних інтересів на міжнародній арені підкріплюється поступовим збільшенням фінансування публічної дипломатії урядами, а також намаганням розширити інструментарій ПД. Зокрема, останнім часом спостерігається використання релігійних організацій різної конфесійної приналежності як структурного елементу ПД. Формально міністерства закордонних справ, військові та спеціальні служби країн не є складовими публічної дипломатії, утім не можна визнавати публічну дипломатію і як самостійну, незалежну від державного впливу, сферу діяльності, бо одним з головних завдань публічної дипломатії саме і є створення позитивного міжнародного іміджу країни, що дозволяє державі вирішувати багато економічних та політичних завдань. За визначенням одного з найбільших фахівців у сфері досліджень питань ПД К. Росе, «стовпами», тобто основними складовими успішного функціонування публічної дипломатії є такі: захист політичного курсу, тобто здобуття розуміння зарубіжної громадськості; пошук і створення сфер взаємних інтересів (тобто важливість врахування специфіки зарубіжних аудиторій та подолання існуючих стереотипів сприйняття, акцент уваги на спільних рисах); поширення послідовних правдивих повідомлень, які викликають довіру; адаптація повідомлень до сприйняття конкретними аудиторіями (ґрунтовне дослідження громадської думки та розуміння культурного розмаїття; національні та транснаціональні ЗМІ; співробітництво з глобальними корпораціями, гуманітарними організаціями, національними спільнотами за кордоном тощо; підтримка діалогу та здійснення освітніх і культурних обмінів для встановлення довіри і взаєморозуміння [15].

Важливою відмінністю ПД від пропаганди є методи та цілі впливу. Перш за все це виключення з практики застосування ПД такого методу впливу, як дезінформація, приклади застосування якої було розгорнуто з "благословення" керівництва Російської Федерації у безпрецедентній пропагандистській кампанії проти нашої країни по всьому світу.

Російська військова агресія в Україні стала масштабним глобальним викликом. Утім, саме недостатня увага України до можливостей публічної дипломатії і, навпаки, величезні ресурси, задіяні Росією зі свого боку (як фінансові, так і технічні та дипломатичні), створили підґрунтя для дещо розгубленої реакції країн Заходу, міжнародних інститутів на анексію Кримського півострова та подальше військове вторгнення на територію суверенної держави у центрі Європи. Більш того, тільки після трагедії з малайзійським Боїнгом, збитим російськими військовими, увага європейської громадськості зосередилась на подіях в Україні. Проблема з розумінням українських подій у світі полягає у відсутності об'єктивної інформації про нашу країну, її трагічну та захоплюючу історію, культуру, її драматичне сьогодення.

Значні та ефективні зусилля російської пропагандистської машини уможливили сприйняття світовою спільнотою ситуації в Україні саме

крізь призму роз'яснень подій російськими політиками, експертами, митцями, науковцями. Однак слід зауважити, що намагання керівництва РФ перетворити інструменти публічної дипломатії на пропагандистські засоби врешті-решт призвели до зворотного ефекту, який Джозеф С. Най, колишній помічник міністра оборони США, відомий політолог, професор Гарвардського університету, назвав «парадоксом надміру інформації»[1]. Після відвертих «фейкових» новин про події у самій Європі (на кшталт «зґвалтування» російськомовної неповнолітньої дівчини у Німеччині), скандалів з підкупом ряду відомих європейських політиків з метою «розхитати» внутрішньоєвропейську ситуацію та навколо збитого малайзійського Боїнга MH17, боротьба України за свій суверенітет та відновлення територіальної цілісності нарешті привернула необхідну суспільну увагу громадян ЄС. На тлі стрімкого розвитку інформаційних технологій та посилення впливу недержавних учасників світового політичного процесу отриманий останніми роками досвід вимагає внесення коректив як до використання опитувань і досліджень громадської думки, аналізу цільових аудиторій, так і застосування можливостей мережевих інформаційних впливів.

Слід наголосити, що важливим аспектом досягнення успіху у застосуванні інструментів ПД є аксіологічне наповнення її дії. Ряд країн (до прикладу, Канада, Японія, Австралія, Нідерланди, Швеція) значно переважають за його результатами у процесі діалогу та налагодження відносин з іншими акторами міжнародних відносин для впровадження гуманітарних та ліберальних цінностей у міжнародну сферу безпеки та політики. Завдяки спільній прихильності до демократії у внутрішній політиці, довірі та м'якій силі у вирішенні конфліктів, схильності до співпраці з недержавними суб'єктами з питань глобального управління цим країнам вдається вирішувати питання позитивного позиціонування у світі без необмеженого збільшення витрат на цю сферу. Однак ідеться не про економію на фінансуванні, а лише про враховані цими країнами можливості, як-от створення широких коаліцій, і, таким чином, сприяння розвитку спільної публічної дипломатії. Водночас факторами, що стоять на заваді повноцінній реалізації ПД цих країн, Е. Гілбоа називає політичну волю керівників цих держав та недостатню економічну підтримку [14].

Слід враховувати, що сьогодні публічна дипломатія обов'язково має включати процес створення державою інститутів (платформ), які б ставили за мету своєї роботи координацію між інформаційними державними структурами та користувачами Інтернету. Якісним прикладом застосування інструментів публічної дипломатії саме у такому вимірі може слугувати створена в Ізраїлі у 2006 році платформа *GIYUS*, за допомогою якої окремі особи, залучені на засадах краудсорсингу (що передбачає залучення необмеженої аудиторії) стали координаторами громадської участі в інтернет-акціях (написання коментарів на сайтах міжнародних видань, що опублікували антидержавні матеріали, створення та розміщення колективних петицій, збір підписів під колективними листами та петиціями, твіттер-шторми тощо). На відміну від Росії, де сумновідомі «фабрики тролів» існують на засадах максимальної закритості, а працівників залучають для написання коментарів, жорстко задаючи парадигму «русскомирского» патріотизму, вкладаючи у це немалі кошти або держави, або особистих «спонсорів» керівництва Кремля[2], в Ізраїлі люди залучаються до інтернет-протистояння зовнішнім викликам в інформаційному просторі на добровільних засадах.

Тобто саме одним із важливих і вагомих елементів публічної дипломатії в національній системі стратегічних комунікацій мають бути інститути громадянського суспільства, що посилить можливості побудови демократичного соціально орієнтованого суспільства. Залучення до процесу стратегічних комунікацій інститутів громадянського суспільства створює нові можливості для додаткового розвитку суспільних відносин, бо, відповідно до принципу взаємодії, вони сприяють більш відкритим і прозорим відносинам між суспільством і державою.

Слід визнати, що слушним є твердження стосовно того, що «Україна з початку Революції гідності стрімко втрачає свої позиції в інформаційно-комунікативному порядку денному, особливо в Європі. Але й сьогодні у більшості стратегічних

[1] Свого часу після теракту 11 вересня 2001 р. Бюро міжнародних інформаційних програм (ІПР) Держдепартаменту США стало ініціатором випуску брошури «Мережа тероризму». Перекладена 30 мовами для поширення серед глобальних ЗМІ, ця брошура не була сприйнята, оскільки Бюро не врахувало негативного ставлення мусульмансько-арабського світу до західних ЗМІ.

[2] Аутсорсинг (залучення вузької аудиторії) для роботи з проу плаченими користувачами в конкретних місцях.

документів згадки щодо реалізації завдань публічної дипломатії та стратегічних комунікацій досить неявні або побіжні, здебільшого у контексті необхідності утвердження провідного місця України у системі міжнародних відносин, зміцнення міжнародного авторитету держави, підтримки інтеграції України у світовий інформаційний простір, популяризації України у світі та просування її інтересів» [3].

Відсутність документального закріплення ключових сучасних інструментів забезпечення національної безпеки держави – публічної дипломатії та стратегічних комунікацій – у Стратегії національної безпеки України є досить показовим, адже демонструє, що важливі інструменти, застосування яких сприяло б зміцненню нашої країни перед викликами гібридної війни сприймаються як другорядні. Лише Воєнна доктрина містить визначення стратегічних комунікацій: це «скоординоване і належне використання комунікативних можливостей держави – публічної дипломатії, зв'язків з громадськістю, військових зв'язків, інформаційних та психологічних операцій, заходів, спрямованих на просування цілей держави» [16]. Однак, незважаючи на конструктивний розвиток співпраці між НАТО та Україною (10 країн Альянсу роблять свої внески в цільові фонди і вісім країн надіслали до України своїх експертів), стратегічні комунікації в Україні лише мають стати невід'ємною частиною стратегічних документів.

Стосовно зрушень у позитивному напрямі інституалізації ПД у нашій країні необхідно зазначити, що позитивний відгук українського суспільства отримало створення у грудні 2015 р. Департаменту публічної дипломатії у складі МЗС України, який, незважаючи на брак фінансування та обмеженість людських ресурсів, досить активно співпрацює з громадськими активістами. Вже є перші здобутки: культурно-інформаційний центр, відкритий при посольстві України у Франції, Український інститут у Швеції, організація та проведення ряду інформаційних заходів у багатьох країнах Західної Європи, США та Канаді із залученням української діаспори тощо.

На нашу думку, при формуванні конкретного інструментарію сучасної публічної дипломатії необхідно звертати увагу не тільки на розроблення конкретних меседжів, загальну новинну картину світу тощо. За обставин значних та стрімких зрушень у міжнародних відносинах на перший план у підході до розбудови ефективної публічної дипломатії виходить важливість вивчення сучасного інформаційного простору з точки зору розуміння світоглядних змін різних вікових груп, зміщення багатьох аксіологічних акцентів.

Водночас цікавим парадоксом неефективного впливу інструментів м'якої сили, у т.ч. публічної дипломатії, можна визнати значну підтримку російськими громадянами зовнішньополітичної діяльності власного керівництва: хоча вони й користуються технологічними, культурними та іншими продуктами, розробленими у США та ЄС, мавпують звички та обожнюють закордонні зразки поведінки, проте поєднують прихильність до поп-культури із відразливим сприйняттям зовнішньополітичної діяльності країн Заходу.

У цьому контексті хотілося б наголосити, що, на наше переконання, дещо хибним видається продовження формування меседжу віктимності України у міжнародному просторі замість поширення інформації про успіхи у сфері реформування економіки, перемоги у боротьбі з явищами корупції, наукові, мистецькі та спортивні здобутки. Недостатнє розуміння якісного загального контексту формування базових меседжів про українське громадянське суспільство як основу та дієву силу демократичних зрушень у нашій державі стоїть на заваді просуванню національних інтересів України та не сприяє досягненню цілей, відповідних можливостям ПД. Разом із тим обмеженість матеріальних ресурсів, як і брак професіоналізму, сучасного рівня підготовки співробітників дипломатичної служби (на рівні посольств) є свого роду «гібридними слабкостями» України, створює додаткові можливості для ворожих гібридних атак, у тому числі й у довгостроковій перспективі.

Висновки

Вивчення досвіду провідних акторів міжнародної політики у сфері застосування публічної дипломатії як однієї з найважливіших складових системи стратегічних комунікацій доводить, що, незважаючи на першочергове розуміння змісту феномена ПД як дистанційованої від держави інституції в умовах різких зрушень у світовій архітектоніці міжнародних відносин та визначення порядку денного для України гібридною війною, розв'язаною РФ, публічна дипломатія та стратегічні комунікації вимагають інституалізації для

подальшої можливості їх використання державою як одних із найефективніших інструментів просування національних інтересів та запоруки успіху в реалізації її суб'єктності.

Публічна дипломатія в системі стратегічних комунікацій створює можливості для взаємодії завдяки визначенню сфери загальних інтересів та створенню простору діалогу на міжнародному рівні з метою побудови та зміцнення довготривалих дружніх відносин між країнами – учасниками діалогу, враховуючи традиції та специфіку розвитку цих країн.

Необхідність подальшого вивчення існуючого міжнародного досвіду та практики застосування інструментарію ПД сприятиме створенню підґрунтя для вітчизняних розробок альтернативних інноваційних методів та інструментів у межах публічної дипломатії як складової майбутнього впровадження системи стратегічних комунікацій в Україні і в умовах гібридної війни з Росією є для нашої держави завданням найближчого часу.

На наше переконання, необхідно перестати сприймати публічну дипломатію як щось другорядне та допоміжне. Публічна дипломатія за умови ефективного та професійного підходу може стати дієвим ефективним інструментом просування прагматичного зовнішньополітичного курсу України та одним із ключових інструментів вітчизняного МЗС в обстоюванні національних інтересів України (у тому числі й за рахунок пріоритетного фінансування цієї сфери діяльності держави). Для поліпшення якості роботи у цій сфері необхідний актуальний аналіз принципів узгодженості будь-яких інформаційно-комунікативних дій як у межах публічної дипломатії, так і у площині зв'язків із громадськістю (цивільних та військових), а також детальне вивчення застосування кращих прикладів світових комунікативних урядових практик (наприклад, у форматі *one voice*).

Подальші дослідження феномена публічної дипломатії допоможуть осмислити механізми його застосування у зовнішній політиці нашої держави на довгострокову перспективу та розробити відповідні методики застосування інструментів публічної дипломатії як ефективних та сучасних засобів просування національних інтересів України та зростання її авторитету на міжнародній арені.

Список використаних джерел

1. *Почепцов Г.Г.* Стратегічні комунікації: стратегічні комунікації в політиці, бізнесі та державному управлінні. – К. : Альтерпрес, 2008. – 216 с.
2. *Баровська А.В.* Стратегічні комунікації: досвід НАТО [Електронний ресурс] // Стратегічні пріоритети. – 2015. – №1(34). – С. 147–151. – Режим доступу : http://sp.niss.gov.ua/content/articles/files/24–1436781085.pdf
3. *Гуцал С.* Публічна дипломатія та стратегічні комунікації: визначення концептуальних основ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/viewFile/2769/2473
4. *Петров В.* Стратегічні комунікації як інструмент протидії у гібридній війні // Запровадження комунікації органів державної влади : зб. матер. наук.-практ. конф. / упоряд. А.В. Баровська. – К. : Фенікс, 2016. – С. 65–69.
5. *Соловйов С.* Основні характеристики стратегічних комунікацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nuczu.edu.ua/sciencearchive/PublicAdministration/vol4/24_2016.pdf
6. *Report* of the Defense Science Board Task Force on Managed Information Dissemination [Електронний ресурс]. – С. 1. – Режим доступу : http://www.acq.osd.mil/dsb/reports/ADA396312.pdf/
7. *Joint* Chief of Staff, Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms, Joint Publication 1–02, April 12, 2001 (as amended through March 4, 2008).
8. *NATO* Strategic Communications Policy [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://info.publicintelligence.net/NATO-STRATCOM-Policy.pdf
9. *US Department* of Defense: Report on Strategic Communication [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/dod/dod_report_strategic_communication_11feb10.pdf
10. *Cornish Paul*, Lindley-French Julian and Yorke Claire. Strategic Communications and National Strategy. A Chatham House Report September 2011. – Chatham House, 2011.
11. *Changing* Minds, Winning Peace: A New Strategic Direction for U.S. Public Diplomacy in the Arab and Muslim World [Електронний ресурс] // Report of the Advisory Group on Public Diplomacy for the Arab and Muslim World. – Режим доступу : http://www.state.gov/documents/organization/ 24882.pdf
12. *National* framework for strategic communication. Report of the Federal government. – White House, Washington, 2009. – 16 p.

13. *Strategic* Communication Joint Integrating Concept [Електронний ресурс] / Department of Defence concept – Version 1.0. – 07 October 2009. – Режим доступу : http://www.dtic.mil/doctrine/concepts/joint_concepts/ jic_strategiccommunications.pdf
14. *Gilboa E.* Diplomacy in the Media Age: Three Models of Uses and Effects // Diplomacy and Statecraft. – 2001. – № 12 (2). – P. 1–28.
15. *Ross C.* Pillars of public diplomacy. Grappling with international public opinion // Harvard International Review. – Summer, 2003. – P. 22–27.
16. *Воєнна* доктрина України, затверджена Указом Президента України від 24 вересня 2015 року – № 555/2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.president.gov.ua/documents/5552015–19443

References

1. *Pocheptsov, G. (2008)*. Stratehichni komunikatsiyi: stratehichni komunikatsiyi v polityts, biznesi ta derzhavnomu upravlinni [Strategic communications: strategic communication in politics, business and public administration]. Kyiv: Alterpres [in Ukrainian].
2. *Barovska,* A.V. (2015). Stratehichni komunikatsiyi: dosvid NATO [Strategic communication: the experience of NATO]. *Stratehichni priorytety – Strategic priorities*, 1(34), 147–151 [in Ukrainian].
3. *Hutsal,* S. (2016). Publichna dyplomatiya ta stratehichni komunikatsiyi: vyznachennya kontseptual'nykh osnov [Public diplomacy and strategic communication: definition of conceptual basis]. *journals.iir.kiev.ua* Retrieved from: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/viewFile/2769/2473 [in Ukrainian].
4. *Petrov,* V. (2016). Stratehichni komunikatsiyi yak instrument protydii u hibrydniy viyni[Strategis communication as a countermeasure in hybrid war]. In Barovska, A.V. (Ed.). *Zaprovadzhennya komunikatsiyi orhaniv derzhavnoyi vlady – Implementation of communication of public authorities: Proceedings of the International Scientific and Practical Conferenc.* (pp. 65–69). Kyiv: Feniks [in Ukrainian].
5. *Solovyov,* S. (2016). Osnovni kharakterystyky stratehichnykh komunikatsiy [The main features of strategic communication]. *nuczu.edu.ua* Retrieved from: http://nuczu.edu.ua/sciencearchive/PublicAdministration/vol4/24_2016.pdf [in Ukrainian].
6. *Report* of the Defense Science Board Task Force on Managed Information Dissemination. (2001). *www.acq.osd.mil* Retrieved from: http://www.acq.osd.mil/dsb/reports/ADA396312.pdf/ [in English].
7. *Joint* Chief of Staff. Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms. Joint Publication 1–02. (2008). *www.dtic.mil* Retrieved from: http://www.dtic.mil/doctrine/new_pubs/jp1_02.pdf [in English].
8. *NATO* Strategic Communications Policy. (2009). *info.publicintelligence.net* Retrieved from: http://info.publicintelligence.net/NATO-STRATCOM-Policy.pdf [in English].
9. *US* Department of Defense. Report on Strategic Communication. (2010). *www.au.af.mil* Retrieved from: http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/dod/dod_report_strategic_communication_11feb10.pdf [in English].
10. *Cornish,* Paul, Lindley-French, Julian, Yorke, Claire. (2011). Strategic Communications and National Strategy. A Chatham House Report. London: Chatham House [in English].
11. *Changing* Minds, Winning Peace: A New Strategic Direction for U.S. Public Diplomacy in the Arab and Muslim World. (2003). *www.state.gov* Retrieved from:http://www.state.gov/documents/organization/24882.pdf [in English].
12. *National* framework for strategic communication. (2009). Washington: White House [in English].
13. *Strategic* Communication Joint Integrating Concept. (2009). *www.dtic.mil* Retrieved from: http://www.dtic.mil/doctrine/concepts/joint_concepts/jic_strategiccommunications.pdf [in English].
14. *Gilboa,* E. (2001). Diplomacy in the Media Age: Three Models of Uses and Effects. *Diplomacy and Statecraft*, 12 (2), 1–28 [in English].
15. *Ross,* C. (2003). Pillars of public diplomacy. Grappling with international public opinion. *Harvard International Review,* 25 (2), 22–27 [in English].
16. *Voyenna* doktryna Ukrayiny [Military doctrine of Ukraine]. (2015). *www.president.gov.ua* Retrieved from: http://www.president.gov.ua/documents/5552015–19443 [in Ukrainian].

УДК 316.774:351.862.4

ІНФОРМАЦІЙНІ ОПЕРАЦІЇ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Панченко Валентина Миколаївна,
кандидат технічних наук, старший науковий співробітник

Протягом останнього десятиліття на Заході відбулася інституалізація системи стратегічних комунікацій як реакція оборонних структур на нові виклики безпеці в умовах мирного часу. В Україні ця система перебуває у стані формування, що зумовлює інтерес науковців до питання співвідношення окремих її складових. У статті розглядаються питання співвідношення таких сфер комунікативної діяльності, як публічна дипломатія, зв'язки із громадськістю, зв'язки військових із громадськістю, інформаційних операцій, психологічних операцій у межах системи стратегічних комунікацій сектору безпеки та оборони; визначено місце і роль інформаційних операцій у цій системі шляхом аналізу ключових характеристик її елементів. Обґрунтовано, що відокремлене функціонування зазначених сфер комунікативної діяльності без урахування загальнодержавної стратегії не лише неефективне, а й може зашкодити національній безпеці, призвести до втрат.

Ключові слова: стратегічні комунікації, інформаційні операції, національна безпека.

Panchenko Valentyna

INFORMATION OPERATIONS IN THE SYSTEM OF STRATEGIC COMMUNICATION

Over the last decade there was institutionalization of strategic communication system as a defense structures reaction on the new security challenges in peacetime. In Ukraine, this system is under development that causes the interest of scientists to the question on its individual components relations. The article deals with the relations of such communicative as public diplomacy, public affairs, military public affairs, information operations, psychological operations within the strategic communications system of security and defense sector; the place and the role of information operations in the system are defined by analyzing the key characteristics of its elements. It is argued that the separate functioning of these communicative disciplines without taking into account the national strategy are not only ineffective, but may harm national security and lead it to losses.

Keywords: strategic communication, information operations, national security.

Постановка проблеми. Як свідчить аналіз вітчизняних і зарубіжних наукових публікацій, аналітичних досліджень, нормативних та інструктивних документів, протягом останнього десятиліття відбулася інституалізація системи стратегічних комунікацій шляхом агрегації таких сфер комунікативної діяльності (у різних дослідженнях – функцій, інструментів, засобів), як публічна дипломатія, зв'язки із громадськістю, зв'язки військових із громадськістю, інформаційних операцій, психологічних операцій. Разом з тим зазначені сфери сформувалися як окремі функціональні ділянки до появи системи стратегічних комунікацій і сьогодні залишаються самостійними поза її межами.

Така трансформація сфер комунікативної діяльності зумовлює інтерес науковців до питання співвідношення окремих її складових, а також їх місця і ролі в системі стратегічних комунікацій.

Зауважимо, що інструменти стратегічних комунікацій набули найбільшого поширення в політичній та військовій сферах, але можуть вико-

ристовуватися і в інтересах бізнес-структур. У цьому дослідженні стратегічні комунікації будуть розглядатися як інструмент забезпечення національної безпеки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зокрема, питанням інституалізації системи стратегічних комунікацій у межах оборонних структур США, безпекових установ європейських держав та НАТО присвячено публікації А. Баровської, С. Соловйова [1–3]. Ґрунтовне дослідження взаємодії та взаємозв'язку понять «публічна дипломатія» і «стратегічні комунікації» проведено С. Гуцал [4]. Питання стратегічного управління комунікаціями як пріоритету діяльності у сфері зв'язків із громадськістю вивчалося В. Березенком [5].

Постановка завдання. Водночас місце та роль інформаційних операцій у системі стратегічних комунікацій не були предметом окремого наукового дослідження, що спонукало нас до всебічного вивчення цього питання.

Виклад основного матеріалу. З огляду на відсутність на сьогодні єдиного понятійного апарату для позначення базових термінів інформаційної сфери національної безпеки, насамперед розглянемо більш детально поняття «інформаційна операція». У науковій та публіцистичній літературі зустрічаються також поняття «таємні операції» [6, 7], «інформаційно-психологічні операції» [8–10], «спеціальні інформаційні операції» [11–14]. Вживання інтегрального терміна «інформаційно-психологічні операції» є характерним для представників сектору безпеки та оборони й наукових шкіл пострадянського простору. Можна зробити припущення, що таке поєднання стало можливим через застосування під час проведення інформаційних операцій методів впливу інформацією на свідомість і поведінку людей. Зокрема, В. Крисько визначив інформаційний вплив як один із заходів психологічної війни, що передбачає вплив інформацією (словом) на свідомість [15]. В одному з перших вітчизняних визначень у загальнодоступних джерелах спеціальні інформаційні операції також визначаються через вплив на свідомість і поведінку людини «за допомогою використання певним чином організованої інформації та інформаційних технологій для досягнення певної мети» [16].

Водночас існують наукові дослідження, у яких поняття інформаційних та психологічних операцій розмежовуються. Так, Г. Почепцов використовує у своїх працях терміни «спеціальні інформаційні операції», «спеціальні психологічні операції» [17, 18]). О. Литвиненко, здійснивши політологічний аналіз феномена спеціальної інформаційної операції (СІО), дійшов висновку, що інформаційні операції на відміну від психологічних базуються не стільки на особливостях людської психіки, скільки на характерних рисах соціально-політичної комунікації у суспільствах, де вони здійснюються. Тобто заходи і прийоми спеціальної інформаційної операції передбачають вплив на структуру суспільної комунікації супротивника, а не безпосередньо на свідомість. Дослідник зазначає, що засоби маніпулятивного інформаційного впливу на свідомість широко застосовуються під час проведення спеціальних інформаційних операцій, хоча і не вичерпуються ними. Крім того, «до арсеналу спеціальних інформаційних операцій входить не тільки використання, а й створення подій як псевдо, так і сказати б реальних. Наприклад, у процесі реалізації заходів інформаційного маніпулятивного впливу можна використати вже скоєний терористичний акт, а в межах СІО теракт може бути здійснений з метою маніпулювання» [19, с. 10; 20, 21].

Незважаючи на ґрунтовне дослідження характеристик, особливостей, форм і методів проведення спеціальних інформаційних операцій, у публікаціях О. Литвиненка не надається визначення цього поняття. У сучасних загальнодоступних наукових джерелах інформаційна операція визначається як сукупність узгоджених та взаємопов'язаних за метою, завданнями, об'єктами впливу й часом інформаційних атак, акцій і ударів, що проводяться як послідовно, так і одночасно в одній обраній сфері життєдіяльності держави [22]. На нашу думку, недоліком такого визначення є необхідність додаткового розкриття понять «інформаційна атака», «інформаційна акція», «інформаційний удар». Запропоноване іншими авторами (М. Присяжнюк, І. Пампуха, В. Петрик) [23] визначення спеціальної інформаційної операції як спланованих дій, спрямованих на ворожу, дружню або нейтральну аудиторію з метою схилення до ухвалення управлінських рішень та/або вчинення дій, вигідних для суб'єкта інформаційного впливу, вважаємо занадто загальним, таким, що не відображає особливостей інформаційної складової операції.

