

Національна академія Служби безпеки України

**СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ
В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ:
ПОГЛЯД ВІД ВОЛОНТЕРА
ДО НАУКОВЦЯ**

монографія

Київ -2018

Рецензенти:

доктор фізико-математичних наук, Надзвичайний і Повноважний Посол С. В. Корсунський – Директор Дипломатичної академії України імені Геннадія Удовенка

доктор історичних наук, професор В. М. Горвий – заступник Генерального директора Національної бібліотеки України імені О. Вернадського, керівник служби інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади

доктор політичних наук, доцент С. І. Даниленко – завідувач кафедри міжнародних медіакомунікацій та комунікативних технологій Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Стратегічні комунікації в умовах гібридної війни: погляд від волонтера до науковця : монографія. – К. : НА СБ України, 2018. – 517 с.

Монографія продовжує міждисциплінарний напрям досліджень комунікативних процесів сучасності, що був започаткований в Національній академії Служби безпеки України у межах міжвідомчої науково-дослідної роботи за темою «Інтернет-лінгвістика: теоретичні та прикладні аспекти» (номер державної реєстрації 0112UOO7122). У монографії підсумовуються певні результати теоретико-концептуального осмислення стратегічних комунікацій, пропонуються технології асиметричних відповідей на гібридну агресію Росії, надаються практичні рекомендації фахівцям державних і безпекових інституцій щодо протидії деструктивним гібридним впливам на основі аналізу і оцінювання українського та міжнародного досвіду стратегічних комунікацій – скоординованого використання комунікативних можливостей держави – публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, військових зв'язків, інформаційних і психологічних заходів.

Цим виданням можуть користуватися представники сектору безпеки і оборони, державні службовці, здобувачі вищої освіти та наукових ступенів, а також усі фахівці, що працюють у сфері інформації та комунікації.

ISBN 978-617-646-442-6

ЗМІСТ

СПИСОК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ	11
ПЕРЕДМОВА	12
ВІД КОЛЕКТИВУ АВТОРІВ	17
СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ В ГІБРИДНІЙ ВІЙНІ: КОНЦЕПТУАЛЬНЕ І ТЕОРЕТИЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ	19
<i>Дмитро Дубов, Анастасія Баровська</i>	
Стратегічні комунікації на сучасному етапі: теоретико- концептуальні проблеми розуміння та складності практичної реалізації	19
Вступ.....	19
Еволюція американських підходів до проблематики стратегічних комунікацій.....	21
«Стратегічні комунікації» та «пропаганда»: проблемні аспекти сепарації.....	26
Проблема визначення центрального предмету стратегічних комунікацій: між «гранд» та «малими» наративами.....	28
Проблеми наукових основ дослідження стратегічних комунікацій: у пошуках «методологічної істини».....	32
Інституційне реагування з боку Заходу: без відчуття значного прогресу.....	36
Розбудова системи стратегічних комунікацій в Україні: основні проблеми та шляхи їх вирішення.....	39
Висновки.....	44
Список використаних джерел.....	45
Рекомендації щодо побудови цілісної системи стратегічних комунікацій в Україні.....	48
<i>Галина Яворська</i>	
Когнітивна територія гібридної війни: конфлікт інтерпретацій	50
Вступ.....	50
Гібридні конфлікти та їхня специфіка.....	52
Фізичний і дискурсивний модули гібридної війни: Полеми та полеміка	54
Символічні механізми когнітивного впливу.....	59
Фактор перспективи.....	61
Асиметрія дискурсивного та матеріального модусів гібридної агресії (глобальний vs. локальний).....	63
Битва наративів.....	66
<i>Перемога</i> в контексті гібридної війни	68
Категоризація війн і когнітивні метафори.....	71

Висновки.....	77
Список використаних джерел.....	78
Рекомендації щодо формування українського когнітивного виміру протидії гібридній агресії Росії.....	80

Юлія Лапутіна

Стратегічні комунікації у секторі безпеки і оборони України: основні складові та напрями розвитку.....	81
Вступ.....	81
Особливості правового регулювання стратегічних комунікацій у секторі безпеки і оборони України.....	82
Міжнародне співробітництво у сфері стратегічних комунікацій.....	86
Публічна дипломатія як елемент страткому.....	88
Урядові комунікації, зв'язки з громадськістю у безпековій сфері... ..	93
Інформаційні операції та стратком.....	99
Висновки.....	104
Список використаних джерел.....	105
Рекомендації щодо впровадження системи страткому в діяльність державних та безпекових інституцій.....	108

Людмила Пелепейченко

Концептуальні засади стратегічних комунікацій в діяльності інститутів сектору безпеки і оборони України.....	110
Вступ.....	110
Поняття стратегічних комунікацій та напрями їх здійснення.....	111
Уроки реального життя: комунікативний аспект діяльності безпекових інституцій, ЗМІ та державних органів України	119
Ключові цілі як орієнтир у плануванні і здійсненні стратегічних комунікацій.....	128
Типи цільових аудиторій та зміст комунікативних контактів з кожною із них.....	134
Умови успішного здійснення стратегічних комунікацій.....	141
Висновки.....	147
Список використаних джерел.....	148
Рекомендації щодо здійснення стратегічних комунікацій на рівні державних та безпекових інституцій.....	150

Дмитро Тимчук, Олексій Копитько, Юрій Карін

«Ситуативний стратком» недержавних урядових організацій та державних структур (на прикладі групи «Інформаційний Спротив»).....	151
Вступ.....	151
«Ситуативний стратком»: група «Інформаційний Спротив».....	

Історія виникнення, координація зі спецслужбами України й держструктурами.....	154
Участь групи «Інформаційний Спротив» у створенні єдиної системи інформування.....	158
Громадські проекти з протидії російській інформаційній агресії на прикладі міжнародного інформаційного консорціуму «Бастіон». Співпраця з міжнародними організаціями.....	162
Створення концепції громадської системи оповіщення населення	165
Висновки.....	170
Список використаних джерел.....	173
Рекомендації щодо впровадження «ситуативного страткому» недержавними урядовими організаціями та державними структурами	175
<i>Олександр Заруба</i>	
Планування стратегічних комунікацій у секторі безпеки і оборони України.....	179
Вступ.....	179
Державні інституції і складові стратегічних комунікацій.....	179
Планування стратегічних комунікацій у загальній системі оборонного планування.....	182
Етапи розробки плануючих документів зі страткому.....	186
Висновки.....	196
Список використаних джерел.....	199
Рекомендації з розвитку страткому та спроможностей зі стратегічного комунікативного планування у секторі безпеки і оборони.....	201
ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ, ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ, ЦИВІЛЬНО-ВІЙСЬКОВІ ВІДНОСИНИ У СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ	202
<i>Наталія Васюкова</i>	
Цивільно-військове співробітництво в Україні: створення та розвиток у кризових умовах.....	202
Вступ.....	202
Розуміння цивільно-військового співробітництва.....	203
Цивільно-військове співробітництво та управління кризами.....	204
Взаємодія з міжнародними, урядовими та неурядовими організаціями.....	207
Досвід провідних країн світу у застосуванні підрозділів цивільно-військового співробітництва.....	209
Налагодження системи цивільно-військового співробітництва	

у Збройних Силах України.....	213
Висновки.....	215
Список використаних джерел.....	215
Рекомендації щодо здійснення цивільно-військового співробітництва.....	216
<i>Андріанна Мільо</i>	
Термінологічний дисонанс визначення понять <i>БІЖЕНЕЦЬ</i> та <i>Внутрішньо Переміщена Особа</i> в Україні та Німеччині.....	217
Вступ.....	217
Національно-культурна історія лексем <i>біженець/Flüchtling</i> .	
Етимологічна реконструкція	220
Трансформація поняття <i>БІЖЕНЕЦЬ</i> в українській та німецькій лінгвокультурах.....	222
Роль міжнародних інституцій у мовному оформленні концепту <i>БІЖЕНЕЦЬ/FLÜCHTLING</i>	226
Висновки.....	231
Список використаних джерел.....	232
Рекомендації щодо уникнення термінологічного дисонансу у трактуванні іменувань <i>БІЖЕНЕЦЬ/ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНА ОСОБА</i>	234
<i>Володимир Патола</i>	
Особливості забезпечення зв'язків із громадськістю у зоні операції об'єднаних сил (із досвіду прикордонних підрозділів).....	235
Вступ.....	235
Інформаційно-психологічні засади розробки рекомендацій щодо роботи з цивільним населенням у місцях дислокації прикордонних підрозділів.....	235
Висновки.....	239
Список використаних джерел.....	239
Рекомендації щодо здійснення комунікацій з місцевим населенням у місцях дислокації прикордонних підрозділів у зоні проведення ООС	240
<i>Людмила Юдко</i>	
Толерантність як прагматичне підґрунтя стратегічних комунікацій безпекових і державних інституцій.....	244
Вступ.....	244
Мовна та концептуальна картини світу як відображення свідомості нації.....	244
Стратегія публічної дипломатії.....	245
Дискурс спецслужб як інституційний дискурс.....	249