Водночас аналіз зарубіжних джерел свідчить, що термін «інформаційні операції» запроваджено фахівцями оборонних відомств США у польо-

вих статутах *FM* 100-23 «Миротворчі операції» та *FM* 33-5 «Ведення психологічної війни» [24]. Одним із принципових підходів у зазначених інструктивних документах до визначення сутності поняття «інформаційна операція» є можливість використання методів і засобів цієї форми інформаційного протиборства не тільки під час бойових дій, а й у мирний час.

У Доктрині Повітряних сил США 2-5 «Інформаційні операції» (*Air Force Doctrine Document* 2-5 «*Information operations*») від 2005 р. інформаційні операції визначаються як заходи, що застосовуються для впливу на ворожу інформацію або інформаційну систему при одночасному захисті власної інформації та інформаційних систем [25].

Відповідно до Настанови Збройних сил США 3-13 «Інформаційні операції» (*Joint publication* 3-13 «*Information operations*») від 2006 р. інформаційні операції – це інтегроване застосування ключових можливостей електромагнітних засобів, комп'ютерних мереж, психологічних операцій, військового мистецтва та безпекових операцій разом із спеціальною підтримкою та відповідними можливостями з метою впливу, руйнування, завдання шкоди, захоплення процесу ухвалення рішень (людиною чи технічними засобами) при одночасному захисті власного [26]. Ця ж настанова від 2012 р. містить уже більш загальне визначення: «Інформаційні операції – це інтегроване застосування під час військових операцій можливостей, що стосуються інформації, разом з іншими засобами операції, з метою впливу, руйнування, завдання шкоди, захоплення процесу ухвалення рішення ворожою стороною або потенційним ворогом при одночасному захисті власного» [27]. Обґрунтовуючи перехід до нового визначення, керівник Департаменту Оборони США в меморандумі «Стратегічні комунікації та інформаційні операції в Департаменті Оборони», зазначив, що «попередньому визначенню не вистачало посилань на інформаційне середовище і робиться занадто великий акцент на ключових можливостях. Це призводить до розмивання відмінностей між цими можливостями та інформаційними операціями як інтегральною функцією персоналу. Успішні інформаційні операції вимагають виявлення можливостей, що стосуються інформації, для досягнення бажаного ефекту, а не просто застосування цих можливостей. Нове ж визначення вносить зміни до чинної концепції ще й у тому контексті, що ключові можливості мають бути під контролем однієї особи» [28]. При цьому під можливостями, що стосуються інформації, розуміють інструмент, технологію або діяльність, які застосовуються в межах інформаційного середовища, що може бути використано для створення впливу та бажаних умов операції. На нашу думку, саме в цей період (меморандум датується 25 січня 2011 р.) відбувається закріплення на офіційному рівні інформаційних операцій як складової частини системи стратегічних комунікацій сектору безпеки та оборони, про що свідчать і відповідні зміни в системі підпорядкування об'єднаних Сил інформаційних операцій, оголошені у цьому ж меморандумі.

Зауважимо, що майже одночасно оборонним відомством США термін «психологічні операції» (сплановані дії для передачі відібраної інформації та індикаторів зарубіжній аудиторії для впливу на її емоції, мотиви, наміри та, як наслідок, поведінку зарубіжних урядів, організацій, груп, осіб в інтересах суб'єкта впливу) було замінено на інший – «інформаційні операції з підтримки військових» [29].

Політика стратегічних комунікацій НАТО 2009 року (*NATO Strategic Communications Policy*) визначає «інформаційні операції» як військові рекомендації та координацію інформаційних військових заходів НАТО з метою створення бажаного впливу на наміри, розуміння (уявлення) та здатність ворожої сторони й інших суб'єктів (потенційного ворога, осіб, що ухвалюють рішення, культурних груп, представників міжнародного співтовариства тощо) на підтримку операцій, місій та цілей Альянсу [30]. У межах стратегічних комунікацій НАТО виокремлюється сфера психологічних операцій – спланована психологічна діяльність з використанням методів комунікації та інших засобів, спрямована на визначену аудиторію з метою впливу на свідомість, схильність та поведінку для досягнення політичних і військових цілей.

Отже, у практиці НАТО та оборонних відомств США інформаційні і психологічні операції є різними формами комунікативної діяльності. Разом з тим ще у 2005 р. (після завершення війни в Афганістані) серед західних експертів розпочалися дискусії щодо співвідношення окремих сфер комунікативної діяльності, їх ролі та значення для сектору безпеки і оборони. Зокрема, П. Кітон та М. Маккен зазначають, що у зв'язку із трансформацією політичної ситуації в

Афганістані – переходом від воєнних дій і протидії тероризму до стану протидії надзвичайним ситуаціям, відновлення інфраструктури та розвитку – відбулися зміни у стратегії військових, адже змінилися роль і значення присутнього там військового контингенту. За таких умов провідну роль почала відігравати інформаційна підтримка військової операції. Ці події призвели до появи нових підходів у комунікативній стратегії командування, створення нової структури функціонування, взаємодії та підпорядкованості підрозділів «інформаційного фронту» – зв'язків із громадськістю (*Public Affairs*), інформаційних операцій (*Information Operation*), психологічних операцій (*Psychological Operations*), що фактично стало поштовхом для формування стратегічних комунікацій [31]. Пошуки шляхів ефективної координації, синхронізації, синергії трьох складових інформаційної підтримки відповідно до єдиного задуму (стратегії) і призвели до їх агрегації в межах системи стратегічних комунікацій. При цьому кожна складова має виконувати свою функцію і не створювати перешкод для виконання завдань іншими. Так, на думку П. Кітон та М. Маккен, функція зв'язків із громадськістю – інформувати суспільство за допомогою фактажної правдивої інформації, тоді як інформаційні і психологічні операції відшукують можливості впливу на аудиторію для зміни її намірів та поведінки. Зв'язки із громадськістю виступають від імені командування і є його голосом, а також забезпечують комунікацію між командуванням та суспільством. Вони існують не для створення новин або впливу на формування громадської думки, а для забезпечення інформацією, на підставі якої їх аудиторія змогла б сформувати власну аргументовану думку. Натомість сили інформаційних операцій, як правило, не розкривають своїх «замовників». Такі операції є складовою тактики наземних військових операцій, вони допомагають досягти бажаних цілей від аудиторії, яка може бути критично налаштована щодо дій військових. Інформація, яка використовується для проведення інформаційних операцій, має бути правдивою, але також і маніпулятивною, аби отримати бажаний результат.

Слід зауважити, що маніпулювання тут не є самоціллю. Адже, як свідчить досвід проведення інформаційних операцій, їх інструменти військові та спецслужби змушені застосовувати тоді, коли відсутній/блокується канал комунікації із цільовою аудиторією або аудиторія упереджено ставиться до суб'єктів комунікації, контенту. Так, у результаті знищення/блокування роботи передавального обладнання на непідконтрольній українській владі території Донбасу відсутнє теле-, радіомовлення українських каналів, заборонено розповсюдження друкованих українських ЗМІ, моніторингу та контролю піддаються Інтернет-сервіси, які дають змогу ідентифікувати їх користувачів, а отже, виявляти прихильних до проукраїнської політики громадян. Інформаційно ізольованим від материкової частини України залишається Крим.

За таких умов комунікація українського уряду з населенням цих регіонів через загальнодоступні канали неможлива. Через низьку довіру до центральної влади населенням територій, прилеглих до зони проведення АТО, не завжди адекватно сприймається загальнодержавний контент. Отже, інформаційні операції є одним із тих інструментів, які надають можливість забезпечити комунікацію уряду з населенням окупованих територій України. Зокрема, одним із таких каналів комунікації в умовах сучасних українських реалій є тимчасово переміщені особи, які продовжують спілкуватися зі своїми знайомими та родичами на непідконтрольних територіях, а також відвідують там свої домівки.

Неузгодженість на початку 2014 р. діяльності військових формувань та спеціальних служб України в інформаційному просторі, відсутність налагодженої системи інформування громадян про події в Криму й на сході держави про заходи, які вживаються урядом, сприяли формуванню панічних настроїв серед громадян, деморалізації війська та підриву довіри до Збройних Сил України, що, у свою чергу, стало одним із чинників тимчасової втрати частини території країни. Таким чином, інформаційні операції, не підпорядковані єдиному задуму, стратегії, не лише неефективні, а й можуть зашкодити національній безпеці, призвести до людських та матеріальних втрат.

Висновки. З урахуванням викладеного пропонуємо визначити інформаційні операції як сплановані заходи, спрямовані на суспільно-політичну комунікацію суспільства з метою схилення до ухвалення управлінських рішень та/або вчинення дій в інтересах суб'єкта впливу.

Аналіз ключових характеристик складових системи стратегічних комунікацій надає можливість визначити місце і роль інформаційних операцій у цій системі (табл. 1). Так, функцією інформаційних операцій є забезпечення ін-

Таблиця 1. **Місце і роль інформаційних операцій у системі стратегічних комунікацій**

	Публічна дипломатія	Зв'язки із громадськістю	Зв'язки військових із громадськістю	Інформаційні операції	Психологічні операції
Функція	Інформувати про діяльність, пояснювати дії, формувати позитивний імідж	Інформувати про діяльність, пояснювати дії	Інформувати про діяльність, пояснювати дії військових підрозділів	Забезпечити інформаційну підтримку дій у фізичному просторі	Надати психологічну допомогу
Цільова аудиторія	Іноземці	Населення власної країни	Населення регіону конфлікту	Визначена група осіб/особа, що ухвалює рішення	Населення регіону конфлікту, військовослужбовці
Основний суб'єкт	Дипломатичні служби	Прес-служби	Прес-служби у штаті військових підрозділів	Спецслужби, сили спеціальних операцій	Служби психологічного забезпечення у штаті військових підрозділів
Об'єкт впливу	Масова свідомість	Суспільна свідомість, громадська думка	Масова свідомість	Контент, канали комунікації (ЗМІ, Інтернет-ЗМІ, соціальні мережі, тимчасово переміщені особи тощо)	Індивідуальна та масова свідомість

формаційної підтримки діяльності уряду, військових формувань та суспільних очікувань в інтересах національної безпеки. Інформаційні операції зазвичай організовуються та координуються спеціальними службами, які залежно від об'єкта впливу залучають необхідні сили й засоби для їх проведення (ЗМІ, Інтернет-сервіси, неурядові організації, експертів тощо).

Якщо на Заході формування системи стратегічних комунікацій уже відбулося (як реакція на неефективність в умовах післявоєнного часу в Афганістані інформаційних підрозділів, які функціонували окремо без урахування загальної стратегії), то Україна зіткнулась із цим досвідом тільки під час проведення АТО. Зокрема, основні зміни у визначенні поняття «інформаційні операції» в інструктивних документах військових фахівців НАТО та США пов'язані із запровадженням нового підходу до комунікаційної стратегії, що полягав в агрегації у рамках стратегічних комунікацій публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, зв'язків військових із громадськістю, інформаційних операцій, психологічних операцій.

Діяльність військових підрозділів та спеціальних служб в інформаційній сфері має бути не лише узгодженою між ними, а й спрямованою на реалізацію загальнодержавної стратегії в інтересах національної безпеки. Сучасний досвід протидії Україною російській агресії свідчить, що в умовах латентної війни саме система стратегічних комунікацій забезпечує таку можливість.

Список використаних джерел

1. *Баровська А. В.* Стратегічні комунікації: досвід НАТО / А. В. Баровська // Стратегічні пріоритети. – 2015. – № 1 (34). – С. 147–152.
2. *Інформаційні* виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії : аналіт. доп. / За заг. ред. А. Баровської – К. : НІСД, 2016. – С. 69–80.
3. *Соловйов С. Г.* Основні характеристики стратегічних комунікацій / С. Г. Соловйов // Вісник Нац. ун-ту цивільного захисту України. – 2016. – № 1 (4). – С. 165–170.
4. *Гуцал С.* Публічна дипломатія та стратегічні комунікації: концептуальні засади взаємозв'язку та взаємодії / С. Гуцал // Запровадження комунікації органів державної влади : зб. мат-лів наук.-практ. конф. – К. : Фенікс, 2016. – С. 161–169.
5. *Березенко В. В.* Стратегічне управління комунікаціями як головний напрям *PR*-діяльності / В. В. Березенко // Держава та регіони. Серія: Гуманіт. науки. – 2012. – № 1. – С. 83–87.

6. *Даллес А.* Искусство разведки: пер. с англ. с сокращениями / А. Даллес. – М. : МП «Улисс», 1992. – 288 с.
7. *Richelson J.* The US Intelligent Community / J. Richelson. – Cambridge, Mass: Ballinger Pub. Co., 1989. – 180 p.
8. *Манойло А. В.* Информационно–психологические операции как организационная форма реализации концепции информационно-психологической войны / А. В. Манойло, Д. Б. Фролов // Проблемы информационной безопасности. Компьютерные системы. – 2003. – № 2. – С. 7–14.
9. *Нарис* теорії і практики інформаційно-психологічних операцій : навч. посіб. / М. Т. Дзюба, Я. М. Жарков, І. О. Ольховой, М. І. Онищук; за заг. ред. В. В. Балабіна. – К. : ВІТІ НТУУ «КПІ», 2006. – 471 с.
10. *Черник П.* Інформаційно-психологічні операції у війнах та збройних конфліктах другої половини XX – початку XXI ст. / П. П. Черник, А. В. Шумка // Вісник НУ «Львівська політехніка». – 2008. – № 634. – С. 126–133.
11. *Гриняев С. И.* Поле битвы – киберпространство: теория, приемы, средства, методы и системы ведения информационной войны / С. И. Гриняев. – Минск : Харвест, 2004. – 448 с.
12. *Жуков В.* Взгляды военного руководства США на ведение информационной войны / В. Жуков // Зарубежное военное обозрение. – 2001. – № 1. – С. 12–14.
13. *Литвиненко О. В.* Спеціальні інформаційні операції; Рада нац. безпеки і оборони України, Нац. ін-т стратегічних досліджень. – К., 1999. – 163 с. – (Нац. безпека; Вип. 3).
14. *Сучасні* технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій : навч. посіб. / В. В. Остроухов, В. М. Петрик, В. І. Полевий [та ін.]. – К. : Росава, 2006. – 208 с.
15. *Крысько В. Г.* Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт) / В. Г. Крысько; под общ. ред. А. Е. Тараса. – Минск : Харвест, 1999. – 448 с.
16. *Галамба М.* Сутність, види та методи спеціальних інформаційних операцій / М. Галамба // Юстініан [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.justinian.com.ua/article.php?id=2524.
17. *Почепцов Г. Г.* Информационные войны / Г. Г. Почепцов. – М. : РИП-Холдинг, 1999. – 574 с.
18. *Почепцов Г. Г.* Психологические войны / Г. Г. Почепцов. – К. : Ваклер, 2002. – 528 с.
19. *Литвиненко О. В.* Інформаційні впливи та операції : теорет.-аналіт. нариси / О. В. Литвиненко. – К. : Нац. ін-т стратегічних досліджень, 2003. – 239 с. – (Сер. Нац. безпека; Вип. 6).
20. *Литвиненко О.* Інформаційні впливи та інформаційні операції: механізми самоорганізації / О. В. Литвиненко // Людина і політика. – 1999. – № 6. – С. 32–36.
21. *Литвиненко О. В.* Інформаційна безпека Європи: Конспект лекцій до курсу лекцій для студ. спец. «Міжнар. інформація» спеціалізації «Європ. комунікації» / О. В. Литвиненко. – К. : Київ. ун-т ім. Т. Шевченка. Ін-т міжнар. відносин, Центр європ. студій. Каф. міжнар. комунікацій та зв'язків з громадськістю, 1999. – 61 с.
22. *Левченко О.* Форми ведення інформаційної боротьби: практичний підхід до понятійного апарату / О. Левченко // Наука і оборона. – 2013. – № 3. – С. 21–26.
23. *Основні* поняття та особливості проведення спеціальних інформаційних операцій / М. М. Присяжнюк, І. В. Пампуха, В. М. Петрик // Зб. наук. праць Військового інституту Київського нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. – 2014. – № 46. – С. 112–120.
24. *Вилко В. М.* Інформаційно-психологічне забезпечення ЗС США в локальних війнах і збройних конфліктах 1950–2000 рр. (історичний аспект) / В. М. Вилко; дис. к. іст. наук: 20.02.22. – військова історія: НАО України. – К., 2005. – 284 с.
25. *Air* Force Doctrine Document: 2-5.Information operations, 2005 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.iwar.org.uk/iwar/resources/usaf/afdd2-5-2005.pdf
26. *Joint* publication: 3-13. Information operation, 2006 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.acqnotes.com/Attachments/Joint%20Publication%203-13%20Information%20Operations%2013%20Feb%2006.pdf
27. *Joint* publication: 3-13.Information operation, 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.dtic.mil/doctrine/new_pubs/jp3_13.pdf
28. *US Department* of Defense : Memorandum for secretaries of the military departments. Strategic Communication and Information Operations in the DoD [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://pdnetworks.files.wordpress.com/2011/01/2011-strategic-communication-io-memo-25-jan2011.pdf
29. *Chairman* of the Joint Chiefs of Staff Instruction: Military Information Support Operations Supplement to the Joint Strategic Capabilities Plan [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://info.publicintelligence.net/CJCS-MISO.pdf
30. *NATO* Strategic Communications Policy [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://info.publicintelligence.net/NATO-STRATCOM-Policy.pdf
31. *Keeton P.* Information Operations, STRATCOM, and Public Affairs / Pamela Keeton, Mark McCann // Military Review. – 2005. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.au.af.mil/au/awc/awcgate/milreview/keeton.pdf

References

1. *Barovska,* A. V. (2015). Stratehichni komunikatsii: dosvid NATO [Strategic communication: the experience of NATO]. *Stratehichni priorytety – Strategic priorities*, *1 (34)*,147–152 [in Ukrainian].
2. *Barovska,* A. V. (eds.) (2016). *Informatsiyni vyklyky hibrydnoyi viyny*: *kontent, kanaly, mechanizmy protydiyi: analit. dop. [Information challenges of hybrid warfare, content channels, mechanisms for combating: analytical report].* Kyiv: NISD [in Ukrainian].
3. *Soloviov,* S. H. (2016). Osnovni kharakterystyky stratehichnykh komunikatsii [Key Features of Strategic Communications]. *Visnyk Natsionalnoho universitetu tsyvilnoho zakhystu Ukrainy – Proceedings of the National University of Civil Defense of Ukraine,*1 (4), 165–170 [in Ukrainian].
4. *Hutsal,* S. (2016). Publichna dyplomatiia ta stratehichni komunikatsii: kontseptualni zasady vzaiemozv'iazku ta vzaiemodii [Public diplomacy and strategic communication: conceptual basis of the relationship and interaction]. *Zaprovadzhennia komunikatsii orhaniv derzhavnoi vlady – Implementation of public authorities communication:* Proceedings of the scientific and Practical Conference. (pp. 161–169). Kyiv: Feniks [in Ukrainian].
5. *Berezenko,* V. V. (2012). Stratehichne upravlinnia komunikatsiiamy yak holovnyi napriam PR-diialnosti [Strategic management of communications as the main direction of PR-activities]. *Derzhava ta rehiony – State and Regions, 1*, 83–87 [in Ukrainian].
6. *Dulles,* A. (1992). *Yskusstvo razvedky [The Craft of intellingence].* (Trans.) Moscow: Ulyss [in Russian].
7. *Richelson,* J. (1989). *The U.S. intelligence community*. Cambridge, Mass: Ballinger Pub. Co.
8. *Manoylo,* A. V. (2003). Informatsionno–psikhologicheskiye operatsii kak organizatsionnaya forma realizatsii kontseptsii informatsionno-psikhologicheskoy voyny [Information and psychological operations as organizational form of information and psychological war conception realization]. *Problemy informatsionnoy bezopasnosti. Kompyuternye sistemy – Information security problems. Computer systems, 2,* 7–14 [in Russian] .
9. *Dziuba,* M. T., Zharkov, Ia. M., Olkhovoi, I. O., & Onyshchuk, M. I. (2006). *Narys teorii i praktyky informatsiino-psykholohichnykh operatsii [Outline of the theory and practice of information-psychological operations].* V. V. Balabin (Ed.). Kyiv: VITI NTUU «KPI» [in Ukrainian].
10. *Chernyk,* P.P., & Shumka, A. V. (2008). Informatsiino-psykholohichni operatsii u viinakh ta zbroinykh konfliktakh druhoi polovyny XX – pochatku XXI st. [Information and psychological operations in wars and armed conflicts of the second half of the XX – XXI century]. *Visnyk NU «Lvivska politekhnika» – Proceedings of National University «Lvivska politekhnika», 634,* 126–133 [in Ukrainian].
11. *Grinyaev,* S. I. (2004). *Pole bitvy – kiberprostranstvo: teoriya, priyemy, sredstva, metody i sistemy vedeniya informatsionnoy voyny [Battlefield is Cyberspace: theory, methods, tools, techniques and information warfare system].* Minsk : Kharvest [in Russian].
12. *Zhukov,* V. (2001). Vzglyady voyennogo rukovodstva SShA na vedeniye informatsionnoy voyny [The views of the US military governance on information warfare]. Zarubezhnoye voyennoye obozreniye – *Foreign Military Review, 1,* 12–14 [in Russian].
13. *Lytvynenko,* O. V. (1999). *Spetsialni informatsiini operatsii [Special information operation].* Kyiv: NISS [in Ukrainian].
14. *Ostroukhov,* V. V., Petryk, V. M., Polevyi, V. I. et al. (2006). *Suchasni tekhnolohii ta zasoby manipuliuvannia svidomistiu, vedennia informatsiinykh viin i spetsialnykh informatsiinykh operatsii [Modern technology and tools of manipulation, information warfare and special information operations].* Kiyv: Rosava [in Ukrainian].
15. *Krysko,* V. G. (1999). *Sekrety psikhologicheskoy voyny (tseli, zadachi, metody, formy, opyt) [Secrets of psychological warfare (goals, objectives, methods, forms, experience)].* A. Ye. Taras (Ed.). Minsk: Kharvest [in Russian].
16. *Halamba,* M. (2007). Sutnist, vydy ta metody spetsialnykh informatsiinykh operatsii [Sense, types and methods of special information operations]. *www.justinian.com.ua.* Rerieved from: http://www.justinian.com.ua/article.php?id=2524 [in Ukrainian].
17. *Pocheptsov,* G. G. (1999). *Informatsionnye voyny [Information warfare].* Moscow: RIP-Kholding [in Russian].
18. *Pocheptsov,* G. G. (2002). *Psikhologicheskiye voyny [Psychological warfare].* Kyiv: Vakler [in Russian].
19. *Lytvynenko,* O. V. (2003). *Informatsiini vplyvy ta operatsii: teoret.-analit. narysy [Information influences and operations: theoretical and analytical essays].* Kyiv: NISS [in Ukrainian].
20. *Lytvynenko,* O. (1999). Informatsiini vplyvy ta informatsiini operatsii: mekhanizmy samoorhanizatsii [Informational influence and information operations: mechanisms of self organization]. *Liudyna i polityka – Man and politics, 6,* 32–36 [in Ukrainian].
21. *Lytvynenko,* O. V. (1999). *Informatsiina bezpeka Yevropy [Information security of Europe].* Kyiv: Taras Shevchenko University of Kyiv. Institute of international relationship. European Studies Center. Cathedra of international communication and public affairs [in Ukrainian].
22. *Levchenko,* O. (2013). Formy vedennia informatsiinoi borotby: praktychnyi pidkhid do poniatiinoho aparatu [Forms of information warfare: a practical approach to the conceptual apparatus]. *Nauka i oborona – Science and Defense, 3,* 21–26 [in Ukrainian].

23. *Prysiazhniuk,* M. M., Pampukha, I. V. & Petryk, V. M. (2014). Osnovni poniattia ta osoblyvosti provedennia spetsialnykh informatsiinykh operatsii [Basic concepts and features of special information operations realization]. *Zb. nauk. prats Viiskovoho instytutu Kyivskoho nats. un-tu im. T. Shevchenka — Proceedings of Military Institute of Taras Shevchenko University of Kyiv, 46,* 112–120 [in Ukrainian].
24. *Vilko V. M.* Informatsiyno-psihologichne zabezpechennya zbroynih syl Spoluchenyh Shtativ Ameryky v lokalnyh viynah i zbroynyh konfliktah 1950–2000 rr. (istorychniy aspekt). [Information and psychological provision of the Armed Forces of the USA in local wars and armed conficts in 1950–2000 (historical aspect)] – NAO Kyiv [in Ukrainian].
25. *Air* Force Doctrine Document: 2-5.Information operations. (2005). *www.iwar.org.uk*. Retrieved from http://www.iwar.org.uk/iwar/resources/usaf/afdd2-5-2005.pdf
26. *Joint* publication: 3-13. Information operation. (2006). *www.acqnotes.com*. Retrieved from http://www.acqnotes.com/Attachments/Joint%20Publication%203-13%20Information%20Operations%2013%20Feb%2006.pdf.
27. *Joint* publication: 3-13.Information operation. (2012). *www.dtic.mil*. Retrieved from http://www.dtic.mil/doctrine/new_pubs/jp3_13.pdf
28. *US* Department of Defense : Memorandum for secretaries of the military departments. Strategic Communication and Information Operations in the DoD (2011). *pdnetworks.files.wordpress.com*. Retrieved from https://pdnetworks.files.wordpress.com/2011/01/2011-strategic-communication-io-memo-25-jan2011.pdf
29. *Chairman* of the Joint Chiefs of Staff Instruction: Military Information Support Operations Supplement to the Joint Strategic Capabilities Plan (2011). *info.publicintelligence.net*. Retrieved from https://info.publicintelligence.net/CJCS-MISO.pdf
30. *NATO* Strategic Communications Policy (2009). *info.publicintelligence.net*. Retrieved from http://info.publicintelligence.net/NATO-STRATCOM-Policy.pdf
31. *Keeton,* Pamela & McCann, Mark. (2005). Information Operations, STRATCOM, and Public Affairs. *Military Review*. Retrieved from www.au.af.mil/au/awc/awcgate/milreview/keeton.pdf

УДК 37.046.16:316.77

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОСВІТНЬОЇ СКЛАДОВОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ У СФЕРІ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Даниленко Сергій Іванович,
доктор політичних наук, доцент

Сучасні гібридні геополітичні протистояння, особливо українсько-російське, виявили гострі проблеми не лише в матеріально-технічному забезпеченні, а й у наявності та відповідності кадрових ресурсів держави.