Прагматична спрямованість дискурсу толерантності.....	256
Прагматичний аспект толерантності в законодавчих документах...	258
Толерантність як маніпулятивна категорія в деструктивних стратегічних комунікаціях	260
Висновки.....	263
Список використаних джерел.....	264
Рекомендації щодо комунікативної організації офіційних сайтів інститутів сектору безпеки і оборони та державних органів за принципом толерантності.....	267
СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ОКРЕМІ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНІ КАМПАНІЇ	270
<i>Мирослав Гай</i>	
Інформаційно-психологічні операції РФ щодо дестабілізаційних дій в Україні як системна реалізація державної політики.....	270
Вступ.....	270
Поняттєвий апарат інформаційної війни в науковому та медійному дискурсах РФ.....	270
Легалізація інформаційної агресії в керівних документах РФ.....	275
Практична реалізація доктринальних положень РФ: інформаційно-психологічні диверсії РФ у ситуації зі збиттям боїнгу МН-17	283
Висновки.....	286
Список використаних джерел.....	286
Рекомендації щодо асиметричних відповідей на інформаційно-психологічні кампанії противника в умовах гібридної війни.....	287
<i>Вадим Карпенко</i>	
Інформаційна робота з населенням на територіях, звільнених від окупації та прилеглих до зони бойових дій.....	288
Вступ.....	288
Інформаційна війна Росії проти України як довготривала стратегія	288
Ключові російські меседжі, спрямовані на знищення української державності.....	293
Зв'язки з громадськістю: відповідність очікуванням населення комунікацій безпекових і державних інституцій.....	295
Висновки.....	297
Список використаних джерел.....	301
Рекомендації щодо організації інформаційної роботи безпекових і державних інституцій в умовах гібридної війни.....	302

Олег Покальчук

Концепт «мем» як альтернатива поняттю «нарратив»

у моделюванні інформаційних впливів	303
Вступ.....	303
Нарратив, фрейм, мем.....	303
Еволюція мемів як ефективних реплікаторів.....	307
Мемокластери як психічні інфекції.....	309
Соціальні мережі як фактори національної безпеки.....	310
Висновки.....	311
Список використаних джерел.....	312
Рекомендації щодо відтворення українського мему в умовах гібридної війни	313

Олена Сулова

Гендер. Конфлікт. Комунікації.....	315
Вступ.....	315
Гендер як наскрізна тема аналізу політики.....	316
Конфлікт – руйнівник і конфлікт – творець.....	317
Конфлікт через «гендерні лінзи».....	317
Гендерні виміри безпеки і миру.....	319
«Нова» гендерна маніпулятивна політика Росії.....	324
Висновки.....	327
Список використаних джерел.....	327
Рекомендації щодо визначення гендерних вимірів безпеки і миру у стратегічних комунікаціях інститутів сектору безпеки і оборони	328

**ДЕСТРУКТИВНІ СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ:
МЕХАНІЗМИ ЇХ КОМПЛЕКСНОЇ ОЦІНКИ
ТА НЕЙТРАЛІЗАЦІЇ**

332

Олександр Бондаренко, Станіслав Гречка

Консцієнтальний вимір гібридної війни проти України: складові, інструментарій, ефективна протидія.....	332
Вступ.....	332
Консцієнтальний вимір гібридної війни.....	333
Інструментарій гібридної війни.....	335
Дискурс гібридної війни.....	340
Міфодизайн консцієнтальної війни.....	345
Висновки.....	351
Список використаних джерел.....	352
Рекомендації щодо протидії консцієнтальним впливам російських деструктивних комунікацій.....	354

Наталія Слухай

Лінгвістичні маркери світоглядної маски суб'єкта масмедійної інтеракції.....	355
Вступ.....	355
Актуальність вивчення мовних маркерів світоглядних масок у період світоглядних війн.....	356
Ступінь усвідомлення актуальності проблеми практиками масмедіа	360
Матеріал дослідження.....	361
Мовні маркери світоглядних масок: класифікація за інтенціями.....	361
<i>Інтенція приниження гідності носія української мови і самосвідомості українця.....</i>	<i>361</i>
<i>Інтенція спрощення і усталення сприйняття через ідеологеми</i>	<i>364</i>
<i>Інтенція підвищення «горизонту зла» сугеренда.....</i>	<i>373</i>
<i>Інтенція дезорієнтації носіїв мови і самосвідомості українця</i>	<i>379</i>
Симулякри гібридної війни***: еволюція, зумовлена часом.....	384
Еволюція симулякрів гібридної війни.....	385
<i>Симулякри-неоміфи.....</i>	<i>387</i>
<i>Мислевіруси і мему неоміфічного походження.....</i>	<i>390</i>
<i>Симулякри-емоціогени.....</i>	<i>391</i>
Висновки. Ресурсні стани сугеренда та послідовність етапів програмування з метою просування наративів сугестора.....	395
Список використаних джерел.....	397
Рекомендації щодо формування асиметричної протидії російським гібридним впливам	400

Олена Снитко, Ганна Кононихіна

Проекти тотального соціального зомбування в інформаційному просторі України.....	402
Вступ.....	402
«АллатРа» як проект тотального зомбування.....	403
Медіавіруси і симулякри як маніпулятивні технології «АллатРа»	406
Методики сугестивного впливу у дискурсах «АллатРа».....	410
Висновки.....	419
Список використаних джерел.....	419
Рекомендації щодо протидії деструктивним стратегічним комунікаціям в інформаційному просторі	421
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ – НОВІТНІЙ КОМУНІКАТИВНИЙ ПРОСТІР СТРАТЕГІЧНОГО ПРОТИСТОЯННЯ	422

Лариса Компанцева

Стратегічні комунікації в мережі. Асиметрична протидія консцієнтальним викликам	422
Вступ.....	422
Мегатренди комунікативного розвитку світової спільноти, що зумовили виникнення гібридних впливів.....	423
Соціальні мережі як простір консцієнтального протистояння	428
Стратегічні комунікації в соціальних мережах: лінгвоприкладний аспект.....	443
Технології використання соціальних мереж у гібридних війнах	445
Тролінг і фейк як інструменти деструктивних стратегічних комунікацій	452
Як протидіяти російському деструктивному страткому. Аналіз певних підходів.....	460
Висновки.....	466
Список використаних джерел.....	467
Рекомендації щодо здійснення стратегічних комунікацій у соціальних мережах.....	469

Сергій Нестеренко

Соціальні мережі як інструмент сучасної інформаційно- психологічної війни	472
Вступ.....	472
Інформаційні війни вчора і сьогодні: в чому різниця?	472
Канали інформаційно-психологічного впливу.....	478
Маніпулятивні технології: головний інструмент впливу	480
Навіщо тролі на війні?.....	483
Висновки.....	485
Список використаних джерел.....	486
Рекомендації щодо протидії ворожому інформаційно- психологічному впливу у соціальних мережах.....	487

**СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ
В КІНО- ТА ФОТОМИСТЕЦТВІ**..... 488

Воєнна кінодокументалістика: продюсерський центр «ФОР-ПОСТ»	488
Олександр Клименко: в цій війні багато ще не знято	491
ВИСНОВКИ	495
ГЛОСАРІЙ	499
ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ	516

СПИСОК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

АЛК – англійська лінгвокультура

АТО – Антитерористична операція на Сході України 2014 – 2018 рр.

ГУР МО України – Головне управління розвідки Міністерства оборони України

ДПС України – Державна прикордонна служба України

ДСНС України – Державна служба України з надзвичайних ситуацій

ЗС – Збройні Сили (будь-якої держави)

ЗС України – Збройні Сили України

ІнСо – інформаційно-психологічні операції

ІСБО – інститут(и) сектору безпеки і оборони

ЛК – лінгвокультура

МВС України – Міністерство внутрішніх справ України

МЗС України – Міністерство зовнішніх справ України

МІП України – Міністерство інформаційної політики України

МО – Міністерство оборони (будь-якої держави)

МО України – Міністерство оборони України

НГ України – Національна гвардія України

НДО – недержавна організація

НЛК – німецька лінгвокультура

НУО – неурядова організація

ООС – Операція Об'єднаних Сил

РФ – Російська Федерація

СБО – сектор безпеки і оборони

СБ України – Служба безпеки України

СЗР України – Служба зовнішньої розвідки України

Стратком – стратегічні комунікації

УЛК – українська лінгвокультура

ЦВС – цивільно-військове співробітництво

ПЕРЕДМОВА

У XXI столітті суто воєнні конфлікти втрачають актуальність: симбіоз кількох складових зумовлює перемогу, поразку і як результат – забезпечує безпеку держав. Сучасна світова спільнота має визнати факт власного існування в умовах гібридної війни, а тому виробити ефективні методології асиметричної протидії.