У статті проаналізовано стан підготовки національною вищою школою фахівців для реалізації завдань державної інформаційної політики, зокрема у напрямі впровадження стратегічних комунікацій в Україні, а також досвід роботи у цій галузі ВНЗ інших країн світу, де готують спеціалістів відповідного профілю. Розглянуто найбільш збалансовані освітні програми рівня «бакалавр» та «магістр», за якими в Україні та за кордоном готують фахівців зі стратегічних комунікацій. Сформульовано принципи компонування навчальних дисциплін, які дають змогу підготувати якісного фахівця для ключових сфер застосування стратkомів – державні структури, корпоративний та медіасектор.

Ключові слова: сфера вищої освіти, стратегічні комунікації, Україна, Ізраїль, США, ЄС, вищий навчальний заклад, освітня програма, критичне мислення.

Danylenko Serhii

PERSPECTIVES OF DEVELOPMENT OF EDUCATIONAL COMPONENT OF SPECIALIST TRAINING IN STRATEGIC COMMUNICATIONS

Modern hybrid geopolitical confrontation, especially Ukrainian-Russian revealed urgent problems, not only in the material and technical support, but also in the availability and the appropriate staff resources of Ukraine.

In the article the status of preparation of the national high school specialists for the realization of state information policy, particularly towards the implementation of strategic communications in Ukraine, as well as experience of other countries higher educational institutions, which train specialists of this profile. Considered the most balanced educational programs of «Bachelor» and «Master» in strategic communications, which are used in Ukraine and abroad. Formulated the layout principles of disciplines that enable high-quality professional training for key applications of stratcoms – government agencies, corporate and media-sphere.

Keywords: the sphere of high education, strategic communications, Ukraine, Israel, the US, EU, high educational institution, educational program, critical thinking.

Відкрита фаза українсько-російського протистояння у політико-дипломатичній, воєнній, економічній та інформаційній сферах винятково критично порушила питання і вказала не лише на брак матеріальних, технічних, фінансових чи інших ресурсів, необхідних для успішного протистояння будь-якому агресору та захисту своїх національних інтересів, але й окреслила гостроту кадрового голоду у всіх сферах функціонування держави. Це стосується як недостатньої кількості сучасних управлінців, так і пасивного (неусвідомленого) чи активного (сві-

домого) спротиву та саботажу нинішніх держслужбовців. Такий стан можна пояснити низкою чинників, серед яких і корупція, і кругова порука, і захист корпоративної єдності на шкоду суспільним інтересам, а також невідповідна якість освіти та набутих навичок.

Дуже помітним це питання стало у сфері військового будівництва, реформування спецслужб та національної поліції, де нагальність його розв'язання чітко усвідомлена вищими керівниками і відбувається за участі громадськості та у максимально публічний спосіб. Власне кажучи, зміни в українському війську, де прийнято говорити про якісно іншу армію, принципово вирізняє новий кадровий підхід, пов'язаний з людським чинником. Подібним шляхом пішли й очільники національної поліції. Натомість спроби змін у прокуратурі чи судовій системі наштовхнулися на «кадрове питання», що засвідчило про необхідність змінити підходи до підготовки кадрового резерву, формування фахівців, перш за все для державного сектору, за новими стандартами.

У сфері інформаційної політики хоча й робилися спроби змінити кадрову роботу, але якісного стрибка тут не відбулося, хоча кінетична енергія, напрацьована відповідними як урядовими, так і науково-експертними інституціями, вказує на потенціал, який необхідно використати.

Тому **метою** нашої статті є загальна оцінка стану підготовки національною вищою школою фахівців для реалізації завдань державної інформаційної політики, зокрема у напрямі впровадження стратегічних комунікацій в Україні, а також ознайомлення з досвідом роботи у цій галузі вишів інших країн світу, де готують спеціалістів відповідного профілю. У своєму дослідженні ми виходитимемо саме з позиції, що питання стратегічних комунікацій є завданням та функцією держави, отже підготовка фахівців передусім має провадитися на замовлення та для потреб державного сектору – як цивільного, так і мілітарного, силового. Тому ми опиратимемося на ту термінологію, яку пропонує нині чинна нормативно-правова база, а саме Воєнна доктрина, де стратегічні комунікації означені як «скоординоване і належне використання комунікативних можливостей держави – публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, військових зв'язків із громадськістю, інформаційних та психологічних операцій, заходів, спрямованих на просування цілей держави1» [1].

Коротка історія питання

Підготовка фахівців з вищою освітою для професійної діяльності у сфері суспільних комунікацій, за винятком журналістики, в Україні розпочато близько двох десятиліть тому. Зокрема, в Інституті міжнародних відносин КНУ імені Тараса Шевченка на спеціальності «міжнародна інформація» в середині 90-х років фундатор вітчизняної школи комунікативістики професор Георгій Почепцов з колегами започаткував спеціалізацію «Зв'язки з громадськістю» [2]. З 2012 року різні похідні від цієї дисципліни викладаються на кафедрі «Міжнародних медіакомунікацій та комунікативних технологій» цього вишу. Згодом близькі до цієї спеціалізації дисципліни з'явилися в інших вишах, набули масового характеру. Окрема навчальна дисципліна «Стратегічні комунікації» викладається в ІМВ на магістерській програмі «Міжнародні комунікації».

В Інституті журналістики КНУ імені Тараса Шевченка з 2006 року функціонує кафедра «Реклами та зв'язків з громадськістю» [3].

Знаним осередком підготовки спеціалістів, що за своїми теоретичними знаннями та професійними навичками могли б сформувати кадрову базу для забезпечення потреб держави та суспільства у реалізації ідеї стратегічних комунікацій, є Національний університет «Києво-Могилянська академія». На факультеті соціальних наук та соціальних технологій, де кафедра соціології функціонує з 1993 року, готують фахівців, які, «спеціалізуючись у сфері налагодження та підтримки постійних конструктивних двосторонніх зв'язків з цільовими для кожної організації групами громадськості, займаються широким колом питань стратегічного та оперативного менеджменту, що пов'язані з оптимізацією комунікативного середовища організації, забезпечення для неї позитивного пабліцитного капіталу та високої репутації» [4].

Слід зауважити, що університети у Львові, Одесі, Хмельницькому, Луцьку, Чернівцях, Харкові та ще низці міст на базі кафедр «Міжнародна інформація» пропонують опанувати дисципліни, що дотепер складають базу підготовки фахівців з різних видів суспільних комунікацій. Скажімо, цього року в Одеському регіональному інституті державного управління, що є підрозділом

Національної академії державного управління при Президентові України, відкрито півторарічну магістерську програму «Стратегічні комунікації», що вивчається в межах напряму «Менеджмент». Упорядники програми подають такі характеристики стратегічних комунікацій: технологія налагодження довготривалих відносин організації – державної, політичної, комерційної, громадської – із суспільством; формують привабливий імідж і репутацію організації/особистості, підвищують конкурентоспроможність та прибутковість; упорядковують управлінські процеси; забезпечують політичну, соціальну та економічну успішність; забезпечують взаємодію та вибудовування довгострокових формальних та неформальних взаємозв'язків між різними структурами; комунікації стають стратегічними, якщо розглядаються в ситуаційному контексті ділової стратегії організації.

Серед потенційних роботодавців спеціалістів зі стратегічних комунікацій автори магістерської програми називають політичні партії, органи державної та публічної влади, міждержавні організації, структури вітчизняного та іноземного бізнесу, громадські організації, наукові та освітні установи.

Підкреслюється, що комплекс предметів у межах програми є унікальним: він поєднує дисципліни зі сфери як комунікативістики (основи комунікаційного менеджменту, стратегії комунікативної поведінки, проектування комунікацій, сучасні технології і формати стратегічних комунікацій), так і маркетингу (управління проектами, проектне рішення, маркетинг проектів, проектний аналіз тощо).

Таким чином, основу навчального плану магістерської програми складають предмети, орієнтовані на підготовку спеціалістів з комунікаційного супроводу маркетингової, а не зовнішньополітичної діяльності, що наближає розуміння упорядниками стратегічних комунікацій до їхніх російських колег [5].

У розробників освітніх програм тих вишів, де готуються потенційні ініціатори і лобісти стратегічних комунікацій, мав би бути чітко сформований «ідеальний образ», суспільне замовлення на їх вихованця з відповідним поєднанням психотипічних характеристик людини саме такої професії, оптимальним набором знань та навичок, ба навіть ідейним та належним когнітивним сприйняттям світу і завдань держави щодо її внутрішніх та зовнішніх інтересів. Принаймні, до такого ідеалу могли б прагнути на конкурентній основі ті, хто ставить перед собою за мету підготувати незначну кількість таких фахівців. Це жодним чином не має бути запереченням тому, що, скажімо, випускник механіко-математичного чи фізичного факультетів не має шансів виявити та розкрити свої здібності у справі страткому. Проте такого спільного бачення науково-викладацька спільнота досі не виробила, як, власне й поки немає спільної платформи, на кшталт громадської професійної організації, де б фахівці з комунікативістики, а саме науковці-теоретики та освітяни-предметники могли б бодай для себе сформувати такий ідеал, цільне бачення потреб. Було б корисно напрацювати систему теоретичних та практичних дисциплін для викладання та практичної підготовки фахівців зі стратегічних комунікацій. Хоча інтерес у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка є стабільним, що засвідчує проведення у квітні 2016 року Весняної Академії НАТО «Стратегічні комунікації в умовах гібридної війни» за сприяння Центру інформації та документації НАТО в Україні.

Тут є певна основа, навіть у плані формування спільних термінів, оскільки було презентовано перший словник термінів стратегічних комунікацій [6, 7]. А питання корпоратизації тих, хто опікується підготовкою фахівців, розглядалося на круглому столі «Національна вища освіта в галузі комунікацій: стан та перспективи», ініційованому Міністерством інформаційної політики України [8].

Теперішній стан

Серед національних університетів різних форм власності сьогодні доволі поширена підготовка фахівців з комунікативних технологій, загалом це зв'язки з громадськістю, реклами і маркетинг (якщо не брати до уваги його бізнес-складову). До недавнього часу підготовка фахівців для сфер суспільних комунікацій відбувалася відповідно до освітніх стандартів, які передбачали певні освітньо-кваліфікаційні характеристики (ОКХ) та освітньо-професійні програми (ОПП). Після ухвалення Закону України «Про вищу освіту» (2014) та прийняття на його базі Постанови Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 року № 266, де визначено *Перелік галузей знань та*

спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти [9], із цього документа практично вилучено спеціальності, за якими можна було б готувати у національній вищій школі спеціалістів для комунікативної сфери. Слід зауважити: це не означає, що таких фахівців не готуватимуть. Виші і надалі на основі академічної автономії у межах інших галузей знань та спеціальностей (до прикладу, 06 журналістика) можуть розробляти освітні програми з комунікативних напрямів. Однак, таке заниження статусу вивчення комунікативних дисциплін призводить до втрати інтересу з боку потенційних споживачів відповідних освітніх послуг, занепаду науково-теоретичних досліджень, загрожує потенційним зникненням професій, пов'язаних з комунікаціями, з Класифікатора професій, що є важливим державним документом, який формалізує роботу відділів кадрів організацій різних форм власності. Це має особливе значення для державних установ, де розвиток публічних комунікацій може набути підпільних форм, коли люди зараховуватимуться і працюватимуть на одних посадах, а виконуватимуть інші функції. У нашому випадку ті, що пов'язані з публічними комунікаціями. Відповідно, матимемо упосліджене ставлення до розвитку комунікативних навичок державних службовців, обмежене фінансування відповідних проектів, стагнацію системи перепідготовки кадрів.

Досвід інших країн

Докладний аналіз досвіду інших країн світу засвідчив, що немає загального стандарту надання вищої освіти у сфері комунікацій. На основі університетської автономії, на базі національних наукових шкіл та потреб національних економік вищі школи мають різні підходи до підготовки таких фахівців. Скажімо, у Німеччині освітня політика проводиться на рівні федеральних земель, але найчастіше маємо: «Галузь знань – гуманітарні науки, спеціальність – медіазнавство і комунікативістика» або: «Галузь знань – правові, економічні та соціальні науки, спеціальність – комунікативістика/публіцистика»; Франція: «Група галузей: мультидисциплінарна, спеціальність – інформаційні та комунікативні науки»; у Великобританії найпоширеніше поєднання – журналістика та комунікативістика. Загалом частина університетів, це характерно як для Америки, так і для Європи, навчають фахівців зі стратегічних комунікацій, скажімо, у трьох форматах: державного управління та безпеки, маркетингу та журналістики. Тобто, відповідно до спеціалізації вишу чи наукової школи робиться акцент на тих навчальних дисциплінах, які за природою близькі до стратком ів чи є частиною цієї діяльності. Нижче ми проаналізуємо склад освітніх програм і переконаємося, що серед науковців, експертів і освітян немає єдиного стандарту підготовки фахівців зі стратегічних комунікацій. Це загальна тенденція, оскільки досі проблематично сформувати інтегроване та прийнятне для більшості розуміння стратегічних комунікацій як предмету та цілі діяльності.

Якщо говорити лише про освітню дисципліну, яка має таку саму назву, «Стратегічні комунікації», то доцільно перш за все проаналізувати досвід американських університетів. Показовим є приклад **Колумбійського університету** (*Columbia University in the City of New York*), де пропонують освітню магістерську програму «Стратегічні комунікації» (*Strategic communications* (*Master of Science*) [10]. Магістерська програма за напрямом «Стратегічні комунікації» розроблена як для досвідчених фахівців у сфері комунікацій, так і для тих, хто обіймає керівні посади в інших сферах, де кваліфікація у сфері комунікації є необхідною для ефективної реалізації завдань державного управління (якщо робити висновки з переліку навчальних дисциплін): «Комунікації, мистецтво переконання та цільова аудиторія» (*Communication, Persuasion, and Audience*), «Організаційні стратегії та управління» (*Organizational Strategy and Leadership*), «Написання промов» (*Strategic Storytelling*) (як поєднати стратегічне мислення із написанням промов, що можуть надихати, мотивувати та заохочувати аудиторію), «Побудова внутрішніх комунікацій/зв'язків» (*Building Internal Engagement*), «Розробка напряму стратегічних комунікацій» (*Setting Strategic Direction*), «Теорія та практика аналітичних досліджень» (*Insight Discovery*), «Побудова повідомлень та каналів комунікації» (*Creative Expression and Channel Architecture*), «Практика управління» (*The Practice of Leadership*), «Переконлива самопрезентація» (*Persuasive Presenting*). Це основні дисципліни, а ось лише деякі з факультативних, коли студент може здобути знання й отримати досвід для роботи у корпоративному секторі: «Кризові комунікації» (*Crisis Communications*), «Комунікації для суспільних змін» (*Communications for Social Change*) (як

стратегічні комунікації можуть використовуватись для соціальних трансформацій), «Історія організації/бренда» (*Master Narrative*), «Комунікації та світові бренди» (*Communication and Global Brands*), «Сила думки (воркшоп)» (*Power of Opinion*), «Бізнес у контексті глобальних викликів людства» (*Business of Issues*), «Брендинг» (*The Value of Brand: Making the Business Case*), «Візуалізація бренда» (*Visualizing Brand*), «Контент-стратегія» (*Content Strategy: Achieving Business Goals Through Content*). Як бачимо, навчання орієнтоване на потреби державного сектору, для якого визначальним є соціальне здоров'я суспільства, безпека та розуміння аудиторією основних параметрів внутрішньої та зовнішньої політики, що ці державні установи втілюють. Принципово, що програма розрахована на споживачів з досвідом роботи, тобто з усвідомленим вибором і переконанням, що комунікації є частиною державних функцій, без яких немає ефективного державного управління.

Прикметно, що у США підготовка фахівців зі стратегічних комунікацій для державного сектору поділяється на цивільний та військовий сектори, хоча їх «ідеологічна» база має схожий вигляд.

Як зазначається в довіднику зі стратегічних комунікацій та комунікативної стратегії для американських військових, навчальні програми зі стратегічних комунікацій у США охоплюють переважно вивчення інформаційних операцій та публічної політики [11]. Відзначається, що інструментарій стратегічних комунікацій не використовується і під час обговорення процесу планування спільних бойових операцій (*Joint Operation Planning Process*). Однією з проблем викладання стратегічних комунікацій є неузгодженість навчальних програм у різних військових академіях США. У довіднику також наголошується на відсутності достатньої кількості матеріалів зі стратегічних комунікацій та комунікативної стратегії для забезпечення потреб дистанційної освіти. Слід додати, що дистанційна освіта для вітчизняної вищої школи є фактично цілиною. В Україні є чимало вдалих, більшою мірою приватних спроб, наприклад *Prometeus*. Партнерами платформи масових онлайн-курсів стали Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Києво-Могилянська академія, Український католицький університет та Львівська ІТ-школа. Шевченків університет запропонував онлайн-курс «Інформаційні війни» професора М. Ожевана [12].

Повернімося до американського досвіду. Наслідком вищезазначених недоліків автори документа називають неспроможність успішного виконання військовослужбовцями, що працюють у галузях стратегічних комунікацій, поставлених перед ними завдань, а також неефективну роботу з місцевим населенням щодо роз'яснення цілей військових операцій.

Для стандартизації процесу викладання стратегічних комунікацій у Пентагоні кілька років тому було запропоновано такі заходи: створення проекту «принципів стратегічних комунікацій»; узгодження проекту цілей вивчення стратегічних комунікацій; узгодження стратегічних комунікацій в усіх програмах підготовки старшого офіцерського складу та основних навчальних програмах середньої освіти; формування освітнього консорціуму зі стратегічних комунікацій; дослідження інших освітніх ініціатив у сфері стратегічних комунікацій. Окремо підкреслюється важливість професійної підготовки спеціалістів у галузі стратегічних комунікацій для ефективної роботи з місцевим населенням. Слід зазначити, що частина із зазначених напрямів у тій чи іншій формі знайшла своє втілення. Прикладом може бути згадана вище магістерська програма у Колумбійському університеті.

Інший комплекс дисциплін, що їх пропонують західні виші для опанування мистецтвом стратегічних комунікацій, переважно орієнтований на корпоративний сектор. Для цих «замовників» приготували ось такий освітній коктейль в **Антверпенському університеті** (Бельгія) (*Universiteit Antwerpen*): в освітній програмі «Магістр комунікативних досліджень: стратегічні комунікації» (*Master of Communication Studies: Strategic Communication*) яскраво помітне поєднання маркетингу, психології, ділових комунікацій та соціальних медіа. Про це свідчить перелік обов'язкових навчальних дисциплін: «Сучасні перспективи в комунікативних дослідженнях» (*Contemporary perspectives in communication studies*), «Методологія комунікативних досліджень» (*Methods of communication research*), «Суспільні та соціально-корисні комунікації» (*Public and social profit communication*), «Прямий та *e*-маркетинг» (*Direct marketing and e-marketing*), «Дослідження ефективності стратегічних комунікацій» (*Effectiveness study strategic communication*), «Комунікації у сфері охорони здоров'я» (*Health Communication*), «Внутрішні комунікації» (*Internal communication*), «Реклама, спонсорство/фінансування та зв'язки з громадськістю» (*Advertising, sponsoring*

and public relations), «Психологія споживачів» (*Consumer psychology*), «Професійні комунікації» (*Professional Communication*), «Ділові комунікації» (*Business Communication*), «Цифрові комунікації» (*Digital communication*), «Проведення зустрічей та переговорів» (*Meeting and negotiating*), «Організаційна/промислова психологія» (Organisational psychology). Суто практичні заняття проводяться за такими предметами: «Журналістика та ЗМІ» (*Journalism and media training*), медіаменеджмент (*Mediamanagement*), «Міжособистісна комунікація» (*Interpersonal communication*), «Веб-комунікації» (*Webcommunication*), «Стратегічні комунікації» (*Strategic Communication*) [13].

Урешті третій формат підготовки фахівців у західних вишах для завдань стратегічних комунікацій «розмістився» у медійній царині. На погляд розробників таких освітніх програм, що їх пропонує **Орегонський університет** (*University of Oregon: School of journalism and communication*) (США, Юджин), студенти факультету журналістики найкраще підготовлені до вивчення програми «Магістр стратегічних комунікацій». Ось базові дисципліни: «Масові комунікації та суспільство» (*Mass Communication and Society*), «Основи стратегічних комунікацій» (*Foundations of Strategic Communication*), «Фінансування у стратегічних комунікаціях» (*Finance for Strategic Communication*), «Методи дослідження стратегічних комунікацій» (*Strategic Communication Research Methods*), «Вступ до стратегічних комунікацій» (*Introduction to Strategic Communication*), «Дослідження та планування в стратегічних комунікаціях» (*Strategic Communication Research and Planning*), «Стратегічні маркетингові комунікації» (*Strategic Marketing Communication*), «Управління проектами та планування» (*Project Management and Planning*), «Творчість у стратегічних комунікаціях» (*Creativity in Strategic Communication*), «Управління стратегічними комунікаціями» (*Strategic Communication Management*). Є низка факультативних дисциплін, пов'язаних з вивченням соціальних медіа [14].

Як бачимо, є щонайменше три близькі, однак різні підходи до професійної підготовки спеціалістів. Вище ми зауважували, що найбільш оптимальним, відповідно до сьогоднішніх потреб України, є стандарт підготовки, запропонований Колумбійським університетом. Він готує відкритого, публічного, орієнтованого на співпрацю з різною аудиторією на широку тематику креативного фахівця, що уміє працювати у команді і визначати суспільні пріоритети, які можуть і мають бути озвучені та «розділені» тими, до кого вони звернуті.

Університет імені Бар-Ілана (Ізраїль, Рамат-Ган), бакалаврська програма, що поєднує знання з політології та комунікативістики – *Communications with a Minor in Political Science*. Уважне ознайомлення з переліком дисциплін дає змогу зробити висновок, що вона поєднує ще й навички взаємодії з медіа та підготовки журналістських матеріалів («Практикум з журналістики та написання новин» (*News Writing & Journalism Workshop*), тобто навички з формування належного контенту. Маємо зауважити також, що політологічна складова визначається такими дисциплінами, як «Уряд в Ізраїлі» (*Government in the State of Israel*), «Політика Ізраїлю» (*Israeli Politics*), «Вступ до державного управління та державної політики» (*Introduction to Public Administration and Public Policy*), «Вступ до міжнародних відносин» (*Introduction to International Relations*), «Комунікації та врегулювання конфліктів» (*Communication and Conflict Resolution*) [15, 16].

Хоча у ізраїльських колег ми не знаходимо окремої дисципліни зі страткомів, однак тільки із цього переліку можна зробити висновок щодо загальної орієнтації навчального процесу на підготовку фахівців саме для державного сектору, які у той чи інший спосіб мають відстоювати суверенітет та незалежність держави, у тому числі військовими та політико-дипломатичними методами, поєднуючи у питаннях комунікацій політико-управлінський, комунікативний та медійний підходи. Таке поєднання має доволі привабливий для України вигляд з погляду її виживання та перспектив як незалежної держави.

Російська практика викладання дисципліни «Стратегічні комунікації» та суміжних із цим напрямом є доволі обмеженою. У **Дипломатичній академії при Міністерстві закордонних справ Російської Федерації** стратегічну комунікацію визначають як один з напрямів підготовки магістрів за спеціальністю «Світова політика і глобальний розвиток», хоча серед переліку предметів найближчими до комунікативної сфери можна вважати «Ведення інформаційно-аналітичної роботи» та «Методи поведінки в політиці, переговори та зв'язки з громадськістю» [17].

У **Московському державному інституті міжнародних відносин** введено спеціальну ма-

гістерську програму «Нові медіа і стратегічні комунікації». В анотації до програми зазначено, що «стратегічні комунікації передбачають налагодження довготривалих відносин організації – державної, політичної, громадської, комерційної – із суспільством. Також до їхніх послуг звертаються державні та громадські діячі, великі бізнесмени. Стратегічні комунікації формують привабливі імідж та репутацію організації та особистості, вибудовують відносини із суспільством та іншими організаціями, підвищують конкурентоспроможність та прибутковість, забезпечують політичну, соціальну та економічну успішність» [18]. Аспект забезпечення зовнішньої політики тут майже не розглядається. Можна стверджувати, що поняття «стратегічних комунікацій» тут зумисне підмінюють «паблік рілейшнз», на що вказує і ступінь, який присвоюється випускникам по завершенні курсу – «магістр з реклами та зв'язків з громадськістю».

Факультет журналістики Московського державного університету пропонує магістерську програму «Стратегічні комунікації» [19]. Цікавим є перелік дисциплін, що пропонуються для вивчення: «Теорія стратегічних комунікацій», «Суспільна думка в рекламі та зв'язках з громадськістю», «Типологія текстів у сфері зв'язків з громадськістю», «Комунікації у сфері бізнесу», «Інноваційні технології в рекламі» тощо. В анотації до програми вказано, що випускники курсу володітимуть системою поглиблених знань, які стосуються стратегічних комунікацій, умітимуть виконувати на високому та професійному рівні відповідні види роботи у сфері стратегічних комунікацій, пов'язані з постановкою та вирішенням завдань підвищеної складності. Зрозуміти, що мається на увазі, дає змогу перелік компетенцій, яким повинен володіти слухач програми. Наведемо лише окремі з них:

- знати комунікаційну концепцію зв'язків з громадськістю;
- уміти аналізувати внутрішньокорпоративні та міжкорпоративні відносини, формувати корпоративну культуру;
- бути здатним підготувати (створити й відредагувати) тексти різних жанрів у сфері зв'язків з громадськістю;
- володіти технологіями організації подій, технологіями зв'язків з громадськістю, роботи з різними цільовими аудиторіями;
- володіти інформацією про вітчизняні та зарубіжні наукові дослідження в цій галузі тощо.