Для науковців і практиків нашої держави ці методологічні пошуки – нагальне завдання, вирішення якого не лише забезпечить суверенітет України, а й сприятиме глобальній протидії російській агресії. Ми працюємо в екстремальних «бойових» умовах дефіциту часу. Крім того, дії наших інформаційних бійців обмежені демократичним устроєм нашої держави на протигагу РФ, яка цілеспрямовано і системно використовує деструктивні комунікативні технології.

Країни НАТО і Євросоюзу як альтернативу деструктивним діям Росії пропонують концепцію стратегічних комунікацій, яка на рівні законодавчих документів вже увійшла і в український простір. Поняття **стратегічні комунікації (стратком)** зафіксовано в державних законодавчих документах – Воєнній доктрині України (*затверджена Указом Президента України № 555/2015 від 24.09.2015 р.*) і Доктрині інформаційної безпеки України (*затверджена Указом Президента України від № 47/2017 від 25.02.2017 р.*) і набуло статусу терміна. «Стратегічні комунікації – 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» (<http://www.president.gov.ua/documents/5552015-19443>).

Схема 1. Система стратегічних комунікацій



Ключовими у наведеному визначенні є слова *координація* і *комунікація*. Саме створення та впровадження єдиної **стратегії комунікацій** безпекових інституцій визнається Воєнною доктриною України одним із шляхів формування національних оборонних

спроможностей та необхідною передумовою ефективного розвитку сектору безпеки і оборони в сучасних умовах (6, п. 4, р. II).

Практичні можливості використання усіх складових стратегічних комунікацій розглянуті у цій монографії.

Як і будь-яка нова парадигма, стратегічні комунікації ще не отримали системного концептуального осмислення ні серед української, ні серед західної експертної спільноти. Тому завдання **розділу «Стратегічні комунікації в гібридній війні: концептуальне і теоретичне осмислення»** – визначити певні теоретичні засади двох нагальних для України понять – *гібридної війни* як найактуальнішої загрози державній безпеці і *стратегічних комунікацій* як методології асиметричних відповідей на гібридні виклики.

У цьому розділі автори розглядають історію виникнення стратегічних комунікацій і пропонують тлумачення, актуальні для українського безпекового дискурсу, таких понять, як *гібридна війна*, *консцієнтальні впливи*, *стратегічні комунікації*, *деструктивні стратегічні комунікації*, *інформаційні операції*, *психологічні операції*, *натив* тощо.

Поняття *гібридна війна* ще не набуло термінологічного статусу. Його входження в термінологічну парадигму лише відбувається. Автори монографії дійшли висновку, що **ГІБРИДНА ВІЙНА** є потужним цивілізаційним концептом, який відіграє одну з ключових ролей у процесах осмислення світу, суспільства та людського існування. Саме тому його теоретичне опрацювання впливає на всі дискурсивні практики суспільства – соціальну, юридичну, військову, гуманітарну тощо. Саме з цих причин автори монографії усвідомлюють власну моральну і наукову відповідальність за запропоновані ідеї, визначення, методології.

У цьому ж розділі викладені суто практичні рекомендації щодо довгострокового, середньострокового та короткострокового планування стратегічних комунікацій, запропоновано порядок розробки стратегічних комунікативних планів інститутів сектору безпеки і оборони України, розглянуто порядок планування страткому при проведенні військових операцій та порядок дій посадової особи штабу, яка відповідає за стратегічні комунікації. Рекомендації спираються як на нормативно-правову базу та законодавство України з оборонного планування, так і на стандарти з планування, які встановилися в країнах НАТО.

Розділ «Публічна дипломатія, зв'язки з громадськістю, цивільно-військові відносини у системі стратегічних комунікацій» розроблений представниками різних інститутів сектору безпеки і оборони України – Збройних Сил, Служби безпеки, Державної прикордонної служби. Автори співставляють західний і український досвід організації комунікацій за визначеними напрямками, пропонують унікальні рекомендації щодо формування толерантних відносин представників державних і безпекових інституцій з різними цільовими аудиторіями зокрема закордонною спільнотою, цивільним населенням у місцях дислокації військових підрозділів, біженцями і переміщеними особами. Низка висновків і

рекомендацій авторів цього розділу має довгостроковий характер. Так, на порядку денному гостро постає питання укладання словника для упорядкування семантики міграційного поля; розроблення довідника-порадника з використання міграційної термінології у медіа та державних інституціях, закріплення в кодексах професійної етики фахівців безпекових і державних відомств певних **комунікативних правил** – конкретних рекомендацій щодо реалізації установки на толерантну взаємодію з різними верствами населення.

Розділ «Стратегічні комунікації та окремі інформаційно-психологічні кампанії» написаний практиками – волонтерами і представниками громадських організацій, які на власному досвіді знайомі з подіями АТО/ООС. Ці автори пропонують практичні рекомендації – як організувати інформаційну роботу волонтерських організацій, представників ЗМІ, органів державної влади в умовах гібридної війни з різними цільовими аудиторіями; як і за якими комунікативними каналами вибудовувати ефективну комунікацію з мешканцями різних регіонів України, зокрема тимчасово окупованих; яким чином враховувати очікування населення і толерантно вибудовувати комунікацію, тощо.

Деструктивні стратегічні комунікації РФ використовують складні семіотичні механізми когнітивної сфери гібридної війни. Символічно-знакова природа засобів, що застосовуються як інструмент у гібридних війнах, дозволяє простежити механізми формування прихованих смислів та описати конфлікт інтерпретацій одних і тих самих подій як сутнісну характеристику війн гібридного типу. Особливості сприйняття й інтерпретації подій, пов'язаних з російською збройною агресією проти України, зумовлені як складною семантичною структурою концепту війни, так і особливостями його дискурсивної реалізації. Механізми моніторингу, аналізу, дослідження деструктивного стратегічного дискурсу РФ, технології, зокрема лінгвістичні, протидії інформаційно-психологічній агресії – предмет обговорень **розділу «Деструктивні стратегічні комунікації: механізми їх комплексної оцінки та нейтралізації»**.

Дигіталізація інформації формує картину світу сучасного суспільства, яку все частіше іменують ситуацією «постправди» (англ. *post-truth*). До речі, *post-truth* було визнано редакцією Оксфордського словник словом 2016 року (<https://en.oxforddictionaries.com/.../word-of-the-year-2016>), оскільки воно «описує обставини, за яких об'єктивні факти менш важливі для формування громадської думки, ніж звернення до емоцій і особистих переконань». Постправа – це стирання меж між правдою і вигадкою. Саме у такій парадигмі вибудовуються деструктивні стратегічні комунікації РФ, зокрема в соціальних мережах. Автори **розділу «Соціальні мережі – новітній комунікативний простір стратегічного протистояння»** зробили спробу відповісти на питання: *яким чином застосовується комунікативна практика соціальних мереж в організації та, відповідно, протидії консцієнтальним впливам? які жанри інтернет-комунікації є найбільш пристосованими для консцієнтальних впливів на свідомість різних цільових*

аудиторій? яким чином сугестивно-лінгвістичний ресурс задіяний в організації інформаційних атак в мережі? якими мовленнєвими засобами підтримується життєдіяльність та функціонування медіавірусів? яким чином необхідно організувати комунікативну практику інститутів сектору безпеки в мережі, аби протидіяти кіберзагрозам та забезпечувати безпеку людини, суспільства, держави?

Поняттєві одиниці, на які посилаються або які пропонують автори монографії, представлені у **Глосарії**. У певних випадках пропонується кілька тлумачень одного поняття, що зумовлено історією його формування. Розташування цих одиниць здійснено за таким принципом: першими надаються автентичні визначення, що були вперше запропоновані певними авторами чи інституціями, потім тлумачення цих визначень у міжнародних та західних документах, потім – у законодавчих актах України (за наявності), наприкінці – тлумачення запропоновані авторами монографії.

Практичне осмислення ролі і місця стратегічних комунікацій у протидії гібридним викликам передбачає пошук відповідей на такі питання: чим є стратегічні комунікації? чим вони відрізняються від пропаганди? як вони мають реалізовуватися за умов гібридної війни? що є їх результатом? які практичні технології забезпечують дієвість стратегічних комунікацій? Як планувати стратегічно комунікативну діяльність в українському інформаційному просторі? які правові механізми мають забезпечувати стратегічно комунікативну активність державних і безпекових інституцій? На ці та інші питання намагалися відповісти автори монографії. Результати наукових пошуків і роздумів ми і пропонуємо зацікавленим читачам.