Окрім того, простий контент-аналіз показує, що в переліку серед шести компетенцій словосполучення «зв'язки з громадськістю» зустрічається 10 разів.

Згадки про дисципліну «Стратегічні комунікації» є й у бакалаврській програмі «Реклама та зв'язки з громадськістю» **Національного дослідницького університету «Вища школа економіки»,** де вона викладається англійською мовою, однак не конкретизується її зміст [20].

Пермський національний дослідницький політехнічний університет нині також розробляє магістерську програму «Стратегічні комунікації в професійній та міжкультурній сфері», де головний акцент зроблено саме на зв'язках з громадськістю та маркетинговій діяльності [21]. Зокрема, серед переліку дисциплін програми – «Стратегічні комунікації в промисловій сфері», «Стратегічний менеджмент у створенні нематеріальних активів», «Геобрендинг», «Теоретичні й прикладні аспекти міжкультурної комунікації».

Таким чином, стратегічні комунікації як навчальна дисципліна в російських вищих навчальних закладах розглядається переважно як своєрідний варіант зв'язків з громадськістю, на що вказує і зміст навчальних програм. Коли йдеться про комплексну навчальну програму, вона є зазвичай магістерською, де не передбачено предмети, в яких визначається саме аспект стратегічних комунікацій.

Складовою своєї діяльності стратегічні комунікації розглядають і в НАТО, де створено цілий відділ з розвитку цього напряму. У цій структурі головним завданням стратегічних комунікацій вбачають «скоординоване й доцільне використання комунікативної діяльності та комунікативних можливостей НАТО для підтримки політики, операцій та діяльності Альянсу, а також для досягнення ним своїх цілей» [22]. Розглядаються п'ять основних напрямів реалізації стратегічних комунікацій: публічна дипломатія; публічна політика; військова публічна політика; інформаційні операції; психологічні операції.

Україна прагне активно перейняти натівський досвід [23]. Про необхідність створення державної системи стратегічних комунікацій в Україні йшлося на конференції «Становлення інформаційного суспільства України: держава, суспільство, приватний сектор» 10 червня 2016 року [24], що відбулася за ініціативи Мініс-

терства інформаційної політики України. Там було презентовано схему інституційної організації цього напряму в державній політиці країни та запропоновано етапи щодо її впровадження.

Зазначене вище вказує на необхідність підготовки спеціалістів з питань стратегічних комунікацій для держави в системі вищої освіти провідних країн світу. При цьому варто враховувати специфіку галузі, де поєднується комунікативістика, стратегічне планування і міжнародна політика, а також відсутність єдиного підходу щодо визначення стратегічних комунікацій в академічних колах.

Висновки та перспективи подальшої освітньої діяльності щодо формування ефективної системи підготовки кадрів для вирішення завдань зі стратегічних комунікацій можна окреслити таким чином, що зусилля професійних товариств, які об'єднують фахівців у сфері комунікацій, а також представників вищих навчальних закладів, державних установ, у тому числі й центральних органів державної влади, з цього питання мають бути спрямовані передусім *на перегляд нормативних актів*, що регулюють освітній процес у вищій школі, з метою належного представлення серед переліку галузей знань та спеціальностей тих, що забезпечують розвиток сфери комунікацій.

Це дасть можливість:

- оновити та актуалізувати систему підготовки у вищій школі фахівців з питань комунікацій відповідно до запитів ринку та державного управління;
- налагодити тісний зв'язок між роботодавцем та університетами;
- підняти престиж професій у сфері комунікацій та надати їм належного суспільного визнання й фінансування;
- зміцнити репутацію комунікації як процесу, що формує державу і націю;
- посилити на державному рівні роль фахівців у сфері комунікацій.

Список використаних джерел

1. *Про рішення* Ради національної безпеки і оборони України «Про нову редакцію Воєнної доктрини України: Указ Президента України від 2 вересня 2015 року №555/2015. URL: http://www.president.gov.ua/documents/5552015-19443
2. *Про спеціальність* «Міжнародна інформація» (Інститут міжнародних відносин КНУ). URL: http://www.iir.edu.ua/education/international_information/about_the_department/
3. *Про кафедру* «Реклами та зв'язків з громадськістю» (Інститут журналістики КНУ). URL: http://journ.univ.kiev.ua/rzg/kafedra/
4. *Магістерська* програма «Менеджмент організацій і адміністрування. Менеджмент зв'язків із громадськістю (Public Relations)» (Національний університет «Киево-Могилянська академія»). URL: http://www.ukma.edu.ua/ects/index.php/fsnst/131-menedzhmentzzg.
5. *Магістерська* програма «Стратегічні комунікації» Одеського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України. URL: http://www.oridu.odessa.ua/
6. *У Києві* презентували перший словник стратегічних комунікацій. URL: http://www.ukrinform.ua/rubric-society/2005461-u-kievi-prezentuvali-persij-slovnik-strategicnih-komunikacij.html
7. *Стратегічні* комунікації: [словник]. – К. : ФОП О.С. Ліпкан, 2016. – 400 с.
8. *Круглий* стіл на тему: «Національна вища освіта в галузі комунікацій: стан та перспективи». URL: photo.ukrinform.ua/ukr/current/photo.php?id=772337
9. Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти: Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 р. № 266. URL: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=248149695
10. *About* courses of Columbia University School of Professional Studies. URL: http://sps.columbia.edu/strategic-communications/courses#COMM-PS5245
11. *Commander's* Handbook for Strategic Communication and Communication Strategy 2010 / US Joint Forces Command Joint Warfighting Center // Version 3.0, 24 June 2010. URL: http://www.dtic.mil/doctrine/doctrine/jwfc/sc_hbk10.pdf
12. *На навчальній* платформі Prometeus з'явилися курси з інтернет-медіа та інформаційних воєн. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/na_navchalniy_platformi_prometheus_zyavilisya_kursi_z_internetmedia_ta_informatsiynikh_voen/
13. *Master* of Communication Studies: Strategic Communication. URL: https://www.uantwerpen.be/en/education/education-and-training/e-mcw-strategische/study-programme/
14. *School* of Journalism and Communications University of Oregon. URL: http://journalism.uoregon.edu/academics/grad/stratcomm/#1449534301311-95635e14-f950

15. *International* B.A. Program in Communication. URL: http://www.biuinternational.com/academics/communication/
16. *Communications* Course. URL: http://www.biuinternational.com/wp-content/uploads/Communications-Course-Listing-2014- 15.pdf
17. *О факультете* «Международные отношения» (Дипломатическая академия МИД России). URL: http://www.dipacademy.ru/programmes/graduate/international_relation
18. *Магистерская* программа «Новые медиа и стратегические коммуникации» (Московський государственный институт международных отношений). URL: http://mgimo.ru/study/master/smm
19. *Магистерская* программа «Стратегические коммуникации» (факультет журналистики Московского государственного университета). URL: http://www.journ.msu.ru/education/magistrate/programmy/magisterskaya-programma-strategicheskie-kommunikatsii.php
20. *Бакалаврская* программа «Реклама и связи с общественностью» (Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»). URL: https://www.hse.ru/ba/ad/keydiscipline
21. *Стратегические* коммуникации в профессиональной и межкультурной сферах (на стадии заполнения) (Пермский национальный исследовательский политехнический университет). URL: http://pstu.ru/title1/student/plans_magistry/
22. *About Strategic* Communications / NATO StratCom website. URL: http://www.stratcomcoe.org/about-strategic-communications
23. *Україна* та НАТО продовжать співпрацю задля впровадження системи державних стратегічних комунікацій. URL: http://mip.gov.ua/news/1450.html
24. *Стець Юрій*: «Україна потребує розвитку інформаційного простору та налагодження комунікації між владою та суспільством». URL: http://mip.gov.ua/news/1249.html

References

1. *Ukaz* Prezydenta Ukrainy Pro rishennia Rady natsionalnoi bezpeky i oborony Ukrainy «Pro novu redaktsiiu Voiennoi doktryny Ukrainy»: vid 2 veresnia 2015 roku №555/2015 [The President of Ukraine decree on the decision of The National Security and Defense Council of Ukraine "On the new edition of the Military Doctrine of Ukraine]. Retrieved from http://www.president.gov.ua/documents/5552015-19443 [in Ukrainian].
2. *Pro* spetsialnist «Mizhnarodna informatsiia» (Instytut mizhnarodnykh vidnosyn KNU) [About the specialty "International information"]. Retrieved from http://www.iir.edu.ua/education/international_information/about_the_department/ [in Ukrainian].
3. *Pro* kafedru «Reklamy ta zviazkiv z hromadskistiu» (Instytut zhurnalistyky KNU) [About department of "Advertising and public relations"]. Retrieved from http://journ.univ.kiev.ua/rzg/kafedra/ [in Ukrainian].
4. *Mahisterska* prohrama «Menedzhment orhanizatsii i administruvannia. Menedzhment zviazkiv iz hromadskistiu (Public Relations)» (Natsionalnyi universytet «Kyevo-Mohylianska akademiia») [Master program "Management and Administration. Management of Public Relations"]. Retrieved from http://www.ukma.edu.ua/ects/index.php/fsnst/131-menedzhmentzzg [in Ukrainian].
5. *Pro* mahistersku prohramu «Stratehichni komunikatsii» Odeskoho rehionalnoho instytutu derzhavnoho upravlinnia Natsionalnoi akademii derzhavnoho upravlinnia pry Prezydentovi Ukrainy [Master's program "Strategic Communication" of Odessa Regional Institute for Public Administration]. Retrieved from http://www.oridu.odessa.ua/ [in Ukrainian].
6. *U* Kyievi prezentuvaly pershyi slovnyk stratehichnykh komunikatsii [The first dictionary of strategic communications resented in Kyiv]. Retrieved from http://www.ukrinform.ua/rubric-society/2005461-u-kievi-prezentuvali-persij-slovnik-strategicnih-komunikacij.html [in Ukrainian].
7. *Lipkan,* V.A. (Eds.) (2016). *Stratehichni komunikatsii: slovnyk* [Strategic communications: a dictionary]. K.: FOP O.S. Lipkan [in Ukrainian].
8. *Kruhlyi* stil na temu: «Natsionalna vyshcha osvita v haluzi komunikatsii: stan ta perspektyvy» [Roundtable: "The national university degree in communications: state and prospects"]. Retrieved from photo.ukrinform.ua/ukr/current/photo.php?id=772337 [in Ukrainian].
9. *Postanova* Kabinetu Ministriv Ukrainy Pro zatverdzhennia pereliku haluzei znan i spetsialnostei, za yakymy zdiisniuietsia pidhotovka zdobuvachiv vyshchoi osvity: vid 29 kvitnia 2015 roku № 266 [Cabinet of Ministers of Ukraine Decree "On the list of disciplines and specialties, which trains candidates of higher education"]. Retrieved from http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=248149695 [in Ukrainian].
10. *About* courses of Columbia University School of Professional Studies / Sayt Kolumbiys'koho universytetu. Retrieved from http://sps.columbia.edu/strategic-communications/courses#COMM-PS5245
11. *Commander's* Handbook for Strategic Communication and Communication Strategy 2010 / US Joint Forces Command Joint Warfighting Center // Version 3.0, 24 June 2010. Retrieved from http://www.dtic.mil/doctrine/doctrine/jwfc/sc_hbk10.pdf

12. *Na* navchalnii platformi Prometeus ziavylysia kursy z internet-media ta informatsiinykh voien [On studying platform Prometeus appeared courses on Internet media and information warfare]. Retrieved from http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/na_navchalniy_platformi_prometheus_zyavilisya_kursi_z_internetmedia_ta_informatsiynikh_voen/ [in Ukrainian].
13. *Master* of Communication Studies: Strategic Communication. Retrieved from https://www.uantwerpen.be/en/education/education-and-training/e-mcw-strategische/study-programme/
14. *School* of Journalism and Communications University of Oregon. Retrieved from http://journalism.uoregon.edu/academics/grad/stratcomm/#1449534301311-95635e14-f950
15. *International* B.A. Program in Communication. Retrieved from http://www.biuinternational.com/academics/communication/
16. *Communications* Course. Retrieved from http://www.biuinternational.com/wp-content/uploads/Communications-Course-Listing-2014- 15.pdf
17. *O* fakultete «Mezhdunarodnye otnosheniya» (Diplomaticheskaya akademiya MID Rossii) [About the department "International Relations" of Diplomatic Academy of the Russian MFA]. Retrieved from http://www.dipacademy.ru/programmes/graduate/international_relation [in Russian].
18. *Magisterskaya* programma «Novye media i strategicheskie kommunikacii» (Moskovskiy gosudarstvennyy institut mezhdunarodnyh otnosheniy) [The master's program "New Media and Strategic Communications" of Moscow State Institute of International Relations]. Retrieved from http://mgimo.ru/study/master/smm [in Russian].
19. *Magisterskaya* programma «Strategicheskie kommunikacii» (fakultet zhurnalistiki Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta) [The master's program "Strategic Communication" of Journalism faculty of Moscow State University]. Retrieved from http://www.journ.msu.ru/education/magistrate/programmy/magisterskaya-programma-strategicheskie-kommunikatsii.php [in Russian].
20. *Bakalavrskaya* programma «Reklama i svyazi s obschestvennostyu» (Nacionalnyy issledovatelskiy universitet «Vysshaya shkola ekonomiki») [Bachelor program "Advertising and public relations" of National Research University "Higher School of Economics"]. Retrieved from https://www.hse.ru/ba/ad/keydiscipline [in Russian].
21. *Magisterskaya* programma «Strategicheskie kommunikacii v professionalnoy i mezhkulturnoy sferah (na stadii zapolneniya)» (Permskiy nacionalnyy issledovatelskiy politehnicheskiy universitet) [Strategic communications in professional and intercultural fields (at the stage of filling) Perm National Research Polytechnic University]. Retrieved from http://pstu.ru/title1/student/plans_magistry/ [in Russian].
22. *About* Strategic Communications / NATO StratCom website. Retrieved from http://www.stratcomcoe.org/about-strategic-communications
23. *Ukraina* ta NATO prodovzhat spivpratsiu zadlia vprovadzhennia systemy derzhavnykh stratehichnykh komunikatsii [Ukraine and NATO will continue cooperation for the implementation of public policy communications]. Retrieved from http://mip.gov.ua/news/1450.html [in Ukrainian].
24. *Yurii* Stets: «Ukraina potrebuie rozvytku informatsiinoho prostoru ta nalahodzhennia komunikatsii mizh vladoiu ta suspilstvom» [Yuriy Stets: "Ukraine needs to develop of information space and establishing communication between the government and society"]. Retrieved from http://mip.gov.ua/news/1249.html [in Ukrainian].

УДК 81:172.4(477)

МОВА ВОРОЖНЕЧІ ЯК ПРОБЛЕМА УКРАЇНСЬКОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ

Ісакова Тамара Олегівна

Висвітлено питання використання *hate speech* або мови ворожнечі в сучасному українському інформаційному просторі. Продемонстровано трансформації комунікативного середовища України, що проявляється у формуванні нових смислових конструкцій, «фреймів» – основ для картини світу. Наведено історичні приклади, що стали доказами того, як мова ворожнечі була свідомо використана задля розпалювання жорстоких конфліктів та воєн (масовий геноцид 1994 р. у Руанді спровокований радіостанцією *RTLM – Radio Television Libre des Mille Collines* («Радіо Тисячі Пагорбів»). Мова ворожнечі ґрунтується на соціальних стереотипах, упередженнях і дискримінації, вона є частиною комунікації, заснованої на упередженнях і дискримінації (*Prejudiced and Discriminatory Communication*). Це найважливіший чинник, що визначає її сутність. Проаналізовано питання використання мови ворожнечі в інформаційному просторі України – середовищі для формування нових смислів, слів, поведінки. Сучасний інформаційний простір перетворюється на поле боротьби між «своїми» та «чужими» як у середовищі традиційних медіа, так і нових інтерактивних ЗМК. Одними з найбільш поширених проявів мови ворожнечі в українському інформаційному просторі стали меми, що виконують певну символічну функцію і діють на колективну підсвідомість, тобто безпосередньо впливають на вчинки осіб. Розглянуто міжнародний досвід боротьби з використанням мови ворожнечі у журналістській практиці та інструменти подолання проблеми її невірного збирання та висвітлення інформації щодо неї.

Ключові слова: мова ворожнечі, *hate speech*, комунікативне середовище України, комунікація, заснована на упередженнях і дискримінації, гібридна війна, мем.

Isakova Tamara

HATE SPEECH AS THE PROBLEM OF UKRAINIAN INFORMATION SPACE

Issues of the use of hate speech in the modern Ukrainian information space are described. It demonstrated the transformation of the communicative environment of Ukraine, which is manifested by the formation of new constructions of meaning, "frames" – the foundations for a "world view". It presents historical examples, that became evidences as hate speech was deliberately used to fuel violent conflicts and wars. In particular, the mass genocide in Rwanda in 1994 was triggered by the radio station RTLM – Radio Television Libre des Mille Collines ("Radio Thousand Hills"). It was determined that the most important factor in determining the nature of the hate speech is that it is based on social stereotypes, prejudice and discrimination, and is part of the Prejudiced and Discriminatory Communication. Issues of using hate speech in the information space of Ukraine, which is an environment for the formation of new meanings, words, behavior are analyzed. Modern information space is converted into a field of struggle between "us" and "them" in the environment of traditional media and new interactive communication media. Memes became one of the most common evidences of hate speech in Ukrainian information space that perform a specific function and a symbolic act on the collective unconscious, and then directly influence human behavior. We consider the international experience of combating the use of hate speech in journalistic practice.

Keywords: hate speech, communicative environment of Ukraine, Prejudiced and Discriminatory Communication, hybrid warfare, Mem.

Проблема використання *hate speech*, або мови ворожнечі, в українському інформаційному просторі набуває все більшої актуальності з огляду на агресивні дії Російської Федерації щодо України з березня 2014 року, коли було анексовано Крим. Проявом та водночас наслідком такої політики РФ стали суттєві зрушення у комунікативному середовищі України, стимулювання появи нових смислових конструкцій та консцієнтальних форм, що є відображенням прояву гібридних методів ведення сучасних воєн.

У консцієнтальній війні основною зброєю є мова. Саме за її допомогою дезінтегрується і примітивізується комунікативне середовище, чому сприяє поширення через ЗМІ необхідних текстів. Вони покликані зруйнувати старий і сформувати новий світоглядний «фрейм» як опорну рамку свідомості – основу для картини світу, що зумовлює інтерпретацію, або конструювання того, що відбувається в дійсності, визначає систему цінностей і оцінок та впливає на подальші дії індивіда [1].

Проблема використання мови ворожнечі в сучасному світі відображена в роботах С. Жаботинської, К. Рускевич, Д. Янагізава-Дротта, В. Клемперера, О. Гладиліна, О. Карп'яка. Особливості медіа-середовища як ґрунту для породження нових смислових форм досліджені К. Єнсеном, Г. Почепцовим.

Мета статті – аналіз використання мови ворожнечі в сучасному інформаційному середовищі України, виявлення основних причин, методів та особливостей її застосування.

Мова ворожнечі: проблема термінологічного визначення

Незважаючи на поширеність мови ворожнечі у багатьох сферах публічного та приватного життя людини, на сьогодні досі немає єдиного загального визначення щодо терміна «мова ворожнечі», як і єдиного підходу до його перекладу: інколи англійський відповідник *hate speech* перекладають як мова ворожнечі або ж мова ненависті. Щодо міжнародної практики визначення цього терміна, то, наприклад у статті 4 Міжнародної Конвенції про ліквідацію всіх форм расової дискримінації констатується: «Держави-учасниці засуджують будь-яку пропаганду і всі організації, які ґрунтуються на ідеях або теоріях переваги однієї раси чи групи осіб певного кольору шкіри або етнічного походження, або намагаються виправдати, або заохочують расову ненависть і дискримінацію в будь-якій формі, і зобов'язуються вжити негайних і позитивних заходів, спрямованих на викоренення всякого підбурювання до такої дискримінації чи актів дискримінації, і з цією метою вони відповідно до принципів, поданих у Загальній декларації прав людини, і прав, ясно викладених у Статті 5 цієї Конвенції, серед іншого: а) оголошують злочином, що карається за законом, всяке поширення ідей, що ґрунтуються на расовій перевазі або ненависті, всяке підбурювання до расової дискримінації, а також усі акти насильства або підбурювання до таких актів, спрямованих проти будь-якої раси чи групи осіб іншого кольору шкіри або етнічного походження, а також подання будь-якої допомоги для проведення расистської діяльності, включаючи її фінансування; б) оголошують протизаконними і забороняють організації, а також організовану і всяку іншу пропагандистську діяльність, які заохочують расову дискримінацію та підбурюють до неї, і визнають участь у таких організаціях чи в такій діяльності злочином, що карається законом; с) не дозволяють національним чи місцевим органам державної влади або державним установам заохочувати расову дискримінацію чи підбурювати до неї» [2].

Комітет міністрів Ради Європи дає таке визначення: «Під терміном «мова ворожнечі» слід розуміти всі види висловлювань, котрі поширюють, розпалюють, підтримують або виправдовують расову ненависть, ксенофобію, антисемітизм та інші форми ненависті, викликані нетерпимістю, в тому числі нетерпимістю, що виявляється у формі агресивного націоналізму та етноцентризму, дискримінації меншин і ворожого ставлення до них, а також іммігрантів та осіб, що за своїм походженням належать до іммігрантів» [3]. У цьому сенсі поняття «мова ворожнечі» поширюється на всі висловлювання, спрямовані проти однієї особи або визначеної групи осіб.

ОБСЄ трактує цей термін як «різноманітні види висловлювань, засновані на ворожнечі, що демонструють чи розпалюють ворожнечу по відношенню до групи осіб (чи окремої особи з причини її приналежності до групи» [4].

У статті 20 Міжнародного Пакту про громадянські і політичні права зазначено, що «будь-який

виступ на користь національної, расової чи релігійної ненависті, що є підбурюванням до дискримінації, ворожнечі або насильства, повинен бути заборонений законом» [5].

Об'єктом для ненависті, агресії і дискримінації зазвичай обирається особа або група осіб, що підходить під визначення «інший»: раси, етнічної приналежності, релігії, партії, орієнтації, меншини тощо. Корпус «риторики ненависті» великий і розмитий, це не обов'язково повинен бути прямий заклик до насильства чи чітка вказівка на вбивство. Часто висловлювання мають непрямий характер, де за іронічною формою цілеспрямовано формується стереотипний образ іншого, а на старанно підготовленому негативному тлі створюється вже свій власний приклад – привабливий і правильний. Єдине визначення, яке завжди чітко простежується – це зв'язки-протиставлення «я та інший» або «ми та інші» [6].

Історія демонструє непоодинокі випадки, коли мова ворожнечі стала причиною жорстоких конфліктів та воєн. Зокрема, в Африці ЗМІ, що використовували таку мову, стали джерелом поширення пропаганди та розпалювання конфлікту. Одним з прикладів дослідження впливу мови ворожнечі на розгортання конфлікту є робота Девіда Янагізава-Дротта, в якій детально описано сюжет про геноцид 1994 р. у Руанді й визначена ключова роль у підбурюванні до цього акту геноциду радіостанції *RTLM – Radio Television Libre des Mille Collines* («Радіо Тисячі Пагорбів») [7]. У прямому ефірі радіостанції поміж розмовами про футбол і музику лунали заклики вбивати брудних «інкантанья» (тобто тарганів – так зневажливо називали народність тутсі), як наслідок – мільйони загиблих, Друга конголезька війна, яка, в свою чергу, стала найбільш кровопролитним конфліктом з часів Другої світової. Дослідження наочно доводить кореляцію інтенсивності ненависницьких радіорепортажів зі зростанням насильства.

Ще одним з яскравих прикладів, що свідчать про фактичний вплив мови ворожнечі на формування драматичних історичних подій є робота Віктора Клемперера «Нотатки філолога. Мова Третього Рейху» (1947). Матеріалом для книги стають щоденники, які він вів у період нацизму в Німеччині. Клемперер з науковою уважністю фіксує будь-які зміни в повсякденній мові й державній риториці. Під пильний об'єкт вивчення потрапляє все: державна риторика, побутова мова, гасла, візуальні об'єкти. Нова мова проникала усюди через спортивну термінологію, символи, некоректні запозичення, додані потворні закінчення, нові імена. «Нацизм в'їдався в плоть і кров мас через окремі слівця, мовні звороти, конструкції пропозицій, які втовкмачували в натовп мільйонними повтореннями, а ті поглиналися нею механічно і несвідомо» [6].

Мова ворожнечі ніколи не віддзеркалює об'єктивну ситуацію, тому не може бути мовою об'єктивного викладання фактів, а її активне використання щодо цілої країні або ж етнічної групи свідчить про наявність інформаційної агресії. Основною ознакою мови ворожнечі є те, що вона провокує екстремальні негативні відчуття щодо окремої групи людей або конкретних представників групи.

Сутність мови ворожнечі визначає найважливіший чинник: вона ґрунтується на таких явищах, як **соціальні стереотипи, упередження** і **дискримінація**. Вона є частиною ширшого і складнішого феномена – комунікації, заснованої на упередженнях і дискримінації (*далі* – КЗУД, *Prejudiced and Discriminatory Communication* [8]). Це комунікація, що ґрунтується на стереотипних когнітивних схемах, негативних установках (упередженнях) і дискримінаційних інтенціях щодо будь-яких груп людей або окремих індивідуумів як членів цих груп.

Під терміном стереотип розуміється заснована на категоризації когнітивна схема, на базі якої члени інгрупи уявляють собі людей, що належать до аутгруп. Атрибути, що становлять стереотип, часто виявляють себе як риси характеру членів аутгруп. Упередження – це негативна установка (аттитюд) до якої-небудь групи. Нарешті, дискримінація – це несправедливе ставлення до людей через те, що вони є членами певної групи. Дискримінація часто позиціонується як поведінкова сторона упереджень.

Головним медіумом мови ворожнечі залишається живе усне мовлення. Антилокуції (так батько-засновник науки про упередження американський психолог Гордон Олпорт називав висловлювання, що містять мову ворожнечі) передаються з вуст в уста. Мета таких висловлювань – делегітимізация членів аутгрупи з боку інгрупи. За словами ізраїльського психолога Д. Бар-Тала, «делегітимізация може розглядати-

ся як відмова групі, яку категоризують, у праві вважатися людською» [8]. Процес делегітимізації має три сторони: негативна характеризація, дегуманізація і заперечення. Лексичними маркерами делегітимізації є слова-етнофолізми («чурки», «хачи», «бидло», «гопота» тощо).

Мішенями мови ворожнечі можуть бути не тільки люди, які належать до інших етносів і рас, а й багато інших соціальних груп: інваліди, люди похилого віку, представники нетрадиційної сексуальної орієнтації тощо. Особливою групою-мішенню можуть стати мігранти, які не належать до інших етносів і рас («понаехали», «лимита»).

Але не тільки усне мовлення виступає в ролі медіума першого рівня, що служить інструментом для вираження мови ворожнечі. Письмові антилокуції можна побачити на стінах будинків, парканах, огорожах залізниць тощо. Накреслені за допомогою різних інструментів слова можуть супроводжуватися іншими графічними елементами: символами, малюнками, орнаментами.

Комунікація, заснована на упередженнях і дискримінації, проявляється не тільки на інтерперсональному рівні, а й на ширшому рівні культури і соціальних інститутів. Наприклад, люди імпліцитно висувають вимогу, щоб аутгрупи дотримувалися мовних патернів інгрупи, і, якщо це не вдається, можуть наступити негативні для них наслідки.

За словами К.Б. Єнсена, «медіа другого рівня ... породжені технікою, розширені форми репрезентації та інтеракції, що підтримують комунікацію через простір і час, незалежно від наявності та кількості учасників. <...> Медіа другого рівня ранжуються від прикладів, пов'язаних з історією Нового часу, включаючи стандартизовані відтворення релігійних та політичних текстів за допомогою друкарського верстата, до телебачення і відео.

Спільними рисами є, по-перше, точне відтворення, зберігання і репрезентація певного змісту, і, по-друге, докорінно розширені можливості для поширення через час і простір. Ці технології мали важливі наслідки для основних соціальних інститутів – від розпаду католицької церкви до становлення націй і держав» [9].

Єнсен також зазначає, що «медіа третього рівня – це цифрові форми репрезентації та інтеракції. Цифрова технологія надає можливість репродукції і рекомбінації всіх медіа другого рівня на єдиній платформі: комп'ютери, таким чином, можуть бути зрозумілі як метамедіа...» [9]. Цифрові технології якісно змінили медіа другого рівня, але, можливо, ще важливіше те, що вони в тисячі разів збільшили і розширили можливості тієї комунікації, яка зазвичай здійснюється за допомогою медіа першого рівня. Цифрові технології надали доступ до них широкому колу осіб, спільнот і соціальних груп. Соціальні групи, що в медіа другого рівня зазнавали маргіналізації, отримали можливість створювати власні медіа (соціальні мережі, сайти, канали цифрового телебачення). Інтерактивність – це, мабуть, найголовніша особливість цифрових медіа, забезпечує можливість будь-якій людині, в тому числі і тій, яка належить до міноритарних груп, стати учасником головних інформаційних потоків. Інколи коментарі до певного матеріалу в інтернет-виданні отримують не менш значимий суспільний резонанс, ніж сам матеріал.

І, нарешті, цифрові технології стирають кордони між інтерперсональними і масмедіа.

Усі ці особливості, звичайно, не могли не позначитись на медіюванні комунікації, заснованої на упередженнях і дискримінації. Широта аудиторії, необмежений доступ, інтерактивність, а також можливість анонімної передачі повідомлень стали причинами того, що сьогодні цифрові медіа (передусім Інтернет) стали найголовнішим рупором мови ворожнечі у світі.

Мова ворожнечі: українські реалії

Сучасний інформаційний простір України стає середовищем для формування нових смислів, слів, поведінки. Динамічний розвиток інформаційно-комунікативних технологій, засобів зв'язку в поєднанні з активізацією внутрішньополітичних процесів, агресивною політикою Росії стають потужними генераторами для трансформацій комунікаційних форм самовираження. Головним завданням стає реакція, що блокує критичне сприйняття. У мові змінюються не тільки значення слів, а й закони вживання. За своєю суттю в основному нейтральні, вони набувають зневажливий сенс і викликають цілеспрямовану емоційну реакцію [6].

Ці механізми створення інших смислів можна позначити як семіотичні. При збереженні тієї самої точки фізичного світу їй пропонується нове позначення, яке є не просто негативним, а доволі точно програмує негативну реакцію цільової аудиторії, даючи їй чіткі мотивації для дій. Російсько-українська інформаційна війна є прикладом такої когнітивної війни, де боротьба ведеться за програмування мислення як своєї сторони, так і протилежної в потрібному напрямі. І не просто за програмування, а за перепрограмування, в межах якого повністю міняються місцями поняття «друг» і «ворог» [10].

Краще і яскравіше більшість людей запам'ятовують саме погані події і негативні асоціації, в разі можливої майбутньої небезпеки, перестраховуючись, перебільшуючи подію. Мова перетворюється на засіб агресивного захисту, а її норми стають етичними, формують масове несвідоме і пасивну свідомість, нездатну на відсторонене критичне судження. Саме мова ворожнечі призводить до функціонування мови насильства – дій.

Тому сучасний інформаційний простір все більше нагадує поле боротьби між «своїми» та «чужими» як у середовищі традиційних медіа, так і нових інтерактивних ЗМК. Серед прикладів – аквафреш, бандерлоги, беркулята, боняры, ванговать, вангую, вата, ватники, вышеватники, гейропа, гиркнулся, дачинг, диванные войска, диванная сотня, домбанатя, домбасс, ермолки, запрещёнка, каламойша, колорады, кровополитика, крымнаш, крымнашки, ленинопад, луганда, лугандон, няш-маш, руина, майданутые, майданята, моторолы, нанорóссия, намкрыш, новопендосия, отдонбасить, псакнуть, псакинг, правосеки, пидораша, реконструкторы, решеткин, свидомит, укробойцы, укроп, укропия, укры, хунта, фашизм тощо. Різноманітні метафори на позначення ворога – необхідний компонент будь-якого збройного конфлікту.

Одним із найпоширеніших проявів мови ворожнечі в українському інформаційному просторі став мем – колективне несвідоме в момент набуття словесної чи іншої знакової форми. В основі будь-якого успішного мема лежить висвітлення ділянки «суспільного несвідомого» – теми, що з певної причини придушувалася. Він стає ефективним способом одночасно пробити захисний бар'єр у свідомості великої кількості людей. Цього не може зробити інформація, викладена прямо, по суті справи. Справжній зміст мема закамуфльований, щоб відвернути на певний час критичне консервативне і раціональне мислення і проникнути у підсвідомість людини за допомогою непрямих, опосередкованих асоціацій. Докази успішності мема – емоційна реакція і пов'язана з нею здатність поширюватися, тиражуватися в свідомості інших людей, змінюючи їх світогляд [1].

З погляду психології, меми є **своєрідними культурними позначками та відображають поляризацію між групами**: «Принижуючи суперника, ми вивищуємося над ним, він зменшується в розмірі, стає слабким, а ми відчуваємо владу і силу» [11]. Окрім того, меми дають змогу висміювати суперника і жартувати з травматичної ситуації, пом'якшуючи її болючий вплив і допомагаючи впоратися з внутрішнім напруженням. Крім того, образливі інтернет-меми виконують певну **символічну функцію і діють на колективну підсвідомість, тобто безпосередньо впливають на наші вчинки**.

На думку психологів, «колоради» та «укропи» є класичним **прикладом дегуманізації противника, тобто коли ворога словесно знецінюють до рівня комахи, рослини чи неживої істоти**. Іронічний мем «кримнаш» використовується на адресу росіян, які експресивно виражають захоплення анексією Криму. «Майданутий» – зневажлива назва патріотично налаштованих українців, які наголошують на своїй відмінності від росіян і готові емоційно відстоювати свою проукраїнську позицію [11].

На рівні індивіда меми, пропоновані масовою культурою, стають будівельним матеріалом її власної свідомості, а на ширшому рівні формують суспільну свідомість. Меми акумулюють нові культурні ідеї, що викликають соціальні мутації і спричинюють еволюції суспільства.

Утім, медіа-простір України нині не залучає активно мову ворожнечі до свого арсеналу комунікативних засобів. Це підтверджується результатами моніторингу Центру контент-аналізу щодо мови ворожнечі в українських ЗМІ за серпень 2016 року. В межах дослідження проаналізовано майже 950 тис. повідомлень з медіа простору, а також 1500 блогерів у мережі *Facebook*, попередньо визначивши групу з 50 слів, які належать до *hate speech*. Виявилося, що частка таких повідомлень становить 1,7 %. Серед найчастіше вживаних слів – «ватник» (22 %), «москаль» (18 %), «рашист, рашизм» (16 %), «Мор-

дор» (13 %), «Лугандон» (9 %), «колорад» (7 %), «Раша, рашка» (7 %), «кацап» (5 %), «московит» (3 %) [12].

Також Центр контент-аналізу визначив, які ЗМІ найчастіше вдаються до мови ворожнечі. Лідером серед них виявилося видання *Korrespondent.net* (30 % усіх повідомлень з мовою ворожнечі). Також поширеною мова ворожнечі є на ресурсах *24tv.ua*, *Tsn.ua*, «Цензор.нет», «Голос України», «Укрінформ», «ЛігаБізнесІнформ», *Gazeta.ua* та *Segodnya.ua*.

Більшість висловів *hate speech* спрямовані на Росію, а не на мешканців Донбасу. Переважно мова ворожнечі звучить у цитатах, рідше – в авторській думці журналіста, але в двох медіа переважає у авторських текстах (*Korrespondent.net,*«Ліга»), оскільки вони мають потужні блог-платформи.

Об'єктами мови ворожнечі в Україні є не лише росіяни, а й переселенці зі сходу. Так, якщо першу хвилю тих, хто від'їздив із Донбасу, ЗМІ характеризували як патріотів, що зробили вибір на користь України, то вже з літа 2015 року в медіа закріпилися концепти «неправильних» переселенців – невдячні нероби. Особливо багато матеріалів у такому ключі містяться у регіональних ЗМІ. Мешканців окупованих територій ЗМІ часом називають «ватниками», «терористами», «сепаратистами», які закликали до «русского мира».

Мова ворожнечі спрямована також на кримськотатарську спільноту й ромів. Місцева преса нерідко застосовує мову ворожнечі до мешканців інших регіонів. Аналіз кримських ЗМІ, що працюють уже багато років («Крымская правда»), і створених після анексії («Крыминформ») демонструє, що найпопулярнішими словами є «бандеровцы», «хунта», «украинские карателі», «укропы». Ворожі терміни виникають хвилями залежно від інформприводів з материкової України.

Мова ворожнечі – не нове явище в українському інформаційному просторі. Так, донецькій пресі ще задовго до Революції гідності і війни була властива антиукраїнська риторика. Прояви мови ворожнечі в сепаратистських ЗМІ сьогодні поділяють на: мілітаристського характеру («хунта», «карателі»), українські слова як зневажливі («власть незалежной», «разговаривать на мове»), спотворення імен та прізвищ, а також візуальні елементи, зокрема фотомонтаж. Ці категорії зустрічаються як у друкованих та інтернет-виданнях, так і на сепаратистському ТБ. Серед основних причин використання такої лексики журналістами є емоційна залученість журналістів у конфлікт, ультрапатріотизм, некомпетентність, вплив власника ЗМІ, відсутність досвіду висвітлення війни.

Міжнародний досвід боротьби з використанням мови ворожнечі у журналістській практиці

Для подолання проблеми неправильного збирання та висвітлення інформації експертами Мережі етичної журналістики (*Ethical Journalism Network*) на основі міжнародних стандартів було розроблено текст, що дає змогу оцінити контекст журналістської мови за п'ятьма критеріями [13]:

- статус мовця: коли мовою ненависті говорять непублічні люди, це може бути проігноровано;
- поширеність мови: приватна розмова не може завдати такої шкоди, як поширення мови ненависті в медіа мейнстримі;
- цілі мови: хто може стати жертвами такої мови;
- зміст і форма мови: журналіст повинен запитати себе, чи не є ця мова небезпечною;
- економічна, соціальна і політична ситуація: якщо вона напружена, то слід уникати посилення напруженості, можна згадати про зміст промови, але без прямих цитат з неї.

Серед інструментів боротьби з мовою ворожнечі такі [14]:

- Інститут розмаїття ЗМІ (*The Media Diversity Institute, MDI*) (*www.media-diversity.org*). Ця організація базується в Лондоні та вивчає роль ЗМІ у вирішенні міжгрупових конфліктів. На її сайті міститься багато документів, підручників, звітів та практичних інструментів, пов'язаних з усіма аспектами розмаїття. Сайт містить кілька посібників з висвітлення розмаїття, щоб допомогти журналістам замислитися з приводу їх завдань. Він включає і такий розділ, як «Етнічність», де містяться підказки для репортажів стосовно етнічних груп та аналіз статей на етнічні теми, взятих із газет з усієї Південно-Східної Європи;

- Медіавайз траст (*The Mediawise Trust*) (Велика Британія) пропонує різні статті, звіти та посібники з найбільш ефективного висвітлення розмаїття (*http://www.mediawise.org.uk*);
- у США Інститут журналістики імені Роберта Мейнарда (*The Maynard Institute for Journalism Education*) радить журналістам перевіряти власні репортажі на коректне висвітлення п'яти тривалих факторів, які впливають на життя та соціальне напруження: раси, класу, гендеру, покоління та географії. Розглядаючи кожен з них під час створення складних репортажів, журналісти можуть чіткіше побачити проблеми і навчитися коректніше виконувати власну роботу (*http://www.maynardije.org/ programs/faultlines/*).
- До Кодексу принципів Міжнародної федерації журналістів у 1986 році включено статтю: «Журналіст має усвідомлювати небезпеку дискримінації, яку пропагують ЗМІ, і робити все можливе, аби уникнути трансляції такої дискримінації, що ґрунтується, серед іншого, на ознаках раси, статі, сексуальної орієнтації, мови, релігії, політичних та інших переконань, національного чи соціального походження»;
- Міжнародна федерація журналістів та її Європейська секція – Європейська Федерація Журналістів (*IFJ/EFJ*) заснували в 90-ті роки Міжнародну робочу групу з протидії расизму та ксенофобії (*International Media Working Group Against Racism and Xenophobia, IMRAX*) з метою розробити рекомендації щодо расизму та розмаїття в ЗМІ. В 2007 році Європейська федерація журналістів створила Ініціативу етичної журналістики, щоб підвищити обізнаність журналістів з викликами, з якими вони зустрічаються при висвітленні подій у дедалі більш поляризованому світі, в якому часто домінує екстремізм в релігії та культурі. Документ з прав людини можна знайти за посиланням *http://www.ifj.org/default.asp?Issue=HUMA&Language=EN*. Особливістю розвитку сучасного інформаційного простору України стає широке застосування мови ворожнечі на різних рівнях комунікації: як односторонньої (традиційні ЗМІ), так і інтерактивної (безпосереднє та опосередковане). Механізм застосування такої мови спрямований на блокування консцієнтальної реакції індивіда, деморалізацію опонента та стимулювання його до певних дій. Російсько-українська інформаційна війна демонструє боротьбу за програмування мислення як своєї сторони, так і протилежної в потрібному напрямі.

Однією з особливостей використання мови ворожнечі є те, що вона подекуди спрямовується не лише в бік зовнішнього ворога, а й щодо внутрішніх об'єктів (переселенці з Криму та Донбасу).

Подальші наукові розвідки з питань використання інформаційно-комунікативних технологій мають містити дослідження ролі та методів маніпулятивного впливу держав-агресорів на населення потерпілої сторони.

Список використаних джерел

1. *Жаботинская С.А.* Язык как оружие в войне мировоззрений. URL: http://uaclip.at.ua/zhabotinskaja-jazyk_kak_oruzhie.pdf
2. *Міжнародна* конвенція про ліквідацію всіх форм расової дискримінації. URL: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/995_105
3. *Recommendation* NO. R (97) 20 of the committee of ministers to member stateson. URL: https://wcd.coe.int/com.instranet.InstraServlet?command=com.instranet.CmdBlobGet&InstranetImage=1658005&SecMode=1&DocId=582600&Usage=2 «HATE SPEECH»
4. *Преступления* на почве ненависти: предотвращение и реагирование. Методическое Руководство для НПО в регионе ОБСЕ. URL: http://www.osce.org/ru/odihr/39822
5. *Міжнародний* пакт про громадянські і політичні права. URL: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/995_043
6. *Рускевич К.* Риторика ненависти. URL: http://liva.com.ua/ritorika-nenavisti.html
7. *Yanagizawa-Drott D.* Propaganda and conflict: evidence from the Rwandan genocide. August 2014. URL: http://qje.oxfordjournals.org/content/early/2014/08/21/qje.qju020.
8. *Гладилин А.В.* «Язык вражды» в традиционных и новых медиа. URL: http://www.lib.csu.ru/vch/312/033.pdf.
9. *Jensen K. B.* Media. *The International Encyclopedia of communication.* Malden (USA), Oxford (UK), Carlton (Australia), 2008. P. 2811–2817.
10. *Почепцов Г.Г.* Особенности пропагандистских механизмов с двух сторон российско-украинского конфликта. URL: http://discourse.in.ua/node/4221
11. *Карп'як О.* Вата з укропом: мова політичних мемів. URL: http://discourse.in.ua/library/vata-z-ukropom-mova-politychnyh-memiv
12. *Уникання* мови ворожнечі наблизить мир. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/unikannya_movi_vorozhnechi_nablizit_mir/

13. *Ethical* Journalism Network. URL: http://ethicaljournalismnetwork.org/resources/publications/hate-speech
14. *Мова* ворожнечі та ЗМІ: міжнародні стандарти та підходи. URL: http://noborders.org.ua/wp-content/uploads/2015/11/guidelines_hatespeech_media.pdf

References

1. *Zhabotinskaya,* S.A. Yazyk kak oruzhie v vojne mirovozzrenij [Zhabotinskaya, S.A. Language as a weapon in the war of worldviews]. Retrieved from http://uaclip.at.ua/zhabotinskaja-jazyk_kak_oruzhie.pdf [in Russian].
2. *Mizhnarodna* konventsiia pro likvidatsiiu vsikh form rasovoi dyskryminatsii [International convention on the elimination of all forms of racial discrimination]. Retrieved from http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/995_105 [in Ukrainian].
3. *Recommendation* NO. R (97) 20 of the committee of ministers to member stateson. Retrieved from https://wcd.coe.int/com.instranet.InstraServlet?command=com.instranet.CmdBlobGet&InstranetImage=1658005&SecMode=1&DocId=582600&Usage=2 «HATE SPEECH» [in English].
4. *Prestupleniya* na pochve nenavisti: predotvrashchenie i reagirovanie. Metodicheskoe rukovodstvo dlya NPO v regione OBSE [Hate crime: prevention and response. Methodological guide for NGOs in the OSCE region]. Retrieved from http://www.osce.org/ru/odihr/39822 [in Russian].
5. *Mizhnarodnyi* pakt pro hromadianski i politychni prava [International covenant on civil and political rights]. Retrieved from http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/995_043 [in Ukrainian].
6. *Ruskevich,* K. Ritorika nenavisti [Ruskevich, K. The rhetoric of hatred]. Retrieved from http://liva.com.ua/ritorika-nenavisti.html [in Russian].
7. *Yanagizawa-Drott* D. Propaganda and conflict: evidence from the Rwandan genocide. August 2014. Retrieved from http://qje.oxfordjournals.org/content/early/2014/08/21/qje.qju020 [in English].
8. *Gladilin* A. V. «Yazyk vrazhdy» v tradicionnyh i novyh media [Gladilin A. V. «Hate speech» in traditional and new media]. Retrieved from http://www.lib.csu.ru/vch/312/033.pdf [in Russian].
9. *Jensen,* K. B. Media. *The International Encyclopedia of communication.* Malden (USA), Oxford (UK), Carlton (Australia), 2008. P. 2811–2817 [in English].
10. *Pochepcov* G.G. Osobennosti propagandistskih mekhanizmov s dvuh storon rossijsko-ukrainskogo konflikta [Pochepcov G.G. Peculiarities of propaganda mechanisms on both sides of the Russian-Ukrainian conflict]. Retrieved from http://discourse.in.ua/node/4221 [in Russian].
11. *Karpiak* O. Vata z ukropom: mova politychnykh memiv [Vata and ukrop: the language of political memes]. Retrieved from http://discourse.in.ua/library/vata-z-ukropom-mova-politychnyh-memiv [in Ukrainian].
12. *Unykannia* movy vorozhnechi nablyzyt myr [Avoid hate speech will bring peace]. Retrieved from http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/unikannya_movi_vorozhnechi_nablizit_mir/ [in Ukrainian].
13. *Ethical* Journalism Network. Retrieved from http://ethicaljournalismnetwork.org/resources/publications/hate-speech [in English].
14. *Mova* vorozhnechi ta ZMI: mizhnarodni standarty ta pidkhody [Hate speech and the media: international standards and approaches]. Retrieved from http://noborders.org.ua/wp-content/uploads/2015/11/guidelines_hatespeech_media.pdf [in Ukrainian].

УДК 316.47’774

GOVERNMENT WEBSITES AS A TOOL TO ESTABLISH TWO-WAY SYMMETRICAL COMMUNICATION WITH CITIZENS

Dzhyga Tetiana,
PhD (political science), Associate professor,
the CIPR Diploma in Public Relations

Dzhyga Tetiana

GOVERNMENT WEBSITES AS A TOOL TO ESTABLISH TWO-WAY SYMMETRICAL COMMUNICATION WITH CITIZENS

The article focuses on the potential of online government tools to develop dialogic communication with citizens. To assess dialogic capacity of Ukrainian government websites the research has been carried out. The research found that all the government agencies analyzed had interactivity tools and usability features on their websites enabling them to establish two-way communication with citizens. However, Ukrainian government agencies analyzed don’t fully use the potential of their websites to establish two-way symmetrical communication with citizens.

Keywords: dialogic public relations, government websites, interactivity of websites, usability of websites, favourable government-citizens relationships.

Джига Тетяна Василівна

ВЕБ-САЙТИ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДВОСТОРОННЬОЇ СИМЕТРИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

У статті розглядається питання використання онлайн інструментарію органів державної влади для здійснення двосторонньої симетричної комунікації з громадськістю. Проведено контент-аналіз веб-сайтів центральних органів виконавчої влади України. Встановлено, що на веб-сайтах органів влади наявні інтерактивні інструменти, що дозволяє здійснювати діалогічну комунікацію з громадськістю; вони мають окремі характеристики, що визначають зручність і простоту їх використання. Утім, органи влади не використовують повною мірою потенціал своїх веб-сайтів для здійснення двосторонньої симметричної комунікації із громадськістю.

Ключові слова: діалогічний підхід до зв’язків з громадськістю, веб-сайти органів виконавчої влади, інтерактивність веб-сайтів, зручність і простота у використанні веб-сайтів, сприятливі відносини між органами державної влади та громадськістю.

With a recent shift in PR theory to the relational approach which emphasises the PR function of building, nurturing and maintaining relationships rather than managing publics and public opinion [8, 23] the role of dialogic communication has increased. In the academic literature two-way symmetrical communication is associated with dialogue [3; 8]. Thus, for instance, Wolstenholme [16, 27] defines dialogue as “communication that is balanced equally (or symmetrically) between the all sides”. Kent and Taylor [7] see the relationship between the two-way symmetrical communication and dialogue as one of process and product. According to them [8, 24], two-way symmetrical communication

implies "a procedural means whereby the organisation and its publics can communicate interactively" while dialogue is a product of communication and relationships.

A number of PR scholars view dialogue as an effective strategy for building relationships with publics. Thus, Waymer [15, 323] considers dialogue to be one of the basic principles of building quality relationships between an organisation and its publics in a democratic society along with access and participation. Many writers emphasize dialogic communication potential to set mutual understanding and build trust. Thus, Pieczka [3, 747] states that dialogue is not merely an exchange of ideas to know what others think, but "understanding how they think, and being similarly understood oneself". Bohm, Factor and Garrett [1] state that as a perception of shared meaning emerges in the process of dialogue trust between its participants increases.

Many PR scholars nowadays emphasize great potential of the Internet to develop dialogic communication and view it as an effective tool for building and improving the relationships between organisations and their publics. Thus, Idenhoff and Koelling [14] state that the Internet enables organizations to engage publics in dialogue that is "a key characteristic of excellent public relations". Hiebert [4] stresses the capacity of new communication technologies to facilitate dialogue in the public sphere and thus "preserve a role of public relations as two-way communication".

Kent and Taylor [7] suggest five main principles for building dialogic public relations through the Internet which include: dialogic loop, usefulness of information on the web-site, ease of its interface, generation of return visits to the site and conservation of its visitors. Among them the dialogic loop principle is the most important as it indicates the incorporation of interactivity. A dialogic loop (or a feedback loop) represents the starting point for dialogic communication between an organisation and its publics through the Internet as it allows publics to query organisations as well as enables organisations to respond to questions, concerns and problems [7, 326].

The emergence and rapid development of new information and communication technologies have influenced much the practice of public relations in the public sector. Nowadays they are used by many governments to expand and facilitate citizens' access to government information, to obtain public feedback, to respond to citizens inquiries, and to encourage citizens' participation in the government's decision-making process. The use of modern information and communication technologies by the public sector is defined as e-government [13, 1].