Таким чином, доходимо загального висновку, що війна реалізується як в матеріальному (фізичному), так і в дискурсивному (мовленнєвому, текстовому) 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.

Під час гібридної війни так само, як в інших новітніх конфліктах, зокрема, пов'язаних із тероризмом, символічні компоненти виходять на перший план і починають відігравати ледь не вирішальну роль. Вони пов'язані зі смислами, з особливостями розуміння подій. А носіями передачі смислів є вербальні засоби (слова, словосполучення, тексти) та невербальні реалізатори (візуальні, звукові тощо).

Для гібридної війни існує такий самий симбіотичний зв'язок між гібридним агресором і сучасним інформаційним середовищем, що включає медійні і новомедійні засоби (інтернет та соціальні мережі) – без

соціальних мереж сучасна гібридна війна втратила б сенс. Крім того, на відміну від війни з терором, інформаційний простір у цьому випадку перетворюється на простір безпосереднього ведення воєнних дій, а інформація – на зброю, з цілком реальним руйнівним ефектом, при застосуванні якої руйнуються не фізичні об'єкти, а уявлення про дійсність.

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 існуючих і формування нових інтерпретаційних і смислових механізмів сприйняття дійсності.

Аналіз дискурсу гібридної війни передбачає звернення уваги на її вербальний складник та створювані за його допомогою соціально-семіотичні конструкти. Для цього потрібно визначити дискурсивні механізми продукування смислів, поширюваних у медіа й соціальних мережах у зв'язку з російською агресією в Україні та її наслідками.

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. Водночас розходження інтерпретацій зумовлене, зрештою, фактором перспективи – позицією сторони в конфлікті.

Шановні читачі!

Гібридна війна у всій її багатоманітності та поліаспектності кидає екзистенційний виклик не лише спроможності сектору безпеки і оборони повною мірою виконати свої завдання, але й всьому державному апарату. І якщо безпекові структури більшою мірою стикаються із знайомими їм загрозами, то інформаційні виклики, які мають принципово багатовекторну природу, стають новою проблемою для структур, які відповідають за інформаційну безпеку держави. Абстрагуючись від конкретних форм ведення інформаційного протиборства, сторони в межах гібридної війни намагаються переконати всі доступні цільові аудиторії у власній версії подій, у власному погляді на події, у власному стратегічному наративі.

Для цього використовується весь доступний інструмент заходів консолідації інформаційного ресурсу, яким володіє як агресор, так і сторона, яка захищається. В РФ ця проблема була вирішена в «крайних» практиках авторитарних держав – максимальна централізація державного апарату та агресивна консолідація зусиль ЗМІ РФ (які опинились або безпосередньо в руках державних чиновників, або через контроль за редакційною політикою ЗМІ), то для демократичних держав такий шлях є неможливим, адже суперечить базовим цінностям демократичної держави.

Відтак демократичні держави шукають шляхи протидії інформаційній агресії через розвиток систем стратегічних комунікацій, які поєднують в собі як розробку власного стратегічного наративу, так і напрацювання механізмів його донесення. Відсутність же такої системи у держави практично унеможливило ефективні заходи довгострокового інформаційного протиборства із «гібридним» агресором.

Новітні загрози державній безпеці України поставили на порядок денний складні завдання, вирішення яких потребує нових – комунікативних – підходів до забезпечення державної безпеки.

Наукова спільнота сектору безпеки і оборони нашої держави вже довгий час працює над розробкою дієвих механізмів протидії гібридній агресії Російської Федерації, підтвердженням чого є відповідність матеріалів монографії ключовим напрямам стратегічних комунікацій – публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, військових зв'язків, інформаційних і психологічних заходів.

Автори монографії – представники різних інститутів сектору безпеки і оборони (Національна академія Служби безпеки України, Національна академія Національної гвардії України, Національний університет оборони України імені І. Черняховського, Державна прикордонна служба України), провідних наукових (Національний інститут стратегічних досліджень) та навчальних (Київський національний університет імені Тараса Шевченка) закладів, військові журналісти, практичні психологи, волонтери. Фотоматеріали для обкладинок були надані українським фотожурналістом Олександром Клименком та продюсерським центром «Фор-Пост». Таке

наукове співробітництво – підґрунтя стратегічних комунікацій, що базуються на «ефективній взаємодії органів державної влади та інститутів громадянського суспільства під час формування, реалізації державної політики в інформаційній сфері» (*Доктрина інформаційної безпеки України*).

Становлення в Національній академії Служби безпеки України науково практичного напрямку «Стратегічні комунікації» розпочалося із започаткування у 2016 році перших в Україні потоків підвищення кваліфікації фахівців зі стратегічних комунікацій на виконання Плану заходів з реалізації Дорожньої карти Партнерства у сфері стратегічних комунікацій між Радою національної безпеки і оборони України та Міжнародним секретаріатом НАТО (*затверджений секретарем РНБО України від 5 листопада 2015 року*), Плану реалізації підрозділами Служби безпеки України зазначеної Дорожньої карти (*затверджений Головою СБ України від 30 грудня 2015 року*). Монографія має прикладне значення не лише для фахівців Служби безпеки України але й для всіх безпекових відомств, оскільки її автори, по-перше, пропонують певні рекомендації щодо ефективної комунікації з різними цільовими аудиторіями, по-друге, надають певні методики протидії гібридним впливам Росії в інформаційному просторі. Методики і пропозиції, запропоновані авторами, апробовані ними не лише в науковій, а й в практичній, тренінговій діяльності.

Матеріали монографії відповідають напрямкам розвитку національних інтересів України в інформаційній сфері, визначених Доктриною інформаційної безпеки України: 1) життєво важливі інтереси особи: захищеність від руйнівних інформаційно-психологічних впливів; 2) життєво важливі інтереси суспільства і держави: захист українського суспільства від агресивного впливу деструктивної пропаганди, передусім з боку РФ; захист українського суспільства від агресивного інформаційного впливу РФ, спрямованого на пропаганду війни, розпалювання національної і релігійної ворожнечі, зміну конституційного ладу насильницьким шляхом або порушення суверенітету і територіальної цілісності України; розвиток медіакультури суспільства та соціально відповідального медіасередовища; розвиток системи стратегічних комунікацій України; реалізації державної політики в інформаційній сфері; формування позитивного іміджу України у світі, донесення оперативної і об'єктивної інформації про події в Україні до міжнародної спільноти.

Шановні читачі, державні і безпекові інституції всього світу поступово змінили стиль своєї присутності в інформаційному просторі – від «фігури умовчання» (недомовленості, закритості, невизначеності) на фігуру відкритості. Слова Сократа – «Заговори, щоб я тебе побачив» – мають новий зміст в умовах гібридної війни – «Заговори, щоб перемогти». Саме для перемоги України і забезпечення її державної безпеки і створювалася ця книга.

Колектив авторів

СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ В ГІБРИДНІЙ ВІЙНІ: КОНЦЕПТУАЛЬНЕ І ТЕОРЕТИЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ

СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ: ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗУМІННЯ ТА СКЛАДНОЩІ ПРАКТИЧНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ

Дмитро Дубов, Анастасія Баровська

Вступ

Агресія РФ проти України, особливо в частині інформаційної агресії, зумовила пошуки фахівцями з питань національної безпеки можливих механізмів цілісної відповіді на такий виклик. 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 РФ 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) [1]. У 2015 р. було підписано дорожню карту Програми партнерства зі страткомуні між Україною та НАТО (<http://ua.112.ua/polityka/turchynov-i-stoltenberh-pidpysaly-dorozhniu-kartu-prohramy-partnerstva-zi-stratehichnykh-komunikatsii-259965.html>). Відбуваються наукові та освітні заходи, присвячені проблематиці стратегічних комунікацій в умовах гібридної війни (<http://mobility.univ.kiev.ua/?p=434&lang=uk>).

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 щодо поглядів на саму природу страткому (у т.ч. у фахівців розвинених демократичних країн).

Мета цього розділу – концептуалізувати поняття страткому, висвітлити основні проблеми його розуміння та дати загальний огляд практичних проблем, які постають у зв'язку із впровадженням страткому 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 стратком, як він має реалізовуватися та що є його результатом. І ця проблема відзначається яскраво вираженою тягучістю: *«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 р. [40] автори доповіді «Стратегічні комунікації та національна стратегія» П. Корніш (P. Cornish), Дж. Ліндлей-Френч (J. Lindley-French), К. Йорк (C. Yorke). Показовою є цитата з дослідження Центру глобального контртерористичного співробітництва «Створюючи наратив», проведеного в 2013 р. (коли поняття «стратегічні комунікації» вже було досить поширеним): «Термін «стратегічні комунікації» описує нове та часто погано зрозуміле поле (англ. *field*)» [26].