PR scholars emphasize the potential of e-government communication tools, such as government websites and social media to create two-way symmetric communication between the government and citizens. They argue that the use of websites and social media as a medium for promoting dialogue with citizens could be an effective strategy for building favourable government-citizens relationships [5; 11]. Some studies also have found that the use of online government tools by the citizens may have an indirect effect on their trust in government [5, 349; 11].

Researchers of dialogic potential of websites define websites capacity to create dialogue as interactivity [9; 11]. Welch and Hinnant [5, 348] identify transparency and interactivity as two major characteristics of government websites. According to them, transparency is mainly achieved by one-way communication while interactivity is ensured "by being open and responsive to citizens input".

However, mere existence of interactive online tools doesn't guarantee creating dialogic public relations. A number of empirical studies on dialogue on websites and social media [2; 5; 9; 6; 11; 14] have revealed that in practice most organisations in private as well as in public sector don't fully utilize the potential of websites and social media to generate dialogue with their publics. For instance, Hong [5] as well as Searson and Johnson [11] state that one-way communication dominates over two-way communication in the government's online space, and online government tools are often used to merely improve one-way communication rather than to build dialogic relationships between governments and citizens.

This research paper **aims to** establish whether Ukrainian government agencies use the potential their websites to establish two-way symmetrical communication with citizens and to engage them into dialogue. Given this aim, the following research questions were set:

– What tools to establish interactivity are used by Ukrainian government agencies?

– Are Ukrainian government agencies websites easy to use?

To address the research questions the web-portal of Ukrainian Government and websites of two Ukrainian central executive bodies – the National Police of Ukraine and the Ministry of Social Policy of Ukraine were selected as a sample for the research. Their websites were selected from the top 10 mostly visited websites of public authorities of Ukraine1. The research was carried out in February 2016.

Given the nature of this study, content analysis which is used to analyse written, verbal and visual media content [12, 211] was selected as a research method.

This study draws upon the theory of dialogic public relations developed by Kent and Tayler [7; 8]. For the purpose of the study Kent and Taylor's approach [7; 8] to the relationship between the two-way symmetrical communication and dialogue as one of process and product was adopted. It implies that dialogue is the product of communication and in order to implement dialogic communication organisations should be able to provide concrete structures to communicate with publics interactively. To assess dialogic capacity of Ukrainian government websites the dialogic loop principle suggested by Kent and Taylor [7] was adopted. To develop the list of interactivity tools used on government agencies websites for this study Kent and Taylor's interactive online strategies [7] as well as interactivity characteristics of websites proposed in previous studies [9; 11] were found helpful and were used.

The following list of interactivity tools for government websites was proposed for this study:

- online forums
- blogs
- online polls or online surveys
- online petitions or online appeals
- "ask the expert" sessions
- social media
- contact information (e-mail address, mailing address, telephone number).

1 point for the presence of each interactivity tool was given to the website. Following Searson and Johnson [11], the government websites were classified by the level of interactivity. Thus, websites which provided only contact information and scored 1 point were defined as low-interactive ones. Those which scored 3 and 4 out of the 7 points were regarded as medium interactive websites. Those which scored from 4 to 7 points were defined as highly interactive websites.

In addition the research aimed to assess usability of the selected government websites. The concept of usability is based upon Kent and Taylor's ease of interface principle [7] which provides for that a website's content should be organised so that its visitors could find it easy to understand and navigate. Usability of a website influences much its dialogic capacity and is a necessary prerequisite for establishing dialogue [9]. Variables measuring the websites usability in this research had been developed on the basis of websites usability characteristics proposed in previous research [9; 11] and were the following:

- the availability of a sitemap which is clearly identifiable on the website,
- the availability of a search bar which is clearly identifiable on the website,
- the availability of a font adjustment option,
- the availability of a multiple language option (Ukrainian, Russian and English),
- the availability of links to other related government websites,
- the availability of page formatting for printing,
- the availability of a press room,
- low reliance on graphics (this means that most of the website content should be textual rather than graphical [7]),
- the absence of visual clutter (multiple toolbars, multiple webpages, etc).

Also a "focus on information useful for citizens" variable was added to assess the websites usability. This means that a website content is organized so that information on public services provided by the government or its agency is clearly identifiable on the website and could be easily found by citizens.

1 point for the presence of each usability feature except for the variable "the absence of visual clutter" was given to the website. As the presence of visual clutter seriously impedes the perception of information on a website its absence there was given 2 points.

Further the level of usability of the government websites was assessed. Those websites which scored less than 6 points were defined as having low usability. Those which scored from 6 to 9 were regarded as having medium usability. Those which scored from 9 to 11 points were defined as highly usable websites.

[1] Rating of public authorities websites 2016. [online]. Available from: http://top.bigmir.net/show/administrations/

Table 1. **Interactivity tools on Ukrainian government agencies websites**

Interactivity tools	the Ukrainian Government web-portal http://www.kmu.gov.ua/	the National Police of Ukraine website http://www.npu.gov.ua/uk/	the Ministry of Social Policy of Ukraine website http://www.mlsp.gov.ua/labour/control/uk/index
online forums	✘	✘	✘
blogs	✘	✘	✘
online polls or online surveys	✘	✘	✘
online petitions or online appeals	✔	✔	✔
"ask the expert" sessions	✘	✘	✘
social media	✔	✔	✔
contact information (e-mail address, mailing address, telephone number)	✔	✔	✔
Total score	3	3	3

Findings

As it can be seen from the table above, all the websites had tools to establish two-way communication with citizens that means that the government agencies analyzed provided means to communicate with publics interactively and followed the dialogic loop principle.

All the websites used the same interactivity tools offering their visitors to reach the government agencies (contact information), send online petitions and appeals as well as interact on their social media accounts.

However, none of the websites offered opportunities for their visitors to vote on issues, express opinions on blogs or forums as well as ask the agencies' experts questions online.

All the websites analyzed scored 3 out of the 7 points that suggested that they could be defined as medium interactive websites.

As it can be seen from the table above, two of the websites analyzed (the Ukrainian Government web-portal and the National Police of Ukraine website) scored 6 points and thus displayed medium usability level. The Ministry of Social Policy of Ukraine website scored 4 points and thus was assessed as having low usability.

It should be noted that all the websites analyzed heavily relied on graphics using a great deal of photographs and images that distracted users' attention from the textual content. Of course, a website shouldn't be boring, but government websites' main aim is to provide publics with useful information rather than to entertain. As Kent and Taylor [7, 330] put it, "content should take precedence over aesthetic consideration... and graphics may not be the most useful tool for providing publics with information". To be easy to use and thus more dialogically oriented a website should be concentrated on textual content and graphics should be used very moderately.

All the websites used a combination of more than four colors for their homepages that along with multiple visuals made the written content less readable.

Also, the presence of visual clutter was found on two of the websites analyzed. The Ukrainian Government web-portal contained some of it (multiple banners in the bottom right corner of the homepage) and thus was given 1out of 2 points. The Ministry of Social Policy of Ukraine website had a great deal of visual clutter (multiple toolbars, webpages and banners) a thus had a score of zero. In addition to visual clutter the Ministry's website design was complex, it didn't include a search bar and multiple language option (only Ukrainian language was available) that inhibited its navigation and usage.

Table 2. **Usability of Ukrainian government agencies websites**

Usability features	the Ukrainian Government web-portal http://www.kmu.gov.ua/	the National Police of Ukraine website http://www.npu.gov.ua/uk/	the Ministry of Social Policy of Ukraine website http://www.mlsp.gov.ua/labour/control/uk/index
Sitemap	✘	✘	✔
Search bar	✔	✔	✘
Font adjustment option	✘	✘	✘
Multiple language option	✔	✔	✘
Links to other related government websites	✔	✔	✔
Page formatting for printing	✔	✔	✔
Press room	✔	✘	✔
Low reliance on graphics	✘	✘	✘
Absence of visual clutter	✔	✔	✘
Focus on information useful for citizens	✘	✘	✘
Total score	6	6	4

It was also found that none of the websites were focused on information useful for citizens as most of the content on their homepages was dedicated to the current agency's activity. All the websites analyzed had sections with information for citizens, however their websites homepages were not centered on it. Almost 80 % of the content on the websites homepages was news about what the agency had done or its minister said. Also, the information on public services provided by the Ministry of Social Policy of Ukraine was scattered among different sections on its website and thus was difficult to find. Thus the websites content was found agency-centric rather than citizens-oriented.

It should be noted that none of the websites had font adjustment option while all of them used font size of 10 pt for most textual content that made the websites difficult to read. Having font adjustment option (as, for instance, on the Estonian Government web-portal) could make the websites homepages more readable and easy to use especially for individuals with sight problems.

Conclusion and recommendations

The research found that all the government agencies analyzed had interactivity tools on their websites enabling them to establish two-way communication with citizens. All of them used the same tools on their websites to establish interactivity: contact information, online petitions or online appeals and social media. However, all the websites were assessed as having medium level of interactivity. Two of the websites analyzed (the Ukrainian Government web-portal and the National Police of Ukraine website) displayed medium usability level. The Ministry of Social Policy of Ukraine website was assessed as having low usability.

On the whole, the research has shown that Ukrainian government agencies analyzed don't fully use the potential of their web-sites to establish two-way symmetrical communication with citizens. In order to make their websites more dia-

logically oriented and useful for citizens the agencies should enhance the design of their websites in order to raise the level of their usability and interactivity. Thus, adding to the government websites such features as online forums, blogs, online polls, online surveys and "ask the expert" sessions could enhance the level of their interactivity and enable the government agencies to more effectively utilize dialogic potential of their websites. The websites usability could be enhanced by excluding visual clutter and unnecessary graphics, optimizing color design of the homepages and adding features making websites highly usable, such as sitemaps, search bars, font adjustment options, press-rooms. The government agencies websites content should also be more citizens-oriented focusing on information useful for citizens rather than describing the agency's everyday activity. It should be organized so that citizens could easily find information on public services provided by the agencies.

The research found that all the government websites analyzed had different design. It seems that developing common design and layout standard for all the Ukrainian government websites homepages, as for instance it has been done in Estonia [10], could make them more convenient and easy to use for visitors.

References

1. *Bohm,* D., Factor, D., Garrett, P., 1991. Dialogue: a proposal [online]. Available from: http://dialogos.com/files/3813/4851/0440/Dialogue-A_Proposal.pdf [in English].
2. *Briones,* R., Kuch, B., Liu, B. and Jin, Y., 2011. Keeping with the digital age: How the American Red Cross uses social media to build relationships. Public Relations Review. [online], 37 (1), p. 37–43. Available from: http://www.sciencedirect.com.proxy.cipr.co.uk/science/article/pii/S0363811110001335 [in English].
3. *Gutierrez-Garcia,* E., Recalde, M. and Pinera-Camancho, A., 2015. Reinventing the wheel? A comparative overview of the concept of dialogue. Public Relations Review. [online], 41 (5), p.744–753. Available from: http://www.sciencedirect.com.proxy.cipr.co.uk/science/article/pii/S0363811115000806 [in English].
4. *Hiebert,* R., 2005. Commentary: new technologies, public relations and democracy. Public Relations Review. [online], 31 (1), p. 1–9. Available from: http://www.sciencedirect.com.proxy.cipr.co.uk/science/article/pii/S0363811104001031 [in English].
5. *Hong,* H., 2013. Government websites and social media's influence on government-public relationships. Public Relations Review. [online], 39 (4), p. 346–356. Available from: http://www.sciencedirect.com.proxy.cipr.co.uk/science/article/pii/S0363811113000969 [in English].
6. *Huang* , J. and Yang, A. Implementing dialogic communication; a survey of IPR, PRSA, and IABC members. Public Relations Review. [online], 41 (3), p. 376–377. Available from: http://www.sciencedirect.com.proxy.cipr.co.uk/science/article/pii/S0363811115000235 [in English].
7. *Kent,* M. and Taylor, M., 1998. Building dialogic relationship thorough the World Wide Web. Public Relations Review. [online], 24(3), p. 321–334. Available from: http://ac.els-cdn.com/S036381119980143X/1-s2.0-S036381119980143X-main.pdf?_tid=8978ad9e-bc4f-11e5-be91–00000aab0f01&acdnat=1452948730_fa2e-9290a2bdb7b7a3cc055f046f481f [in English].
8. *Kent,* M. and Taylor, M., 2002. Toward a dialogic theory of public relations. Public Relations Review. [online], 28(1), p. 21–37. Available from: h http://ac.els-cdn.com/S036381110200108X/1-s2.0-S036381110200108X-main.pdf?_tid=dd9dcc78-c8bc-11e5-afc8–00000aab0f26&acdnat=1454315100_2f6ca9017d31ab87d85ea0b326d553dc [in English].
9. *Madichie,* N. and Hinson, R., 2014. A critical analysis of the "dialogic communications" potential of sub-Saharan African Police Service websites. Public Relations Review. [online], 40 (2), p. 338–350. Available from: http://www.sciencedirect.com.proxy.cipr.co.uk/science/article/pii/S036381111300146X [in English].
10. *Republic* of Estonia Government, 2016. Ministries will use common design and layout for homepages [online]. Available from: https://valitsus.ee/ru/ministerstva-perehodyat-na-ispolzovanie-domashnih-stranic-s-edinoy-strukturoy [in English].
11. *Searson,* E. and Johnson, M., 2010. Transparency laws and interactive public relations: an analysis of Latin American government web sites. Public Relations Review. [online], 36 (2), p. 120–126. Available from: http://www.sciencedirect.com.proxy.cipr.co.uk/science/article/pii/S0363811110000287 [in English].
12. *Szondy,* G. and Theilmann, R., 2009. Public relations research and evaluation. In: Tench, R., Yeomans, L., eds. Exploring Public Relations. 2nd ed. Harlow: Pearson Education, 198–221.
13. *United* Nations, 2002. Benchmarking e-government: a global perspective [online]. Available from: http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan021547.pdf [in English].

14. *Watkins,* B. and Lewis, R., 2014. Initiating dialogue on social media: An investigation of athletes' use of dialogic principles and structural features of Twitter. Public Relations Review. [online], 40 (5), p. 853–855. Available from: http://www.sciencedirect.com.proxy.cipr.co.uk/science/article/pii/S036381111400126X [in English].

15. *Waymer,* D., 2013. Democracy and government public relations: expanding scope of "Relationship" in public relations research. Relations Review. [online], 39 (4), p. 320–331. Available from: http://www.sciencedirect.com.proxy.cipr.co.uk/science/article/pii/S0363811113001045 [in English].

16. *Wolstenholme,* S. ed., 2013. Introduction to Public Relations. Harlow: Pearson Education.

УДК 316.77:342.5:81

INFORMATION TRANSPARENCY, PUBLIC INTEREST AND STRATEGIC COMMUNICATION: TO PROBLEMS OF COORDINATION THE CONCEPT

Olena Zaduvailo[1]

The article highlights the issue of correlation of the concept of "information transparency" and "public interest" in the context of building a system of strategic communications for Ukraine. Studies demonstrate the correlation between the information openness of state bodies and public institutions increased legitimacy in society. It is noted that although the right to access information is a basic requirement for democratic governance, in the process of implementation of real holistic communicative activities, certain aspects of the informational openness of public authorities may conflict with the concept of "public interest" and force the government to restrict the availability of information. The emphasis is placed on the fact that unauthorized dissemination of information with limited access can lead to socio-political unrest. Also in some cases leads to their lack of two-way communication between the institutions of government and the society. The political and legal aspects of the concept of "public interest" and the peculiarities of disclosure of information that can be attributed to this category are researched. It is shown in what situations state authorities have the interests of realization of integrated strategic communications which may restrict the dissemination of data, and may also lead to be of public interest.

Keywords: information transparency, public interest, strategical communication, national security.

Introduction. According to the definition of strategic communications enshrined in the Military Doctrine of Ukraine [1], among other things, it includes the whole range of public relations used by the entities of the strategic communications system in the interests of promoting the goals of the state. In the context of developing the communicative capacities of the state, such "public relations" are increasingly developing within the broader concept of government communications aimed at creating effective mechanisms for communicating the key messages of the government (public authorities) to the target audience and building an effective two-way communication with these audiences.

Government communication in a democratic society is based on the concept of access and clear open information, and hence it becomes one of the basic foundations and strategic communications of the state.

The problem is that in many cases the implementation of integrated strategic communication's companies is possible only by providing substantial information as initiation of the companies and some of the data subject within it. In addition, given the fact that strategic communication's companies involve entities of the security and defense sector of Ukraine (which, for the purposes of the company, can use information constituting state secrets), the limits of public access to information may be narrowed, which raises the question of finding the right balance between the free open information's of public authorities and their capacity to effectively carry out tasks within the framework of strategic communications. This problem is further complicated by the public's desire (first of all, its most active part is the public activists) to know more about the actions of the state and the logic of its decisions. This raises the question of what information can really have a status of social significance, and therefore can be made public even in those cases where public authorities consider that its spread may lead to threats to national security or to prevent

[1] *Scientific advisor – D. Dubov*, Doctor of Political Science, senior research officer.

the effective implementation of strategic communications of the state.

Analysis of recent research. Issues of informational interaction between civil society and the state were conducted by such researchers as T. Rozova, O. Kormiletsky, S. Soloviyov, P. Kindrat, N. Petrova. The problems of ensuring the proper information transparency of state bodies are dedicated to the works of T. Andriychuk, V. Vakulich, O. Synyachkov, G. Kolisnichenko. Some issues of public interest and secrecy of information are outlined in works by G. Blinov, O. Muratov, A. Mikhailov, O. Posilyk, and Y. Voloshyna.

The purpose of the article is to analyze the notion of informational openness of state authorities, to determine the essence of socially important information and to identify problems of implementation of these concepts in the process of building a system of strategic communications of the state.

The main material. The classical theory of democracy is based on the condition that civil society has the right to manage the society, the right to participate in the process of implementing state power [2]. Good governance requires the active intervention of all stakeholders (civil society, the media, politicians, courts and government representatives) and shall be formed on the basis of an integrated, accurate and timely manner information about the government's activities.

The ability of citizens to make inquiries and to receive information on the developments and activities of their government is crucial to the transparency and the accountability of public authorities, since these features are an important indicator of a democratic rule of law. According to the researcher Ch. Hood, the macro-task of "informational openness" is "to provide an opportunity for citizens to receive an adequate representation and to form a critical judgment about the state of the society and public authorities, as it strengthens the effectiveness of public control over the activities of the bodies state power" [3, p. 12]. O. Polyarush notes: "Free access to unclassified information of the authorities is an effective way of public control, which allows the authorities to make the actions sensitive to the needs of citizens" [4].

It should be noted that the "openness" of power, not identical with its "transparency" – the transparency of state policy is characterized by the passivity of contemplating information by citizens and their associations, while openness implies the possibility of active actions of these subjects in relation to politics [5]. Information openness is an important element that ensures the legitimacy of power (in the broadest sense) in the eyes of citizens and contributes to increasing confidence in its actions by the public. Indeed, the legitimacy of the state is ensured not only formal methods (like elections), but because legitimizing the bottom, the formation of public conviction particular importance and correctness of the authorities, which provides it with support. Such a conviction, according to M. Weber, is an internal guarantee of legitimacy [6, p. 59].

Analyzing the relationship of information openness and legitimacy of state institutions, one should also take into account and consider the instrumental factor that awareness, and participation of citizens in the development of management decisions affecting their rights and interests to strengthen the legitimacy of the authorities to which citizens are concerned about belonging and affiliation through mechanisms of participation and responsibility [7, p. 266]. Similar opinion is articulated by other researchers (in particular – S. Pryhodko [8]).

The basic rules for conducting information activities, that is, obtaining, using, disseminating and storing information and protecting the rights of subjects of information relations, are contained in Articles 15, 32 and 34 of the Constitution of Ukraine, as well as in the Civil Code of Ukraine, the Laws of Ukraine "On Information", "On Access to public information", "On Printed mass media (press) in Ukraine", "On Television and radio broadcasting", "On Information agencies", "On State support to mass media and social protection of journalists", "On Scientific and Technical Information", "On Protection against Unfair Competition", "On Information Protection in Information and Telecommunication Systems", "On State Statistics", "On Libraries and Library Affairs", "On The National Archival Fond and Archival Institutions", "On State Secrets", "On The National System of Confidential Communication", "On Banks and Banking Activities", "On The State Service for Special Communications and Information Protection of Ukraine" [9, p. 100].

Information openness is realized not least in the processes of communicating the state and society. However, it should be noted that unfortunately in Ukraine, the processes of such communication are often complicated or ambiguous. In particular, S. Soloviyov [10] draws attention to the fact that this function for state bodies often acquires the character of a ritual model: "it already in its name indicates a certain format of

communication, which in this case occurs to a large extent only to demonstrate readiness to communicate, to be a participant of communication, not reporting anything new and not expecting to receive (because it involves a pre-set ritual, a certain situation, a ceremony, rules of conduct)" [10].

Along with the macro-trend towards the increasingly openness of the state to citizens and the outside world, the still-powerful (and, apparently, permanent) factor remains the opposite of this process – the secrecy of information. And for Ukraine, such tendencies are also characteristic.

As correctly pointed noted by G. Blinov, "the functioning of state institutions is impossible without a certain amount of official information that meets the requirements of their organizations" [11, p. 42]. We also agree with O. Muratov and V. Vorozhko that the optimal definition of the minimum amount of information necessary for the limited access is necessary for the successful solution of the tasks of national security and sustainable development of the country. At the same time, "achieving a better balance between the volume of generally available and accessible under a special order of information in society will guarantee the absence of so-called "superfluous" secrets in society that limit opportunities in the development of society, on the one hand, and on the other hand, that'd the information, which, due to its uncontrolled distribution, harms the national interests, measures will be taken in a timely manner to prevent such negative influence" [12, p. 4]. Indeed, only in the absence of the said balance can agree with the idea that only "bad government needs secrecy to survive" [13, p. 305–313].

Despite the adoption of a number of laws and regulations to lower the protection of state secrets, the very system of state secret Ukrainian government inherited from the Soviet Union and since independence suffered limited changes. Therefore, one of the main drawbacks of this system – the excessive impact on this process (giving the declassification of information secrecy) of the human factor – remains unchanged. According to P. Kindrat, "in fact, there is a situation where the decision to restrict access to one or another information is taken by the appropriate official at his own discretion and not always complies with the requirements of the law. In particular, there is a tendency to secrecy of information "just in case" [14, p. 49]. Conceptually, the authors of the collection entitled "The Right to Know: Principles of the Law on the Right to Information" from the non-governmental agency "Article 19" conceptually pay attention to this problem: "State authorities must provide a number of mechanisms working with the culture of secrecy in the state" [15]. G. Kolisnichenko also says about a similar problem, paying attention to the fact that the blurred provision of the Law of Ukraine "On Information" (in terms of determining the reasons for the confiscation of information) leads to the fact that "officials use it as they deem necessary ... The result is arbitrary and inconsistent disclosure, one and the same information in one region may be considered confidential, and another – non-confidential" [16, p. 106–107].

The state generally recognizes the problem of the non-reformation of the state secret system and it's in many aspects retrograded nature. In particular, requirement to reform the system of state secrets was mentioned in the Strategy of the National Security of Ukraine accepted in 2007 [17], later at the same form it was enshrined in the same Strategy in the edition of 2012 [18] and in the same way, without changes it was included to the edition of the Strategy that was approved in 2015 [19]. Only in 2017 the state began to make steps concerning the reformation of the state secret security system. Above all, Ukrainian Security Service elaborated a project of Concept for reforming state secret security system, which has already been agreed with the key state institutions. As of mid-2017, the work on this concept continues on the basis of the apparatus of the Council of National Security and Defense of Ukraine [20].

Widespread practice of hiding information from the state side is often conditioned by concerns about the possible socio-political consequences of the certain types of information disclosure. Herewith, it should really be admitted that discrepancy of the opening information practices can become a significant factor that influences on the National State Security and the Security of Society. But all in all, it makes a question about that what information generally is one of that can bear "public interest" or can be "socially necessary". The last one, the law of Ukraine "On Information" determines as information "that testifies according the state sovereignty threat, territorial integrity of Ukraine, ensures realization of constitutional rights, liberties and responsibilities; testifies about the possibility of human rights violation, misleading society, harmful ecological and other negative consequences of action (inaction) physical or legal persons etc." [21] and which should be accessible to the public.

At the same time the concept of "public interest" is rather ambiguous and fuzzy. As O. Posilyk notes, "the category "public interest" is multifaceted and

comprehensive that it unlikely can be covered within a single common definition" [22, p. 142–155]. Moreover, it obviously can conflict with the other concept – the concept of "state interest", which is also difficult to define clearly, unless at the level of legally established national interests, because more or less the target of any state is providing of national interests (the same approach is also used by the school of political realism [23]).

The discussion is not only about the "social necessity" but also one who is able to assess whether "the public's right to know this information outweighs the potential harm from spreading it". Ukrainian researcher P. Kindrat comparing the content of concepts "subject of social interest", "restricted information" and "data that cannot be attributed to the restricted information" makes an important conclusion: "it is not hard to notice that the category "socially necessary (important) information" by its nature stands in the middle of restricted information and information which can't be with limited access and has elements from each of these meanings. Since socially important information always relates to restricted information, it can be characterized as protected information which can be disclosed under certain circumstances" [14, p. 50]. However, the issue of public significance arises whenever there are legitimate grounds of limiting access to certain information and appears the right of society to know it [24].

Today, the sense of "public interest" (especially considering its appraisal) determined mostly by the courts within specific cases about the meaning "socially necessary information". At the same time, there are general imperatives according recognition of one or another information "publicly significant". In particular, in the European Court of human rights work was formed a chain of principles that allow to estimate public necessity of information:

- Public interest suggests the benefits for the society from the access to information;
- Journalist investigations notice arises social interest providing that they meet p. 1;
- Information about public officials in particular a subject of increased public interest to the implementation official duties by them;
- The sphere of social interest also includes social problems of society [25].

However, the problem of determining whether "socially interesting" information is more complicated. In particular, it is not always clear whether the information about the actions that had already been, can belong to the category of "closed" and one of that doesn't fall under the category of social information. For example, Ukrainian researchers O. Moskalyuk and V. Gnido raise this issue in the context of "Ilovaisk tragedy": "The State still hides the information about losses that were held on the east of Ukraine. The question is: why this information still unavailable for ordinary citizens? Does the fact that has already been happened is dangerous for the country? ... it should be said that still, the fact that had been happened doesn't have special danger (or doesn't have it at all) for national security and subject to disclosure" [26, p. 124–125].

To our mind, the most clearly articulates the problem about the relationship of "information transparency", "public interest" and strategic communications. The purpose of the last is the impact (generally psychological) on a target audience. This impact is reached because of certain narration of events, building of stories that which explains by the target audiences. In this case, the tragic events under Ilovaisk and the lack of a clear narrative from the state regarding their presentation to Ukrainian society greatly increases the chances of negative informational influence on public opinion in the case of proclaiming "facts" outside the context (which is usually the general narrative). Therefore, such considerations of authors [26] seem too much simplistic according to the situation that arise because they don't take into account possible socio-political and socio-psychological consequences disclosure of certain types of information. Admittedly, that ensuring of national security is under the interest of certain state apparatus (primarily intelligence and counterintelligence) can resort to actions that, in fact, violate human rights in its separate provisions. At the same time the Law of Ukraine "On the counterintelligence activity" (Article 4 "Principles of counter-intelligence activities" [27]), and the Law of Ukraine "On the intelligence of Ukraine Authorities" (Article 3 "Principles of the activities of the intelligence agencies of Ukraine" [28]) establishes the need to respect the rights and freedoms of human and citizen. At the same time the Criminal Code partially admits such deviations (for example, Article 39 of the Criminal Code "Extreme Necessity") to eliminate the danger directly threatening a person or a protected law with the rights of that person or others as well as public interests or interests of the state, if this danger in this situation could not be eliminated by other means and if it was not allowed to exceed the limits of extreme necessity.

In the context of the strategic communication realization in general it is possible to imagine such circumstances when security structures can mislead

society deliberately (as it stated in the legislative definition of the "socially necessary information" concept). But at the same time there is a question about the search of necessary balance of openness and closeness of information in terms of general society interests.

Violation of the balancing of openness and secrecy information often leads to destabilization of the political system against the background of radicalization of protest actions. The problem of balancing between secrecy and openness of information from the state side often is a part of bigger problem – the lack of transparency of government decisions management, absence of their explanation for the society and total loss of communication connection between government and society (according to the authors of the analytical report "Systemic crisis in Ukraine: preconditions, risks, ways of overcoming" [29]) this became one of the reasons deployment of events on Euromaidan in 2013–2014.

It must be admitted that the problems in ensuring the openness of the state to society, ineffective communication are characterized, above all, to a greater extent for the states with weak (or formal) democratic institutions, which are sometimes called "facade democracy", that have all formal democratic institutions, first of all "the division of the state power, judicial and executive power, constitution, elections, local administrations, etc. However, de-factor, citizen participating in politics erected to the elections" [30, p. 51]. Such regimes often fail to overcome the consequences of real informational openness in society, not able to ensure appropriate level of public information openness of state officials, and also respond adequately to the disclosure of information that such regimes consider "internal" and "controlled". In general, it should be noted that the formation of a truly effective state strategic communications system is impossible without finding a balance between the concepts of "right to information", "public interest" and informational openness by the state officials. This is due to the fact that, on the one hand, the full realization of the right to information increases the state's ability to cope with internal target audiences and improves the overall legitimacy of government structures in society, and from the other hand uncontrolled realization of this principle can have heavy consequences for the public opinion within the condition of the absence of a clear narrative model for certain crisis events in Ukrainian society or issues directly related to the national security of the state.

Reference

1. Ukaz Prezydenta Ukrainy "Pro rishennia Rady natsionalnoi bezpeky i oborony Ukrainy vid 2 veresnia 2015 roku "Pro novu redaktsiiu Voiennoi doktryny Ukrainy" [Presidential Decree "On the decision of the Council of National Security and Defense of Ukraine "On the new edition of the Military Doctrine of Ukraine" from 2015, September 2]. (n.d). *president.gov.ua*. Retrieved from http://www.president.gov.ua/documents/5552015–19443 [in Ukrainian].
2. Demchyk, D.V. (2013). Stadii ta factory politychnoho rysyku: aktualni problemy doslidzhennia ta analizy [Stages and factors of political risk: current problems of reaserch and analysis]. *Aktualni problemy polityky – Actual policy problems, 49*, 181–186 [in Ukrainian].
3. Hood, Ch. (2006). Transparency in historical perspective. In: *Transparency: The Key to Better Governance*. Oxford: Oxford University Press [in English].
4. Rozova, T.V. (2003). *Specyfica stanovlennia hromadianskoho syspilstva v Ukraini [Specificity of Civil Society Development in Ukraine]*. Odesa: TOV "Mriia" [in Ukrainian].
5. Andriychuk, T. (2009). Pryncyp prozorosti komynikacii orhaniv derzhavnoi vlady z naselenniam: poniatiino-konceptualne bachennia [The principle of transparency of communication between public authorities and the population: a conceptual and conceptual vision]. *Visnuk knyzhkovoi palaty – Bulletin of the Book Chamber. nbuv.gov.ua*. Retrieved from http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vkp/2009_4/st11.pdf [in Ukrainian].
6. Tsokur, E.G. (2015). Osoblyvosti lehitimatsiinyh protseciv u suchacnii Ukraini [Features of legitimation processes in modern Ukraine]. *Politukys – Politicus*, *1*, 57–62 [in Ukrainian].
7. Kormiletskyi, O. (2013). Analiz tendentsii svitovoho dosvidu pokrashchennia informatsiinoi vidkrytosti orhaniv derzhavnoho upravlinnia [Analysis of the trends of world experience in improving the informational openness of public administration bodies]. *Naukovyi visnyk Akademii munitsipalnoho upravlinnia – Scientific Bulletin of Academy of Municipal Administration Management*, *3*, 264–274 [in Ukrainian].
8. Prihodko, S.M. (2016). Mekhanizmy lehitimatsii vlady v umovakh elektronnoi demokratii [Mechanisms of legitimizing power in the conditions of electronic democracy]. *Hileia: naukovyi visnyk – Gileya: Scientific Bulletin*, *112*, 291–294. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2016_112_70 [in Ukrainian].
9. Vakulich, V. (2014). Derzhavna informatsiina polityka yak mekhanizm realizatsii informatsiinoi funktsii suchasnoi derzhavy [State information policy as a mechanism for the implementation of the information function of the

modern state]. *Publichne upravlinnia: teoria ta practyka – Public Administration: Theory and Practice*, *1 (17)*, 97–107 [in Ukrainian].

10. Soloviov, S. (2013). Informatsiina i komunikatyvna skladovi povidomlennia v derzhavno-upravlinskyi komunikatsii [Information and communicative components of communication in public administration communication]. *Publichne administruvannia: teoria ta practyka – Public Administration: Theory and Practice*, *2. nbuv.gov.ua*. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patp_2013_2_5 [in Ukrainian].
11. Blinov, G.O. (2013). Sluzhbova taiemnytsia yak vyd publichnoi informatsii z obmezhenym dostupom [Service secret as a kind of public information with restricted access]. *Pravo i suspilstvo – Law and Society*, *3*, 41–50 [in Ukrainian].
12. Muratov, O., Vorozhko, V. (2012). Osnovni polozhennia poriadku zasekrechuvannia informatsii u SShA [Basic provisions for the classification of information in the United States]. *Bezpeka informatsii – Security of Information*, *1 (17),* 4–9 [in Ukrainian].
13. Synyachkov, O.P. (2012). Mizhnarodni pryntsypy formuvannia zakonodavstva pro dostup do informatsii [International principles of the formation of legislation on access to information]. *Naukovyi visnyk Akademii munitsipalnoho upravlinnia – Scientific Bulletin of Academy of Municipal Administration Management*, *1*, 305–313 [in Ukrainian].
14. Kindrat, P.V. (2014). Pravo na dostup do informatsii: normatyvno-pravovi aspekty zastosuvannia [Right to access information: regulatory and legal aspects of application]. *Informatsiia i pravo – Information and Law*, *3*, 47–55. *nbuv.gov.ua*. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Infpr_2014_3_9 [in Ukrainian].
15. Pravo obshchestva znat: printsypy zakonodatelstva o prave na informatsiiu (2016). [The right of the public to know: the principles of the law on the right to information]. In: *Pravo obshchestva*, *Article 19. article19.org*. Retrieved from https://www.article19.org/data/files/FOI_Principles_RU.pdf [in Russian].
16. Kolisnichenko, G.L. (2010). Zabezpechennia prozorosti derzhavnoho upravlinnia v Ukraini [Ensuring Transparency of Public Administration in Ukraine]. *Naukovi pratsi Chornomorskoho derzhavnoho universytety im. P. Mohyly – Scientific works of Petro Mohyla Black Sea National University*, *149 (137)*, 106–109 [in Ukrainian].
17. Ukaz Prezydenta Ukrainy "Pro Stratehiiu natsionalnoi bezpeky Ukrainy" vid 12 liutoho 2007 r. № 105/2007 [Presidential Decree "On National Security Strategy of Ukraine" from 2007, 12 February No. 105/2007]. (n. d.). *zakon5.rada.gov.ua*. Retrieved from http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/105/2007/ed20070212 [in Ukrainian].
18. Ukaz Prezydenta Ukrainy "Pro Stratehiiu natsionalnoi bezpeky Ukrainy" vid 08 chervnia 2012 r. № 389/2012 [Presidential Decree "On National Security Strategy of Ukraine" from 2012, 08 Juny No. 389/2012]. (n. d.). *zakon0.rada.gov.ua*. Retrieved from http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/105/2007 [in Ukrainian].
19. Ukaz Prezydenta Ukrainy "Pro Stratehiiu natsionalnoi bezpeky Ukrainy" vid 26 travnia 2015 r. № 287/2015 [Presidential Decree "On National Security Strategy of Ukraine" from 2015, 26 May No. 287/2015]. (n. d.). *zakon4.rada.gov.ua*. Retrieved from http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/287/2015 [in Ukrainian].
20. Mikhailov, A.A. (2017). Perspektyvy reformuvannia systemy okhorony derzhavnoi taiemnytsi ta sluzhbovoi informatsii [Prospects for reforming the system of protection of state secrets and official information*]. Zbirnyk materialiv VIII naukovo-praktychnoi konferentsii "Aktualni problemy upravlinnia informatsiinou bezpekou derzhavy" – Collection of materials of VIII scientific-practical conference "Actual problems of information security management of the state"*, 256–259 [in Ukrainian].
21. Zakon Ukrainy "Pro informatsiiu" vid 02 zhovtnia 1992 r. № 6557-XII [Law of Ukraine "On information" from 1992, 02 October No. 6557-XII]. (n. d.). *zakon0.rada.gov.ua*. Retrieved from http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2657–12 [in Ukrainian].
22. Posiluk, O.O. (2012). Suspilno neobkhidna informatsiia yak mezha zdiisnennia ta zakhystu osobystysnykh nemainovykh prav fizychnykh osib [Social required information as the limit of realization and protection of the moral rights of individuals]. *Universytetski haukovi zapycky – University Scientific Notes*, *4 (44),* 142–155 [in Ukranian].
23. Voloshyna, U.V. (2014). Natsionalni interesy ta potreby liudyny, hromadianskoho suspilstva yak fundamentalni zasady natsionalnoho suverenitetu [National interests and needs of man and civil society as fundamental principles of national sovereignty]. *Yurydychnyi visnyk – Juridical Bulletin*, *3 (32),* 30–34 [in Ukrainian].
24. Petrova, N. (2007). *Media-pravo [Media law]*. Kyiv, "Kiivcka tipohrafiia" [in Ukrainian].
25. Kotuzhinska, T. (2008). Suspilno znachushcha informatsiia: zakonodavche vyznachennia ta sudova praktyka [Socially important information: legislative definition and jurisprudence]. *Telekrytyka – Telecritic. telekritika.ua*. Retrieved from //www.telekritika.ua/yuridichna-consultaciya/2008–09–05/40399 [in Ukrainian].
26. Moskaluk, O.V. (2015). Pravo na informatsiiu v period zbroinykh konfliktiv [Right to information in armed conflict]. *Pravo i syspilstvo – Law and Society*, *5(3)*, 121–126 [in Ukrainian].
27. Zakon Ukrainy "Pro kontrrozviduvalnu diialnist" vid 26 hrudnia 2002 r. № 374-VI [Law of Ukraine "On counterintelligence activities" from 2002, 26 December No. 374-VI]. (n. d.). *zakon2.rada.gov.ua*. Retrieved from http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/374–15 [in Ukrainian].

28. Zakon Ukrainy "Pro rozviduvalni orhany Ukrainy" vid 22 bereznia 2001 r. № 2331-III [Law of Ukraine "On intelligence agencies of Ukraine" from 2001, 22 March No. 2331-III]. (n. d.). *zakon3.rada.gov.ua*. Retrieved from http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2331–14 [in Ukrainian].
29. Zhalilo, Ya.A. (2014). *Systemna kryza v Ukraini: peredumovy, ryzyky, shliakhy podolannia [Systemic crisis in Ukraine: preconditions, risks, ways of overcoming]*. Kyiv, NICD [in Ukrainian].
30. Minakov, M.A. (2014). Modern i revoliutsiia v Ukraini: do pytannia pro henealohiu Yevromaidany [Modern and revolution in Ukraine: to the question of the genealogy of the Euro area]. *Naukovi zapysku. Philosofia ta relihieznavstvo – Scientific Notes: Philosophic and Religion*, *vol. 154*, 45–53 [in Ukrainian].

Додаток

ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АНАЛІЗ СФЕРИ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

(скорочена версія)

22 вересня 2015 р. Секретарем РНБО України О. Турчиновим і Генеральним Секретарем НАТО Є. Столтенбергом було підписано Партнерство зі стратегічних комунікацій між Україною та НАТО[1]. Метою Партнерства є надання допомоги Україні у питанні побудови національної системи стратегічних комунікацій, протидії російській пропаганді та інформування широкої світової громадськості про події в нашій державі.

Для реалізації цілей і завдань Партнерства Апарат РНБО України у тісній співпраці з іншими зацікавленими державними органами влади України розробив План заходів з імплементації Дорожньої карти Партнерства. Цим планом передбачено проведення функціонального аналізу сфери стратегічних комунікацій, на основі якого потрібно визначити основні аудиторії, канали донесення інформації, наративи тощо.

Поставлене завдання – функціональний аналіз – передбачає пошук відповіді на такі групи питань:

- функції[2] органів влади, які вони виконують у межах єдиної системи реалізації стратегічних комунікацій;
- спроможності цих органів впроваджувати такі функції;
- роль і місце конкретного органу влади в загальній системі реалізації стратегічних комунікацій.

Загальна методологія дослідження ґрунтується на поєднанні двох підходів: системного та функціонального, що взаємно доповнюють один одного. Перший з них дозволяє аналізувати об'єкт дослідження через елементи системи та їх взаємозв'язки в межах конкретної організаційної структури. Як правило, процес функціонування системи зумовлений не стільки властивостями її окремих елементів, скільки властивостями самої структури. Обов'язковою умовою функціонування системи є чітке формулювання її мети та завдань для подальшого визначення шляхів найбільш ефективного їх досягнення / розв'язання як для системи загалом, так і для окремих її елементів. Другий підхід уможливлює вивчення об'єкта дослідження незалежно від елементів, що його складають, концентруючись на зовнішніх зв'язках, які проявляються через виконувані ним функції.

З метою найбільш адекватного й повного розв'язання поставлених дослідницьких завдань визначається дизайн дослідження, що передбачає побудову та обґрунтування логіки дослідження; вибір нормативних засад (з чим порівнювати отримані результати); визначення даних, які необхідно зібрати; процедури збору й аналізу даних тощо.

---

[1] *Дорожня* карта Партнерства у сфері стратегічних комунікацій між Радою національної безпеки і оборони України та Міжнародним секретаріатом НАТО. URL: http://mfa.gov.ua/mediafiles/sites/nato/files/Roadmap_Ukr.pdf

[2] Функція (від лат. *functio* – діяльність, виконання) – призначення, виконувана роль, стала сукупність однорідних спеціалізованих робіт (дій, операцій), здатність реалізації яких підтримується в організації. У державному управлінні функція – це специфічний за предметом, змістом і засобом забезпечення цілісний управлінський вплив держави.

Аксіомою є те, що держава тільки тоді функціонує продуктивно, коли її функції повною мірою відповідають об'єктивним потребам суспільства[3]. Для врахування потреб суспільства у процесі дослідження здійснюється аналіз соціально-політичного контексту явища / процесу, що вивчається[4].

Враховуючи все вище зазначене, структура представлення матеріалів дослідження визначена так:

- дизайн дослідження;
- контекст дослідження;
- основні результати та висновки;
- рекомендації;
- додатки (містять інформацію, пов'язану з дослідженням).

Контекст дослідження

Гібридна війна, розв'язана Російською Федерацією проти України, за якої деструктивного впливу зазнають також і західні спільноти, актуалізувала широкий спектр проблем забезпечення національної та міжнародної безпеки. З метою опису наявної ситуації розглянемо інформаційний (комунікативний) складник внутрішнього та зовнішнього виміру протистояння, а також у межах кожного з них актуальні виклики та заходи й процеси у відповідь на них.

Внутрішній контекст: виклики

Здійснюючи свою насильницьку та ненасильницьку діяльність на території України, Росія провокує внутрішні заворушення, політичну дестабілізацію, стимулює радикальні деструктивні елементи. Зокрема, як доводять незалежні журналістські розслідування, намагання організувати через соцмережі так званий Майдан-3 координується колишніми бойовиками злочинних угруповань ДНР, які здійснюють свою деструктивну діяльність з території Російської Федерації. Така діяльність не лише не припиняється, а стає більш системною та глибинною. Європейські експерти зазначають, що наприкінці квітня-початку травня 2016 р. обсяг та агресивність спрямованої на Україну дезінформації значно зросли[5].

Внутрішній контекст: заходи протидії

Усю сукупність заходів з протидії можна розподілити на тактичні й стратегічні. До перших належать щоденні рутинні дії, до других – зміни інституційного ландшафту.

Щоденна інформаційна та комунікативна діяльність органів влади доповнилися такими новими видами діяльності:

- заходи щодо інформаційно-психологічної протидії ворожій пропаганді;
- розбудова мовлення на окупованих територіях;
- функціонування проекту *Embedded journalism* (прикріплення журналістів до військових підрозділів у зоні АТО);
- створення груп цивільно-військових відносин;
- збір, переклад різними мовами та надання іноземним партнерам фактологічних, відео- та фотодокументальних матеріалів, які підтверджують російську агресію в Україні тощо.

Інституційний ландшафт позначається як структурними змінами, так і нормативно-правовими. До структурних змін належить створення Міністерства інформаційної політики України, Ради з питань комунікацій – консультативно-дорадчого органу Кабінету Міністрів України, Об'єднаного інформаційно-аналітичного центру «Єдина Країна», Єдиного прес-центру з висвітлення АТО на базі Служби безпеки України тощо. До нормативно-правових – прийняття нової Стратегії національної безпеки України[6], започаткування Партнерства у сфері стратегічних комунікацій між РНБО України та Міжнародним секретаріатом НАТО[7], ухвалення Стратегії кібербезпеки України[8].

---

[3] *Енциклопедія* державного управління / наук.-ред. колегія: В.М. Князєв (співголова), І.В. Розпутенко (співголова) та ін. Львів, 2011. – Т.1. – Теорія державного управління. – 748 с.

[4] *Терещенко О. В.* Методология социальных исследований: вне количественно-качественной риторики. URL: http://www.ssa-rss.ru/files/File/congress2012/part73.pdf

[5] *Експерти* ЄС: Кремль посилив інформаційну атаку на Україну. URL: https://mail.ukr.net/classic#readmsg,id=14625547312638059516&folder=0&page=1

[6] *Стратегія* національної безпеки України : указ президента України №287/2015 від 26.05.2015 р. URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/287/2015#Find

[7] *Дорожня* карта Партнерства у сфері стратегічних комунікацій між Радою національної безпеки і оборони України та Міжнародним секретаріатом НАТО. URL: http://mfa.gov.ua/mediafiles/sites/nato/files/Roadmap_Ukr.pdf

[8] *Стратегія* кібербезпеки України : Указ Президента України № 96/2016 від 15.03.2016 р. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/96/2016

Зовнішній контекст: виклики

Не лише Україна, а й Європа та світ загалом виявилися неготовими до дій Росії, що заперечують будь-які встановлені міжнародні правила поведінки держави. Неготовність охоплює весь спектр існування західної цивілізації: від свідомості пересічних громадян[9] до політичних процесів і процедур, необхідність дотримання яких використовується Росією для досягнення її зовнішньополітичних цілей[10]. Правові й судові системи не мають адекватного інформаційним викликам гібридної війни нормативно-правового та організаційного ресурсу (справа дівчинки Лізи[11] у Німеччині). Це саме стосується й західної журналістики, яка, дедалі більше перебираючи на себе функції учасника формування політичного порядку денного, виявилася нездатною осягнути масштаби гри без правил[12].

Невпевненість західної демократії у собі[13], закарбована непорушність демократичних процедур та аксіономічність правил поведінки в міжнародному середовищі, а також переважання локальних цінностей (робота, економічний стан, соціальний статус) над універсальними спричинили те, що Захід виявився абсолютно не готовим захищати власні цінності свободи і демократії, що дозволяє Росії домінувати й нав'язувати світу свій порядок денний. У такий спосіб «ліберальна постмодерна демократія Заходу стає основою успішності російської пропаганди»[14].

Зовнішній контекст: заходи протидії

Північноатлантичний альянс рішенням Уельського Саміту визнав, що дуже важливо, аби Альянс мав потрібні інструменти і процедури, необхідні для стримування і ефективного реагування на гібридні воєнні загрози, та можливості для зміцнення національних сил. Це також передбачатиме зміцнення стратегічних комунікацій, розроблення сценаріїв навчань у контексті гібридних загроз, зміцнення координації між НАТО та іншими організаціями на підставі відповідних рішень, прийнятих з метою поліпшення обміну інформацією, політичних консультацій і координації на експертному рівні[15].

Розвиток спроможності НАТО у сфері стратегічних комунікацій є метою діяльності Центру передового досвіду з питань стратегічних комунікацій (*The NATO Strategic Communications Centre of Excellence,* або *NATO StratCom COE*)[16], що розпочав роботу в січні 2014 р., і був акредитований 1 вересня того самого року. Центр є військовою структурою, що відповідно до ст. 14 Паризького протоколу має статус міжнародної військової організації. Завданнями Центру є: розроблення програм для сприяння розвитку та гармонізації доктрини стратегічних комунікацій; проведення досліджень та експериментів з метою пошуку практичних рішень для розв'язання існуючих проблем; «вивчення уроків» застосування стратегічних комунікацій під час операцій; підвищення навчальних та освітніх зусиль і можливостей взаємодії.

У Висновках Європейської ради стосовно міжнародних відносин, що їх було ухвалено на саміті лідерів країн ЄС 19 березня 2015 р., главі європейської дипломатії Ф. Могеріні у співпраці з країнами-членами та офіційними структурами ЄС доручено підготувати до червня план дій зі стратегічних комунікацій у

---

[9] Позитивом у цій сфері є твердження фахівців про те, що нині в Європі значно більше людей, які свідомі цієї гри Кремля, ніж було два роки тому. Див.: *Єрмоленко В.* Голландський референдум про Україну: 5 сценаріїв. URL: http://www.hromadske.tv/world/gollandskii-referendum-pro-ukrayinu-5-stsenariyiv

[10] Референдум у Нідерландах, поміж іншого, є прикладом використання Росією суто внутрішніх легітимних (у т. ч. фінансових) механізмів функціонування суспільно-політичних систем країн Заходу. У подальшому така діяльність цілком може призвести до дискредитації логіки таких систем, сумнівів щодо її цінності та ефективності.

[11] Німеччині так і не вдалося притягнути до юридичної відповідальності за ці дії ані представників радикальних угруповань, ані журналістів російського телебачення, які активно розкручували вигадану історію.

[12] Апофеозом неспроможності реагувати на різного роду провокації стала резонансна новина про фейкове інтерв'ю Президента України газеті *The New York Times*. Розмова пранкера В. Кузнецова була сприйнята американським виданням без заперечень, і тільки визнання інтерв'ю фейковим з боку української сторони та заяви про це В. Кузнецова не дозволили здійснитися публікації відповідних матеріалів. Див.: *Дмитрий Золотухин*. URL: https://www.facebook.com/dzolotukhin/posts/1137227772995270

[13] З виступу Н. Тензера, Президента Цетру вивчення та дослідження політичних рішень (Франція) на 9-му Київському безпековому форумі 14–15 квітня 2016 р.

[14] З виступу Дж. Шерра, наукового співробітника Четем Хаус, Велика Британія, на 9-му Київському безпековому форумі 14–15 квітня 2016 р.

[15] *Wales* Summit Declaration. URL: http://www.nato.int/cps/ru/natohq/official_texts_112964.htm?selectedLocale=en

[16] NATO STRATCOM. URL: http://www.stratcomcoe.org/

відповідь на дезінформаційну діяльність Росії, що триває[17]. У вересні 2015 року розпочала діяльність *East StratCom Task Force* – оперативна робоча група зі стратегічних комунікацій Європейського Союзу. Практична частина роботи групи полягає у таких діях: проведенні проактивних і реактивних комунікативних кампаній щодо роз'яснення політики ЄС та як результуючий їх вплив – формування відповідного наративу ЄС; деконструкції міфів через аналіз тенденцій, роз'яснення та протидію дезінформації; систематичному висвітленні політики ЄС у регіоні[18].

На початку квітня 2016 року Єврокомісією було ухвалено та передано на розгляд Європейському парламенту та Європейській раді «Спільні принципи протидії гібридним загрозам – відповідь Європейського Союзу»[19] (*далі* – Спільні принципи ЄС). Автори Спільних принципів ЄС сподіваються використати синергетичний ефект від застосування всіх придатних інструментів та сприяння тісній кооперації між усіма важливими акторами. До щонайшвидшого застосування Спільних принципів ЄС закликає Проект резолюції Європарламенту «Стратегічні комунікації ЄС як протидія пропаганді проти третіх сторін»[20]. Прийняття цієї резолюції означатиме офіційне визнання Європарламентом ведення Росією інформаційної війни проти Європи.