Окремі дослідження з цього приводу [3] хоч і подають нам досить широкий історіографічний огляд проблеми дефініювання цього поняття, але насправді не припиняють цю дискусію (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 (стратком є саме таким міждисциплінарним

простором). У 1996 р. Д. Андерсон [4], проаналізувавши сім підручників з комунікацій, знайшов 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 страткому.

Загалом же, повертаючись до проблеми досліджень страткому та перипетій його інституалізації (що є особливо важливим для України в поточних умовах), слід зауважити, що найбільш цікавим та цілісним в цьому питанні є досвід США, які подолали (та продовжують долати) складний шлях щодо розуміння важливості страткому, однак, вочевидь, чи не найближче з усіх держав наблизились до його 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 р. [41], хоча сам термін зустрічався і раніше. Щоправда, тоді йшлося про стратком у контексті забезпечення стратегічного рівня зв'язку під час масштабних воєнних конфліктів (у т.ч. ядерних). Цікаво, ще в 2002 – 2003 рр. практика саме такого використання цього поняття зберігалась у американській армії [48], хоча вже відбулися дискусії та було ухвалено перші державні організаційні рішення, із зазначенням цього терміна в сучасному трактуванні.

Незважаючи на те, що сьогодні термін *стратком* чітко визначений в американських офіційних документах, далеко не завжди термінологічну частину проблеми знято з порядку денного. Як слушно звертає увагу американський науковець К. Пол (Ch. Paul)¹, «багато хто і досі радий визначати стратегічні комунікації за тим самим принципом, як вони

¹ Співробітник RAND Corp.

визначають порнографію: «зрозумієте, коли побачите її» [14, с. 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 (а передусім ЗС США) до проблеми страткому, то до певної міри складно визначити точний період, коли така увага перейшла з категорії ситуативної до системної. Хоча окремі дослідники [18] прямо кажуть про 2001 р. як початок дискусії і про 2002 – 2004 рр. як етап виходу проблематики на системний рівень. Водночас, безумовно, в цьому процесі дійсно важливу роль зіграла Оборонна наукова рада Міністерства оборони США¹, а також її оперативні групи.

У жовтні 2001 р. з'являється звіт однієї з таких оперативних груп, присвячений питанню «управління інформаційним розповсюдженням» (англ. *Managed Information Dissemination*) [33]. 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 (англ. *contain*) конфлікти та зменшувати нетрадиційні загрози американським інтересам» [33]. Тоді автори дослідження зробили жорсткі та невтішні висновки щодо спроможності США займатися «інформаційним розповсюдженням»: «Сьогоднішні установи американського уряду, які мають займатися інформаційним розповсюдженням, недоукомплектовані та недофінансовані. Вони страждають від поганої координації та не інтегровані в процеси планування у сфері національної безпеки та реалізацію цих планів» [33]. Автори звіту вживають поняття «стратегічні комунікації» (подекуди замінюючи його «стратегічним інформаційним розповсюдженням»), наголошуючи, що саме стратегічне інформаційне розповсюдження може формувати «порядок денний та створювати контекст, що сприятиме досягненню політичних, економічних та

¹ Оборонна наукова рада (англ. *Defense Science Board*) була заснована у 1956 р. 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».

воєнних цілей». Це стратегічне інформаційне розповсюдження повинно бути чітко орієнтоване на цільові аудиторії, а меседжі та продукти – максимально на них орієнтовані, 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 р. тодішній радник Дж. Буша-мол. з національної безпеки К. Райз утворила в межах Ради національної безпеки США Координаційний комітет з політики страткому для «координації міжвідомчої активності та для того, щоб усі агентства працювали разом з Білим домом для розвитку та поширення президентських меседжів по всьому світу» [34]. До здобутків цього комітету можна віднести підготовку в 2007 р. «Національної стратегії США щодо стратегічних комунікацій та публічної дипломатії» [46] (яка, щоправда, так і не була повноцінно затверджена).

Уже в 2004 р. Оборонна наукова рада Міністерства оборони США підготувала звіт, де чітко артикулюється термін «стратегічні комунікації», – «Заключний звіт Оперативної групи Оборонної наукової ради зі стратегічних комунікацій» [34]. У ньому стратком – 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 ставлення та поведінку за допомогою комунікативних стратегій» [34]. Ключова думка звіту – «стратегічні комунікації є життєво важливими для національної безпеки США та її зовнішньої політики» [34]. Там же було сформульовано і ті елементи, які становлять ядро системи страткому, – публічна дипломатія, публічні відносини (англ. *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 страткому у загальній системі прийняття рішень щодо національної безпеки. Зокрема, пропонувалося [34] утворити в Раді національної безпеки США:

- посаду заступника радника з національної безпеки зі страткому;
- окремий комітет зі страткому 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, МО, Департаменту внутрішньої безпеки, Генеральний прокурор, керівник Офісу (англ. *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 (англ. *USAID*) та голова Ради управляючих з питань мовлення (англ. *Broadcasting Board of Governors*);

- незалежний, неприбутковий, позапартійний Центр страткому. Його мета – підтримка Ради національної безпеки в питаннях страткому, а статус мав бути гібридним – федеральне фінансування дослідницьких програм. При цьому передбачалася і його функція як центру розвитку (на кшталт РЕНД чи Національного фонду для демократії).

Частково ці рекомендації було враховано. Принаймні, з 2005 р. у Раді національної безпеки з'являється посада керівника (в інших джерелах [23] – «старшого керівника») зі стратегічних комунікацій та інформації, яку обіймав Дж. Джонс (J. V. Jones).

Останній звіт Оперативної групи Оборонної наукової ради зі стратегічних комунікацій датується 2008 р. [35]. В 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, – інституціолізовані. Спротив з боку традиційної організаційної культури триває. Ресурси для стратегічних комунікацій хоч і зросли, проте вони недостатні для національних потреб» [35].

Сьогодні у США визначення страткому закріплено в «Словнику військових та пов'язаних термінів» МО США: *«сфокусовані Урядом США зусилля на розуміння та залучення (англ. 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»* [11]. 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 (англ. *selected audiences*) у підтримці національних цілей» [14, с. 3]. Дж. Фарвел, автор книги «Переконання та сила: мистецтво стратегічних комунікацій», рекомендує під страткомом розуміти «використання слів, дій, зображень чи символів для впливу на поведінку та думки цільової аудиторії для формування їх поведінки для просування інтересів чи політики або досягнення поставлених цілей» (цитуються за: [15]).

І це не єдині визначення страткому, що циркулюють у офіційних та наукових джерелах США. В межах дослідження [14] було зібрано (і це станом на 2011 р., вочевидь, сьогодні їх ще більше) 6 різних визначень страткому в офіційних документах та 14 – у науковій літературі.

Водночас певна єдність серед дослідників спостерігається навколо того, що все ж є «незаперечним ядром» страткому. Хоча в різних джерелах (наприклад, [14], [26], [42]) ці тези викладаються в різному порядку та з різними коментарями/уточненнями, однак загалом вони зводяться до такого:

1. Інформування, вплив та переконування (всередині держави, іноземні аудиторії) 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» [32, с. 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 страткому. 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 (англ. *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, [21]) введено навіть окреме поняття – «інформаційне братовбивство» (англ. *information fratricide*¹), під яким розуміють «результати застосування елементів інформаційних операцій так, що це викликає ефекти в інформаційному середовищі, які заважають проведенню дружніх операцій чи негативно впливають на дружні сили». Мова йде про дві взаємопов'язані проблеми: відсутність координації на рівні структур та відсутність координації на рівні меседжів, що може призводити до вкрай негативних наслідків.

4. «Комунікування діями» та зменшення розриву у конструкції *say – do*. Дії кажуть значно вагомніше, ніж слова – загальна базова позиція для дійсно ефективного страткому. 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*. Є намагання прямо пов'язати їх

¹ 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.

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 страткому, мало ймовірно, 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 страткому 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 (англ. *adversary communication*), особливо тенденційного чи обманного характеру, спрямованого на здійснення впливу на думки, емоції, взаємини чи поведінку якої-небудь групи для отримання вигоди (прямої чи опосередкованої) для спонсора» [24].

Якщо передбачити, що підрозділи ЗС, що 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 страткому (хоч і вкрай обмеженому колі завдань). Але тут вона потенційно вступає у конфлікт із наведеним вище «незаперечним ядром» страткому. Швидше за все, ця проблема так і не матиме однозначного наукового вирішення, і навіть формальні заяви про те, що система страткому ні за яких умов не використовує пропагандистських підходів, будуть обмежено достовірні, коли це не стосується певних особливих завдань та заходів МО.