США, зі свого боку, теж долучилися до боротьби з російською пропагандою в інформаційній сфері. Зокрема, в резолюції Конгресу США[21], прийнятій 4 грудня 2014 р., конгресмени закликали президента США Барака Обаму і Держдепартамент розробити стратегію виробництва і поширення новин та іншої інформації російською мовою в країнах зі значною часткою російськомовного населення. Члени Палати представників рекомендували форсувати використання вже наявних платформ для поширення інформації (радіостанції «Голос Америки» «Свобода/Вільна Європа»), сприяти створенню приватних компаній за участю держави для випуску відповідного контенту і залучити до реалізації цього завдання уряди країн регіону. Крім того, 4 березня 2015 р. було прийняте рішення про надання Наглядовою радою США з міжнародного мовлення (*Broadcasting Board of Governors*) 23,2 млн дол. на програми російською мовою[22].

16 березня 2016 року подано в Сенат США законопроект «Про боротьбу з дезінформацією та пропагандою»[23]. Цей документ проголошує, що з метою посилення національних зусиль та уникнення дублювання необхідним є координування з країнами-союзницями та країнами-партнерами, передусім тими, які є мішенню для операцій інших держав з дезінформації, міжнародними організаціями та суб'єктами (Центр передового досвіду з питань стратегічних комунікацій (*The NATO Strategic Communications Centre of Excellence* або *NATO StratCom COE*), Європейський фонд на підтримку демократії (*European Endowment for Democracy*), робоча група з питань стратегічних комунікацій Європейської служби зовнішньополітичної діяльності (*European External Action Service Task Force on Strategic Communications*).

Основні результати та висновки

1. Переважна більшість учасників опитування не достатньою мірою розуміє суть поставлених запитань. Лише в окремих випадках найпоширеніші поняття теорії комунікації, зокрема «цільові аудиторії», «комунікативні плани»,

---

[17] *European* Council Conclusions on external relations, 19 March 2015 : Press release. URL: http://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2015/03/conclusions-russia-ukraine-european-council-march-2015

[18] *Оперативная* рабочая группа по стратегическим коммуникациям (East StratCom Task Force): вопросы и ответы. URL: http://eeas.europa.eu/top_stories/2015/261115_stratcom-east_qanda_ru.htm

[19] *Joint* Framework on countering hybrid threats – a European Union response : Joint communication to the European Parliament and the Council, JOIN(2016) 18 final. URL: http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16201

[20] *On EU* strategic communication to counteract propaganda against it by third parties : Draft Report (2016/2030(INI)). URL: http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+COMPARL+PE-582.060+02+DOC+PDF+V0//EN&language=EN

[21] H.Res. 758 – Strongly condemning the actions of the Russian Federation, under President Vladimir Putin, which has carried out a policy of aggression against neighboring countries aimed at political and economic domination. URL: https://www.congress.gov/bill/113th-congress/house-resolution/758/text

[22] *Testimony* on Ukraine Before the House Foreign Affairs Committee. URL: http://www.state.gov/p/eur/rls/rm/2015/mar/238147.htm

[23] *S.2692* – Countering Information Warfare Act of 2016. URL: https://www.congress.gov/bill/114th-congress/senate-bill/2692/text

трактуються вірно. Загалом надані відповіді не відображають реальної ситуації в установі. Найважче сприймалося питання щодо несуперечливості меседжів (його трактували як несуперечливість повідомлень чинним законам та Конституції).

2. Аналіз поточної практики міжвідомчої взаємодії виявив високий рівень несистемності та залежності від міжособистісних контактів. Ситуація ускладнюється плинністю кадрів у відомствах. Отримані результати підтверджують необхідність формалізації та закріплення механізмів взаємодії з метою їх подальшої інституалізації.

3. На противагу внутрішній міжвідомчій взаємодії міжнародна взаємодія є або добре налагодженою, або є бажання її здійснювати. Частина учасників опитування співпрацює з аналогічними установами в інших країнах, інші – з міжнародними організаціями (ще декілька учасників опитування висловили прагнення налагодити таку взаємодію з метою обміну досвідом). Географія країн співробітництва є доволі широкою: Великобританія, Польща, країни Балтії, Люксембург, Німеччина, Македонія, США, Канада. Коло міжнародних організацій охоплює передусім НАТО, ОБСЄ, ГТЗ.

4. Зафіксовано проблеми із наявністю документів, що регламентують комунікативну діяльність установ. Це обумовлено і тим, що:

- українське нормативно-правове поле регулює процеси інформування, процеси комунікації на цьому етапі представлені винятково в межах трактування поняття «стратегічні комунікації» у «Воєнній доктрині», що є недостатнім для встановлення всіх необхідних правових засад комунікативної діяльності;
- в український практиці відповідальний за комунікацію підрозділ не наділений повноваженнями брати участь у процесі вироблення рішень[24].

5. Усі відомства на питання щодо взаємозв'язку меседжів та нормативно-правових документів зазначали, що або такий зв'язок відсутній, або ж він є надто абстрактним – на рівні Конституції України, профільних законів, положень про орган влади.

6. Двозначною є ситуація з оцінкою проведення інформаційних кампаній. Усі учасники опитування повідомили, що така оцінка проводиться, однак існує суттєва поліваріантність власне оцінювання: починаючи від тріади «точність, оперативність, резонансність» і закінчуючи «рівнем охоплення» та «дайджестом за матеріалами ЗМІ, де відображається аналітична інформація щодо кількості поширених матеріалів та їхньої тематичної спрямованості».

7. Складною є ситуація щодо стратегічних комунікативних планів[25]. Окремі учасники опитування відносили до стратегічних комунікативних планів документи з горизонтом планування тиждень, місяць, квартал чи півроку. Деякі установи зазначали, що в поточних умовах не можуть собі дозволити довгострокове планування, зважаючи на поточну воєнно-політичну ситуацію в країні. Вважаємо, що процес створення стратегічних комунікативних планів потребує систематизації та нормативного регулювання.

8. Підготовка спікерів відомств до виступів переважно обмежується формуванням позиційних матеріалів про поточну ситуацію, актуальні дії підрозділів та статистичні показники. Лише в окремих установах здійснюється не просто підготовка довідкових матеріалів, а й робота із самими спікерами щодо змісту меседжів, подачі інформації тощо.

9. У всіх учасників опитування достатньо налагодженою є робота із ЗМК. Переважна більшість відомств роблять виразний акцент на традиційних форматах взаємодії – брифінги, прес-конференції, презентації, прес-релізи тощо. Водночас більш неформальні моделі взаємодії (наприклад, *off-records*, особисте спілкування) використовуються рідко. Доцільним є проведення додаткового навчання фахівців комунікативних підрозділів і керівників організації щодо практик неформальної взаємодії.

10. Опитування містило цілий комплекс запитань, спрямованих на з'ясування того, якою мірою органи влади, відповідальні за реалізацію стратегічних комунікацій, розуміють важ-

[24] Детальніше див.: Презентація результатів аудиту // Запровадження комунікації органів державної влади : збірник матеріалів наук.-практ. конф. / упоряд. А.В. Баровська. К. : Фенікс, 2016. – С. 17–50.

[25] Не є тотожним плану стратегічних комунікацій.

ливість визначення цільових аудиторій, адресної роботи з ними, врахування їх специфіки при формуванні меседжів. Хоча низка відомств заявила, що цільові аудиторії визначаються, однак зі змісту відповідей зрозуміло, що є понятійні складнощі розуміння того, що таке цільові аудиторії. Переважна більшість учасників опитування зазначила, що, хоча в нормативних документах такі аудиторії не визначені, на практиці вони визначаються.

Вважаємо за необхідне надати установам повніше та точніше уявлення про те, що є цільовою аудиторією, як вона визначається та в чому полягає особливість формування меседжів для цих аудиторій.

11. Важливою темою анкетування були власні комунікативні канали учасників опитування. Переважна більшість опитаних вказувала на наявність веб-сторінок (охоплення аудиторії зазначено лише орієнтовно), офіційних профілів організацій у соцмережах (*Facebook*, *Twitter*) та на *YouTube*, проте лише окремі установи надали конкретні дані щодо аудиторії цих ресурсів. Лише двоє з учасників опитування заявили про спроможність радіо- та телемовлення, зокрема локального характеру, та можливості друку різноманітних форм малої агітації (листівки, брошури, бюлетні тощо). Загалом, суб'єкти опитування вказали 6 газет (в т. ч. – один тижневик) та 3 журнали. При цьому окремі установи лише частково вказали наявні власні канали комунікації.

12. Роботу з експертами задекларували майже всі структури. Найбільш цілісною є взаємодія з експертами в одного учасника опитування, який проводить не лише адресну тематичну роботу з профільними експертними установами, а й формує їх базу.

13. Освітній блок запитань виявив активну залученість усіх учасників опитування до різних заходів з питань стратегічних комунікацій.

14. Для належної реалізації комунікативної діяльності суб'єкти опитування мають потребу навчання співробітників таким предметам: кризові та стратегічні комунікації, іміджмейкінг органів влади, планування комунікації, *SMM*, інфографіка, підготовка фото- та відеоконтенту, комунікація соціальної тематики, кейс-стаді на основі міжнародного досвіду тощо.

Загальні висновки

1. Органи, відповідальні за реалізацію стратегічних комунікацій, наразі не функціонують як єдина система стратегічних комунікацій держави. Водночас понад 60 % учасників опитування мають високий потенціал готовності до взаємодії.

2. Встановлено, що кожен з учасників опитування реалізує певні комунікативні функції, має досвід взаємодії із ЗМК, а отже через механізми подальшого навчання та координації є усі можливості забезпечити функціонування єдиної системи стратегічних комунікацій.

Частково функції єдиної комунікативної системи в аспекті узгодження ключових повідомлень (дотримання їх несуперечливості) наразі вирішуються за допомогою механізму *One voice strategy*.

3. Рівень спроможності учасників опитування виконувати комунікативні функції значною мірою залежить від якості відповідних трудових ресурсів.

4. З-поміж учасників опитування є ті, які досягли значних успіхів у реалізації комунікативної діяльності, тому їх досвід може бути проаналізовано, формалізовано як стандарти/регламенти чи інші документи та поширено на усіх суб'єктів системи стратегічних комунікацій.

5. **Однозначними позитивами**, яке виявило дослідження, є:
- наявність власних медіа;
- налагоджена робота з журналістами;
- зміст запитів на підвищення кваліфікації;
- рівень міжнародної взаємодії.

6. **Найбільшими проблемами є**:
- принципова відсутність документів, що регламентують комунікативну діяльність;
- процес планування комунікацій;
- робота із цільовими аудиторіями.

Рекомендації

1. Майже всі учасники опитування потребують окремих методологічних семінарів та документального закріплення єдиного трактування основних понять з питань комунікацій.

2. Формалізація та закріплення механізмів взаємодії різних відомств в інтересах реалізації стратегічних комунікацій можуть відбуватися в такий спосіб (можуть здійснюватися паралельно):

- ухвалити рамковий документ, яким визначити суб'єктів реалізації, загальну систему та механізм координування стратегічних комунікацій. Це здається більш обґрунтованим, ніж внесення системних поправок (доповнень відповідними положеннями) до чинних нормативно-правових актів;
- забезпечити реалізацію координування стратегічних комунікацій через покладання відповідних повноважень на профільне відомство, яким є Міністерство інформаційної політики України, проте для цього необхідним є його відповідне кадрове та фінансове забезпечення.

3. Процес створення стратегічних комунікативних планів[26] потребує систематизації та нормативного регулювання. Зокрема, такі плани мають формуватися не на ґрунті поточних завдань установ, а відповідно до цілей та завдань реалізації державної політики у сфері безпеки та оборони, визначених Стратегією національної безпеки, Воєнною доктриною України та іншими ключовими документами. Учасники опитування потребують проведення методологічних семінарів щодо сутності стратегічних комунікативних планів, порядку їх формування та механізмів контролю виконання. Актуальним під час семінарів є вивчення досвіду тих учасників опитування, які вже мають такі плани.

4. Доцільно провести спільне наукове дослідження (наприклад, Національним інститутом стратегічних досліджень та соціологічними службами), що визначить для всіх суб'єктів-учасників системи стратегічних комунікацій, їхні цільові аудиторії, надасть рекомендації щодо роботи з ними та запропонує цілісну концепцію механізму визначення таких аудиторій у майбутньому.

5. Важливим завданням запровадження стратегічних комунікацій є вироблення відповідного наративу, а також формування меню інтерпретацій для різних цільових аудиторій, відповідно до їхніх потреб у інформації.

6. Для досягнення несуперечливості меседжів різних органів державної влади України, що формулюються для різних цільових аудиторій, доцільно забезпечити функціонування механізму отримання / поширення узгоджених офіційних меседжів особами, відповідальними за комунікацію. В НАТО ця проблема вирішується за допомогою телефонних дзвінків до прес-офіцерів Штаб-квартири Альянсу, які мають підготовлені та узгоджені меседжі з різних питань функціонування організації[27]. В Україні такий перелік узгоджених меседжів доцільно розміщати або в мережі Інтранет центральних органів виконавчої влади (на кшталт подібної мережі в Нідерландах[28]), або в межах внутрішньої сторінки веб-сайту для державних службовців – фахівців у сфері комунікацій (за зразком аналогічного веб-ресурсу у Великобританії[29]).

7. Учасники опитування заявили про доволі значні комунікативні ресурси, однак ефективність їх використання викликає сумнів. Інвентаризація комунікативних спроможностей суб'єктів реалізації стратегічних комунікацій є необхідною для оптимізації їх використання.

8. З метою інституалізації співробітництва органів влади з медіа-спільнотою доцільним є створення єдиної бази ЗМК та її належна реєстрація. База даних має містити як загальні відомості щодо ЗМК, так і інформацію про конкретних журналістів, що займаються тією чи іншою тематикою.

9. У такий самий спосіб можливо вирішити проблему баз даних експертів. Для цього необхідно запропонувати органам влади надіслати свої пропозиції щодо включення експертів до

---

[26] Не є тотожним плану стратегічних комунікацій.

[27] Інформацію отримано під час конференції «Стратегічні комунікаційні виклики: можливості та реагування на дезінформацію у контексті гібридної війни» (м. Київ, 25–26 листопада 2014 р.).

[28] До єдиного централізованого інтранет-порталу уряду Нідерландів *Rijksportaal* мають доступ державні службовців, які можуть знайти там необхідну для роботи інформацію. Детальніше див.: *Інституційне забезпечення державної комунікативної політики: досвід країн Європи :* аналіт. доп. URL: http://www.niss.gov.ua/public/File/2014_nauk_an_rozrobku/Dopovid_Barovska.pdf

[29] У Британії усі державні службовці, відповідальні за комунікативну діяльність, є членами Урядової комунікативної мережі *(Government Communication Network)*. Це об'єднання має свій сайт, на якому розміщуються потрібні для роботи фахівців матеріали. Частина матеріалів у відкритому доступі, а решта – у закритому, до неї мають доступ лише члени цієї мережі. Дет. див.: там само.

бази даних до структури, яка відповідатиме за цей процес. Така база має спростити процес налагодження взаємодії учасників опитування з експертами за їх профілем діяльності.

10. Аналіз відповідей на запитання щодо освіти виявив відсутність у відомчих закладах повноцінних програм підготовки фахівців зі стратегічних комунікацій. З метою впровадження в Україні уніфікованих підходів до навчання фахівців у сфері стратегічних комунікацій пропонується розроблення єдиного базового курсу та відповідного стандарту на кшталт *STANAG*, використовуваного в Альянсі.

Д. В. Дубов,
завідувач відділу інформаційної безпеки та розвитку інформаційного суспільства Національного інституту стратегічних досліджень

А. В. Баровська,
головний консультант відділу інформаційної безпеки та розвитку інформаційного суспільства Національного інституту стратегічних досліджень

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

БАРОВСЬКА Анастасія Валеріївна — кандидат наук з державного управління, головний консультант відділу інформаційної безпеки та розвитку інформаційного суспільства Національного інституту стратегічних досліджень

ДАНИЛЕНКО Сергій Іванович — доктор політичних наук, завідувач кафедри міжнародних медіакомунікацій і комунікативних технологій Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ДЖИГА Тетяна Василівна — кандидат політичних наук, доцент, головний консультант відділу розвитку політичної системи Національного інституту стратегічних досліджень

ДУБОВ Дмитро Володимирович — доктор політичних наук, старший науковий співробітник, завідувач відділу інформаційної безпеки та розвитку інформаційного суспільства Національного інституту стратегічних досліджень

ЗАГОРОДСЬКИЙ Андрій Владиславович — директор *PR*-агентства *Newsplot*, магістр зі зв'язків з громадськістю Королівського інституту зв'язків з громадськістю, м. Лондон

ЗАДУВАЙЛО Олена Костянтинівна — апірантка відділу інформаційної безпеки та розвитку інформаційного суспільства Національного інституту стратегічних досліджень

ІСАКОВА Тамара Олегівна — головний спеціаліст відділу інформаційної безпеки та розвитку інформаційного суспільства Національного інституту стратегічних досліджень

КОВАЛЬ Ірина Олександрівна — аспірантка кафедри інформаційної політики та електронного урядування Національної академії державного управління при Президентові України

ОЖЕВАН Микола Андрійович — доктор філософських наук, професор, заслужений діяч науки і техніки, головний науковий співробітник відділу інформаційної безпеки та розвитку інформаційного суспільства Національного інституту стратегічних досліджень

ПАНЧЕНКО Валентина Миколаївна — кандидат технічних наук, старший науковий співробітник, заступник директора Навчально-наукового інституту інформаційної безпеки Національної академії СБ України

ПЕТРОВ Валентин Володимирович — кандидат політичних наук, керівник служби з питань інформаційної безпеки Апарату Ради національної безпеки і оборони України

ЧЕРНЕНКО Тетяна Василівна — кандидат філософських наук, завідувач відділу гуманітарної безпеки Національного інституту стратегічних досліджень

ЯВОРСЬКА Галина Михайлівна — доктор філологічних наук, професор, головний науковий співробітник відділу проблем зовнішньої політики ті міжнародної безпеки Національного інституту стратегічних досліджень

ВИМОГИ ДО СТАТЕЙ

При підготовці матеріалів для публікації в науково-аналітичному збірнику Національного інституту стратегічних досліджень «Стратегічні пріоритети» редакційна колегія збірника та видавництво просять авторів дотримуватися таких вимог

1. Стаття має бути написана українською або англійською мовою й оформлена відповідним чином:
- індекс УДК (на початку праворуч);
- назва статті (праворуч);
- дані про автора українською або англійською мовою (відповідно до мови статті). Праворуч – прізвище, ім'я та по батькові (у називному відмінку); науковий ступінь, учене звання, посада, місце роботи (без скорочень); місто; країна; контактний телефон (разом із кодом міста); *e-mail;*
- анотації українською та англійською мовами. Анотації мають бути ідентичні за змістом та структуровані: актуальність, мета, отримані результати, висновки. Обсяг кожної з анотацій має становити 1200–1400 знаків (з пробілами). Порядок оформлення кожної анотації: прізвище, ім'я та по батькові; назва статті (виділити жирним прямим); (з абзацу) текст анотації; (з абзацу) ключові слова (від трьох до восьми);
- текст статті;
- список використаних джерел, що включає не менше 10 назв, має бути розміщений наприкінці статті у вигляді переліку та оформлений відповідно до стандартів (ДСТУ ГОСТ 7.1:2006) та його транслітерація відповідно до правил, прописаних у Постанові КМУ від 27 січня 2010 р. № 55 «Про впорядкування транслітерації українського алфавіту латиницею».

2. У структурі статті мають бути відображені обов'язкові елементи (відповідно до Постанови Президії ВАК України від 15.01.2003 р. № 7-05/1), а саме:
- постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями;
- аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання зазначеної проблеми і на які спирається автор;
- виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується стаття;
- формулювання мети або цілей статті (постановка завдання);
- виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів;
- висновки з даного дослідження;
- перспективи подальших розвідок у даному напрямі.

3. Обсяг статті разом зі списком використаних джерел, таблицями, схемами тощо має становити не менше ніж 10 тис. знаків з пробілами, але не повинен перевищувати 20 тис. знаків з пробілами (0,5 друк. арк.); сторінки мають бути пронумеровані (зверху, по центру, без номера на першій сторінці).

4. Текст має бути набраний шрифтом *Times New Roman,* 14 кеглем через 1,5 інтервала; верхній, нижній і лівий береги – 2 см, правий – 1,5 см.

5. Зноски та примітки мають відповідати таким вимогам: зноски на джерела оформлюються за правилами бібліографічного опису літератури (у квадратних дужках номер джерела з посиланням на сторінку, наприклад [7, с. 11]); інші зноски та примітки робляться посторінково, автоматично.

6. Ілюстративний матеріал має відповідати таким вимогам: колір усіх без винятку ілюстрацій має бути ч/б, графіки та діаграми мають бути зроблені в *Microsoft Graph* або *Microsoft Excel;* написи та підписи подано мовою статті; формули мають бути належним чином оформлені та зроблені в *Microsoft Equation 3.0.* і наступних версіях; якщо ілюстрації скановано, то вони мають бути записані у форматі *tiff* або *jpg* відповідно з роздільною здатністю 300 *dpi* або поліграфічною якістю; написи на ілюстраціях і підписи до них мають бути подані мовою статті. Розмір поданих ілюстрацій (у мм) повинен бути не меншим за розмір ілюстрацій у публікації. Усі елементи ілюстрацій, зроблені безпосередньо у *Word,* мають бути згруповані.

7. Стаття (ім'я файла включає прізвище автора англійською) має бути набрана на комп'ютері (редактор *Microsoft Word 2003* або пізніші версії).

8. Статті аспірантів, здобувачів та авторів без наукового ступеня обов'язково мають подаватися разом із рецензією наукового керівника або фахівця з тематики, що досліджується, який має науковий ступінь.

9. Для аспірантів на першій сторінці статті знизу робиться примітка, в якій вказуються прізвище та ініціали наукового керівника, його науковий ступінь і вчене звання.

10. Відповідальність за зміст статті несе автор.

11. Редакційна колегія може скорочувати й редагувати матеріал за погодженням з автором.

12. Текст статті, завізований автором (в електронній версії – підпис сканований), надсилається разом із рецензією (за необхідності) на адресу:

Яценко Наталія Петрівна
Тел. + 38 (044) 286 21 25
E-mail: publish@niss.gov.ua

REQUIREMENTS FOR RESEARCH PAPERS

In preparation for publication in scientific and analytical journal of the National Institute for Strategic Studies" Strategic Priorities" the editorial board of the journal and publishing authors are asked to comply with the following requirements:

1. The research paper should be written in Ukrainian or English and formalized accordingly:
- UDC (in the beginning on the right);
- title (on the right);
- information about the author Ukrainian or English (according to the language of the article). Surname, name and patronymic (nominative), degree, academic rank, position, place of employment (full length); city; country; telephone (with area code) e-mail; must be on the right;
- summary must be done in Ukrainian and English. Summary must be identical in content and structure: relevance, purpose, results and conclusions. The volume of each summary should be 1200-1400 characters (including spaces). Order of formalization for summary: name and surname; title (identified in bold line); (from indented) text of summary; (from indented) keywords (three to eight);
- text of research paper;
- list of sources, including at least 10 titles, which meets the standards (SSU 7.1: 2006) and its transliteration appropriate prescribed in Resolution Cabinet dated 27 January 2010 p. № 55 «On regulation of Latin transliteration of Ukrainian alphabet.»

2. The structure of the article should have obligatory elements (according to the Decree of the Presidium of HAC Ukraine from 15.01.2003. № 7-05 / 1), namely:
- problem definition and its relationship to important scientific and practical tasks;
- analysis of recent research and publications in which offers a solution to the problem and on which the author relied;
- author pointed unresolved part of the problem which the article covers;
- statement of purpose or purposes of article (research problem);
- summary of the main research and explanation of scientific results;
- findings from this study;
- prospects for further research in this area.

3. The paper along with a list of sources, tables, diagrams, etc. should be not less than 10 thousand characters with spaces, but should not exceed 20 thousand characters with spaces (0.5 printing. P.p.); pages must be numbered (top, center, without a number on the first page).

4. The text should be typed using Times New Roman font, 14 size 1,5 intervals; top, bottom and left banks – 2 cm, right – 1,5 cm.

5. Footnotes and notes must meet the following requirements: link to the source are made under the rules of bibliographic description literature (in brackets number of the source with a link to the page, for example, [7, p. 11]); other footnotes and notes are made page by page automatically.

6. Illustrative material must meet the following requirements: charts and o70graphs should be submitted in Microsoft Graph or Microsoft Excel; inscriptions and signatures submitted in language of the article; formula must be properly designed and made in Microsoft Equation 3.0. and future versions; If illustrations are scanned, they must be in a format .tiff or .jpg accordance with a resolution of 300 dpi, and printing quality; inscriptions on the images and captions must be submitted language of the article. Size submitted illustrations (in mm) should not be less than the size of the illustrations in this publication.

7. Article (file name includes last name) should be typed on a computer (editor Microsoft Word 2003 or later).

8. Article of postgraduate students and authors without scientific degree must be submitted together with the scientific supervisor or expert on the subject under study, which has a degree.

9. Graduate students must put the name and initials of their supervisor on the first page below, their academic degree and academic status.

10. The text of the article, endorsed by the author (scanned signature is possible in electronic version), served with a review (if necessary); electronic version of the article is sent by email to syzontov@niss.gov.ua, iryna_koval@ukr.net

11. Editorial board can cut and edit material in agreement with the author. Writer is responsible for the content.

12. After processing the material, paper version of the article is not returned to the author.

Contacts
Yatsenko Nataliya Petrivna
Telephone: +38 (044) 286 21 25
E-mail: publish@niss.gov.ua