Другий рівень дискусій навколо взаємопов'язаності понять *стратком* та *пропаганда* – спільність результатів обох процесів (на що звернуто увагу й в цікавому дослідженні [9], присвяченому пропагандистській діяльності Аль-Каїди). Як видно з наведеного вище визначення пропаганди, її основна мета – здійснити «вплив» (змінити поведінку об'єкта, його емоції). Відомі фахівці зі страткому Л. Роуланд та С. Татум у праці 2010 р. «Стратегічні комунікації та операції впливу: чи дійсно ми розуміємо це?» зазначають, що зрештою «вплив»

є «бажаним та кінцевим результатом стратегічних комунікацій» [37]. Тобто і пропаганда, і стратком ставлять перед собою майже ідентичну мету – здійснити вплив на аудиторію. Більше того, формально для цього можуть застосовуватись ідентичні інструменти – механізми публічної дипломатії, інформаційні операції.

У такому сенсі єдина принципова **відмінність** між страткомом 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 є досить неоднозначним «кордоном», який розділяє ці 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 (важко?) зрозуміти сутність страткому, – його реальна ціль та основа (крім ситуативної «зміни поведінки»).

Ця проблема постає, коли ми намагаємось визначити центральний предмет страткому, те, що є його суттю. Те, що часто називають *стратегічним наративом* (наприклад, [28]). Подекуди як синонім використовують просто «наратив», «майстер наратив» або «гранднاراتив»¹. Дехто з дослідників визначає його як «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» [3]. Схожий погляд на концепцію стратегічного наративу в контексті страткому подано в дослідженні Г. Дімітріу: «Серцем стратегічних комунікацій є стратегічний наратив, приваблива історія, що може пояснити події переконливо і з якої можна зробити висновки» [12, с. 195].

До наративу як важливого концепту страткому звертаються й офіційні документи. Наприклад, «*National Defense Authorization Act of 2012*» вказує,

¹ Аналіз джерел, присвячених проблематиці страткому та наративів як їх складових, виявили цікаву особливість: американські військові фахівці зазвичай користуються просто терміном «наратив», тоді як британські військові фахівці – «стратегічний наратив».

що «Комітет [збройних сил при Палаті представників США] продовжує підтримувати інформаційні операції та стратком як важливий інструмент для протидії ворожим наративам (англ. *enemy narratives*), а також взаємодії із глобальним співтовариством» [36]¹.

Цей стратегічний наратив, вочевидь, є все ж похідним від *гранднاراتивів*, описаних відомим філософом-постмодерністом Ж.-Ф. Ліотаром. Однак тут ми потрапляємо у певну логічну пастку, адже за тим же Ж.-Ф. Ліотаром *гранднاراتиви* (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 з певною ідеологією. Фактично з відходом великих ідеологій зникають і «гранднاراتиви». Тому складно говорити, що суттю глибоко сучасної концепції, якою є стратком, може бути концепт з індустріального минулого [5].

Той же Ж.-Ф. 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 Ж.-Ф. Ліотар вважав, що «у тій сфері, де політичне втручання великого масштабу уявляється майже неможливим, лише локальне втручання пропонує справді ефективний спосіб розв'язання проблем» (цит. за: [4, с. 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 «гранднاراتив»), фактично, ставлячи під сумнів як чинну парадигму зокрема, так і парадигмальне бачення загалом.

І в сенсі застосування страткому як інструменту протидії саме російській інформаційній пропаганді концепти «малих наративів» можуть

¹ 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 керівництві із заколотів та протидії заколотам» (*FM 3-24 «Insurgencies and countering insurgencies»*) [40]. 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.

бути не менш цікавими ніж «гранднаративи». Адже вони дозволяють «атакувати» ті «гранднаративи», якими сьогодні послуговується російська пропагандистська машина проти України (передусім).

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 великої кількості 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 сьогодишньої російської пропаганди полягає у простій, але важливій відмінності: німці намагалися переконати аудиторію 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 сьогодишній Росії, за контрастом, сама ідея правди не релевантна. В російському «новинному» мовленні кордони факту та вигадки остаточно розмилися... Фішка цієї 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 П. Померанцев [6].

Тобто концептуально російська пропаганда – це і є постмодернізм у чистому вигляді. Вона формує 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 «зеуви» у сприйнятті реальності, розмиваючи поняття про «істинність» та «вигадки». Класичними прикладами таких сумулякрів є «розіп'ятий хлопчик» зі Слов'янська, «дівчина Ліза з Німеччини» тощо¹. Фактично російська інформаційна політика змогла

¹ 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

перевести абстрактні філософські концепції та конструкти у технологічне русло і використати їх як зброю у власних політичних цілях.

Було б завчасно стверджувати, що реальною метою реалізації заходів у межах страткому є не стратегічні наративи (як різновид «гранднاراتивів»), а виключно малі наративи (часто – ситуативні, мобільні та вузькоспрямовані). Насправді маємо говорити про певну єдність обох підходів.

Гранднاراتив 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 гранднاراتив, що утверджується методами страткому, – це позитивістська складова системи страткому, спрямована на формування національної єдності, визначення зрозумілих національних цілей, гуртування населення, надання зрозумілих трактувань подій (пояснення реальності). Із певним спрощенням можна зауважити, що «гранднاراتив» у межах страткому – метаісторія, спрямована передусім (але не виключно) на внутрішню аудиторію.

На противагу цьому *малі наративи* є тими інструментами, які мають деконструювати саме гранднاراتиви. Вочевидь ті, які ми вважаємо ворожими, або існування яких створює небезпеку Українській державі. До таких цілком можна віднести гранднاراتиви «русского міра» 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 антилюдяний. Саме тут стратком має 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 страткому, не можемо не згадати про ще один аспект, який відсилає нас до попередньої проблеми цього розділу – співвідношення пропаганди та страткому. Майже

Ю. Лотманом) і французькими (Паризька семіотична школа) дослідниками. Показово, що один з авторів роботи «Моделі аналізу наративу» [4] Н. Євстігнєєва була співробітницею аналітичного відділу російського «Першого каналу». А сама згадана робота [4] присвячена можливості виявлення в новинних сюжетах «ідеологічної «подкладки» или ее смены в как будто бы нейтральном повествовании». Про «нاراتивність» російської зовнішньої політики кажуть і самі російські дослідники – навіть на шпальтах західних наукових видань (наприклад, [3]).

загально визнаним є те, що будь-яка потужна пропагандистська діяльність неможлива без серйозної ідеологічної основи (власне, поширенням певної ідеології пропаганда частіше за все і займається). Так само складно ігнорувати той факт, що концептуально «ідеологія» максимально схожа за своєю суттю на нарратив – 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 страткому лежать нарративи, то чи дійсно вони відрізняються, чи це лише різні назви одного і того ж явища? Вочевидь така дискусія буде тривалою, проте, на нашу думку, слід постійно мати на увазі, що хоча обидва процеси мають спільну основу та 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 страткому. 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 страткому.

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

Передусім – надзвичайне «розмивання» поняття страткому частиною європейських академічних дослідників¹. На протигагу американським фахівцям², які досить чітко артикулюють місце страткому у загальній системі національної безпеки та тісно пов'язують його із СБО держави, європейські

¹ Однак переважна більшість британських фахівців дотримується американського підходу до стратегічних комунікацій.

² Щоправда, маємо чесно визнати, що насправді «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.

фахівці часто намагаються розповсюдити цей термін на сфери, які, вочевидь, не мають нічого спільного зі страткомом.

Проведений 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, переважно воно стосується питань, які до класичного страткому 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 неоднозначні підходи європейських дослідників до поняття *стратком* не можна оминати неоднозначну роль європейського наукового профільного журналу «International Journal of Strategic Communication» (найбільш цитованого профільного журналу із цієї тематики). Дійсно, більшість матеріалів, які там друкуються, не звертаються до проблеми страткому в контексті бізнес-процесів або схожих сторонніх тем. Щоправда, тут стикаємось з іншою проблемою – стратком розглядають як діяльність, що притаманна передусім громадським організаціям, великим міждержавним структурам. Розширення трактування зумовлене не в останню чергу тим, що одна з найбільш часто цитованих європейськими науковцями робота [20] Д. Хольтцхаузен¹ пропонує оперувати таким поняттям *стратегічні комунікації* (яке, щоправда, запропоноване іншою групою дослідників [19, с. 27]): «Стратегічні комунікації – цілеспрямоване використання комунікацій організацією для виконання її місії»². З огляду на високу популярність дослідження [19] не дивно, що саме воно стало одним із парадигмальних бачень страткому передусім серед європейських дослідників. А за такого широкого визначення до сфери страткому включають взагалі будь-які комунікативні дії, в т.ч. у бізнес-середовищі [39] або навіть серед терористів («тероризм як стратегічна комунікація» [15]).

¹ Тривалий час була одним із редакторів журналу *International Journal of Strategic Communication*.

² Слід зазначити, що сьогодні це визначення піддається ґрунтовній критиці (наприклад, [8]).

В українських реаліях ці «нестандартні» підходи до дослідження сфери страткому 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 страткому, 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 страткому, яке в нього закладають, наприклад, автори роботи [8]. 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 (H. 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 страткому (вочевидь ця думка більш ніж відповідає і українським реаліям): «Можна вітати мирне співіснування суперечливих постулатів як знак толерантності, однак виведення з обігу неправильних чи надто складних теорій є джерелом прогресу» [29, с. 73].

Проблема двозначного тлумачення страткому з позицій «широких» підходів характерна і для інших країн (у цьому сенсі показово, як поняття «стратегічні комунікації» використовується в роботі [25]), на що звертають увагу й інші дослідники (наприклад, К. Гуерерро-Кастро): «В еру пост-9/11, стратком став терміном, що використовується у сотнях дисциплін, псевдодисциплін та професій? Він використовується як повторюваний та корисний концепт, який свідчить про те, що проект включає «розумне мислення», планування та координацію й інтенсивно використовується у маркетингу, бізнесі, PR та багатьох інших сферах. Чи так само розуміють цей сенс страткому у цих різних сферах? Як ці сфери взагалі можуть розвивати стратком? Чи має взагалі сенс цей концепт у всіх цих сферах?» [18, с. 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 нарративом 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 страткому 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 страткому 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 (R. Brooks), яка дала з цього приводу важливий коментар під час профільних слухань з питань страткому у Комітеті збройних сил при Палаті представників США: «Одне із вражень [про стратком у 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 (англ. *people's bundles* (дослівно – вузол, в'язка) та культурні контексти (англ. *cultural assumptions*) дуже-дуже різні. Часові межі для досягнення успіху 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» [43].

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 страткому 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.

Інституційне реагування з боку Заходу: без відчуття значного прогресу

Сьогодні країни Заходу вживають чимало сил для того, щоб система стратегічних комунікацій була не лише теоретичним конструктом, але й практично-дієвою системою, яка допоможе створити ефективні механізми протидії російській (і не тільки) пропаганді.

Північноатлантичний альянс рішенням Уельського саміту визнав, що дуже важливо, щоб Альянс мав потрібні інструменти і процедури для стримування і ефективного реагування на гібридні воєнні загрози, та можливості для зміцнення національних сил. Це також передбачатиме зміцнення страткому, 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 [47].

Розвиток спроможності НАТО у сфері страткому є метою діяльності Центру передового досвіду з питань страткому (*The NATO Strategic Communications Centre of Excellence*, або *NATO StratCom COE*) [27], 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 страткому під час операцій; підвищення навчальних та освітніх зусиль й можливостей взаємодії.

У Висновках Європейської Ради стосовно міжнародних відносин, ухвалених 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 відповідь на дезінформаційну діяльність Росії, що триває [13]. У вересні 2015 р. розпочала діяльність *East StratCom Task Force* – оперативна робоча група зі страткому 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 нарративу ЄС; деконструкції міфів через аналіз тенденцій, роз'яснення та протидію дезінформації; систематичному висвітленні політики ЄС у регіоні [13].

На початку квітня 2016 р. Єврокомісією було ухвалено та передано на розгляд Європейському Парламенту та Європейській Раді «Спільні принципи протидії гібридним загрозам – відповідь Європейського Союзу» [22] (*дали* – 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

резолуції Європарламенту «Стратегічні комунікації ЄС як протидія пропаганді проти третіх сторін» [30]. Прийняття цієї резолюції означатиме офіційне визнання Європарламентом ведення РФ інформаційної війни проти Європи.

США, зі свого боку, теж долучилися до боротьби з російською пропагандою в інформаційній сфері. В резолюції Конгресу США (<https://www.congress.gov/bill/113th-congress/house-resolution/758/text>), 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 існуючих платформ для поширення інформації, таких як радіостанції «Голос Америки» і радіостанція «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 (англ. *Broadcasting Board of Governors*) 23,2 млн дол. на програми російською мовою [44]. 5 травня 2017 р. Конгрес США санкціонував виділення 100 млн дол. за умови, що такі кошти будуть називатися Фондом протидії російському впливу (Фонд) і будуть надані НДО та іншим організаціям в таких країнах для [здійснення діяльності у сферах] верховенства права, ЗМІ, кібер- та інших програм, що зміцнюють демократичні інститути і процеси і протистоять російському впливу й агресії [10].

16 березня 2016 р. було подано в Сенат США законопроект «Про боротьбу з дезінформацією та пропагандою» [38]. Цей документ проголошує, що координування з країнами-союзницями та країнами-партнерами, передусім тими, які є мішенню для операцій інших держав з дезінформації, міжнародними організаціями та суб'єктами, такими як Центр передового досвіду з питань страткому (*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*), з метою посилення національних зусиль та уникнення дублювання. Щоправда остання, навіть незважаючи на ефективну діяльність з розкриття російських фейків, так і не отримала належного фінансування на 2017 р. з коштів ЄС [31].

Розбудова системи стратегічних комунікацій в Україні: основні проблеми та шляхи їх вирішення

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 страткому, 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» [1]. При начебто надзвичайно чіткому визначенні, що досить точно окреслює коло структур, які мають бути безпосередньо задіяні в системі страткому, 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 державного страткому – навіть не вироблення того самого нарративу (гранд – чи малого), а проблема ефективної координації суб'єктів страткому 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.

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 [2]. 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 було розроблено План заходів з імплементації Дорожньої карти Партнерства.

Слід чітко розуміти, що на інструментальному рівні ефективна система страткому – 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 страткому (публічна дипломатія, інформаційно-психологічні операції, військові зв'язки з громадськістю), так і, що не менше важливо, фахівців, які здатні розробляти плани компаній зі страткому та ефективно їх реалізовувати. Останнє потребує достатньо ґрунтовних знань не лише про специфіку кожного конкретного елемента страткому, але й про сферу державного управління загалом, механізми координації державних установ та здатність налагоджувати ефективний зв'язок з недержавними суб'єктами. Отже, найближчим часом ключовими в Україні будуть проблеми налагодження дієвої координації, вироблення узгодженого бачення концепції страткому, створення повноцінного та довгострокового механізму підготовки фахівців в Україні, а також розвиток ефективного наукового супроводу страткому в інтересах національної безпеки.

Незважаючи на вищезазначене сьогодишнє 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 наввпередки» вони працювали спільно.

У 2016 р. частково такий аудит було проведено Національним інститутом стратегічних досліджень. Його основа мета – з'ясувати спроможності суб'єктів СБО до ефективної взаємодії і розуміння концепції страткому. Було опитано 10 відомств: МО України, МЗС України, МВС України, МПП України, СБ України, СЗР України, ГУР МО України, НГ України, ДПС України, ДСНС України.

Аудит виявив цілу низку базових проблем в самому розумінні комунікативної діяльності та навіть – часто не розуміння ключових його елементів. Наприклад, лише в окремих випадках найпоширеніші поняття теорії комунікації, зокрема *цільові аудиторії*, *комунікативні плани*, трактуються правильно. Надані відповіді не відображають реальної ситуації в установі. Найважче сприймалося питання щодо несуперечливості меседжів (його трактували як несуперечливість повідомлень чинним законам та Конституції). Наявною також є підміна понять: у запитанні щодо якісних оцінок рівня знань цільових аудиторій правильно його зрозумів лише один учасник аудиту, решта ж відповідали про аналіз медіаполя.

Аналіз поточної практики міжвідомчої взаємодії виявив, що хоча майже усі опитані структури вказують на наявність взаємодії, однак її форми не завжди зрозумілі, а в багатьох випадках така взаємодія є: а) формальною або базується на міжособистісних контактах; б) ситуативною (несистемною).

Складається враження, що відомства не бачать необхідності в додатковому координуванні. Водночас організація дієвої взаємодії різних відомств є фактично неможливою в межах чинних (заявлених учасниками аудиту) систем координування. Поточна ситуація ускладнюється плінністю кадрів. Отримані результати свідчать про необхідність формалізації та закріплення механізмів взаємодії з метою їх подальшої інституалізації.

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 і ОБСЄ.

Ступінь невизначеності є меншою, якщо можна передбачити, що ІСБО робить у певній ситуації. Нормативно-правові документи покликані бути засобом зниження невизначеності. Функціональний аналіз вияв, що понад половини установ, відповідальних за реалізацію страткому, не мають окремого документа, що регламентує їх комунікативну діяльність. Учасники опитування зазначали, що процес реалізації комунікації є унормованим загальнодержавними актами (закони України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», «Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення і радіомовлення», «Про інформаційні агентства» тощо) та внутрішніми положеннями. Такі відповіді підтверджують периферійність комунікації в діяльності установ. Виняток становить одне відомство, де рішенням керівника визначено: а) складові елементи (структуру) сфери стратегічних комунікацій відповідно до компетенції органу влади; б) завдання органів управління, відповідальних за їх реалізацію; в) відомчий механізм координації та контролю зазначеної діяльності.

Складною є ситуація щодо страткомівських планів¹. Чотири відомства вказують на відсутність таких планів. Але навіть негативна відповідь окремих учасників опитування свідчить (загальна якість заповнення анкет) про те, що відомства правильно зрозуміли запитання. Ті учасники опитування, які звітували про наявність страткому планів, як правило, мали на увазі зовсім інші документи. Так, окремі учасники опитування відносили до стратегічних комунікативних планів документи з горизонтом планування

¹ Не є тотожним плану стратегічних комунікацій.

тиждень, місяць, квартал чи півроку. Деякі установи (переважно воєнізовані відомства) зазначали, що в поточних умовах не можуть дозволити довгострокове планування, зважаючи на поточну воєнно-політичну ситуацію. План комунікативної діяльності є лише в одного учасника опитування, проте оцінити його не видається можливим, оскільки в рамках функціонального аналізу на сам текст запит не надсилався.

Лише частково вирішеною є проблема комунікативного реагування в умовах кризових ситуацій, зокрема підготовка відповідних планів дій. Такі документи мають передусім структури, які частіше за інших стикаються з кризами (надзвичайними ситуаціями). Інші відомства або не мають відповідних планів, або такі плани перебувають на етапі затвердження, або існують певні внутрішні алгоритми дій в кризових умовах. Водночас з відповідей учасників аудиту не завжди зрозуміло, що саме вони розуміють під кризою та якими є формати «планів / алгоритмів» реагування (якою мірою вони відповідають загальноприйнятим вимогам до такого реагування).

Формально всі ІСБО заявили широке співробітництво зі ЗМІ. Переважна більшість з них роблять виразний акцент на традиційних форматах взаємодії – брифінги, прес-конференції, презентації, прес-релізи тощо. Більш неформальні моделі взаємодії (наприклад, *off-records*, особисте спілкування) зазначило не так багато установ, а ще одна структура вказала про проведення спеціальних профільних тренінгів для журналістів за своєю тематикою. При цьому низка учасників аудиту не мають бази даних ЗМК, оскільки створення баз даних за чинним законодавством є можливим лише за умови їх офіційної реєстрації. Інші використовують особисті контакти при взаємодії з медіа. Решта учасників веде бази даних у вигляді реєстрів електронних адрес для розсилки прес-релізів та інших матеріалів. Оновлення таких списків відбувається під час проведення інформаційних подій і на основі планової перевірки раз на півроку. Жодна з опитаних інституцій не визначає чітко власні цільові аудиторії (у переважній більшості відповідей такою аудиторією називається «весь народ України» або «іноземна аудиторія»).

Чи не найбільш складним та показовим для багатьох структур виявилось питання щодо комунікативних можливостей установ. Переважна більшість опитаних вказувала на наявність веб-сторінок (охоплення аудиторії зазначено

лише орієнтовно), офіційних профілів організацій у соцмережах (*Facebook*, *Twitter*) та на *YouTube*¹. Учасники аудиту загалом заявили: спроможності радіота телемовлення, у т.ч. локального характеру, можливість друку різноманітних форм малої агітації (листівки, брошури тощо), 5 газет, один тижневик, 4 журнали. Окремі учасники не вказали наявні власні важливі канали комунікації (в одному випадку – інформаційне агентство, в іншому – журнал).

Загалом за результатами аудиту можна констатувати, що органи, відповідальні за реалізацію страткому, наразі не функціонують як єдина система стратегічних комунікацій держави. Відтак було оцінено їх потенційну спроможність бути частиною такої системи: 60% учасників аудиту мають високий потенціал готовності до взаємодії, 20% – середній, 20% – низький.

Кожен з учасників аудиту реалізує певні комунікативні функції, має досвід взаємодії з ЗМК, а отже через механізми подальшого навчання та координації є усі можливості забезпечити функціонування єдиної системи страткому. Частково функції єдиної комунікативної системи в аспекті узгодження ключових повідомлень (дотримання їх несуперечливості) вирішуються за допомогою механізму *One voice strategy*. Проте про такий механізм згадали лише представники МО країни.

Рівень спроможності учасників аудиту виконувати комунікативні функції значною мірою залежить від якості відповідних трудових ресурсів. З-поміж учасників аудиту є ті, які досягли значних успіхів в реалізації комунікативної діяльності, а відтак їх досвід може бути проаналізовано, формалізовано як стандарти / регламенти та поширено на усіх суб'єктів системи страткому.

Висновки

Багаторічні дослідження як сфери страткому загалом, так і окремих її складових, насправді все ще мало наблизили нас до суті цього процесу, відтак дискусія щодо сутності феномену триває. Складність самої комунікативістики, варіативність підходів до феномену *комунікацій* – все це відображається і на понятті *стратегічні комунікації* та його чіткого розуміння.

¹ Лише дві установи змоги чітко вказати конкретні дані щодо аудиторії цих ресурсів

Більш-менш однозначним є опрацювання феномену страткому в межах двох макрозавдань: формування стратегічного нарративу (а відтак операціоналізація його на теми та меседжі) та забезпечення належного рівня координації суб'єктів, які беруть участь у впровадженні цього нарративу.

Водночас визначення *стратегічного нарративу*, як основи страткому, постійно ставить питання про спорідненість страткому із пропагандою (яка має очевидне негативне сприйняття у суспільній думці).

Ще однією проблемою у розумінні страткому є, вочевидь, істотно різні підходи до цього поняття в урядовій (державній) та недержавній (бізнес, громадські організації) сферах. Спроби застосування бізнес-підходів до урядових стратегічних комунікацій в більшості виявляються невдалими, але породжують нові протиріччя та дискусії щодо ефективності страткому. У свою чергу, Україна, яка лише розпочала шлях побудови системи страткому, стає заручником цієї давньої методологічної дискусії і в багатьох випадках змушена створювати нову методологічну базу, яка б відповідала наявним воєнно-політичними умовам. На цьому шляху здійснено значну кількість важливих кроків, однак низка проблем все ще залишається надзвичайно актуальною: питання освіти та навчання, формалізація системи стратегічних комунікацій, вироблення стратегічного нарративу та налагодження ефективної координації суб'єктів системи страткому.

Список використаних джерел

1. Воєнна доктрина України, затверджена Указом Президента України № 555/2015 від 24.09.2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/5552015-19443>.
2. Дорожня карта Партнерства у сфері стратегічних комунікацій між Радою національної безпеки і оборони України та Міжнародним секретаріатом НАТО [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://mfa.gov.ua/mediafiles/sites/nato/files/Roadmap_Ukr.pdf.
3. Баровська А. Стратегічні комунікації: досвід НАТО / А. Баровська // Стратегічні пріоритети. – 2015. – №1. – С. 47-152.
4. Евстигнеева Н. В., Оберемко О. А. Модели анализа нарратива / Н. В. Евстигнеева, О. А. Оберемко // Человек. Сообщество. Управление. – 2007. – № 4. – С. 95-107.
5. Енциклопедія постмодернізму / [за ред. Ч. Е. Вінквіста та В. Е. Тейлора]. – К. : Основи, 2003. – 503 с.
6. Оперативная рабочая группа по стратегическим коммуникациям (East StratCom Task Force) : вопросы и ответы [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://eeas.europa.eu/top_stories/2015/261115_stratcom-east_qanda_ru.htm.
7. Померанцев П. Кремлёвские зазеркальные войны / П. Померанцев [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.theguardian.com/global/2015/apr/10/kremlin-hall-of-mirrors-peter-pomerantsev-long-read-russian-translation>.
8. Стратегічні комунікації : [словник] / [уклад. Т. В. Попова, В. А. Ліпкан]. – К. : ФОП О. С. Ліпкан, 2016. – 400 с.

9. Al-Qaeda's «Single Narrative» and Attempts to Develop Counter-Narratives: The State of Knowledge [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.icct.nl/download/file/Schmid-Al-Qaeda's-Single-Narrative-and-Attempts-to-Develop-Counter-Narratives-January-2014.pdf>.

10. Consolidated Appropriations Act, 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://rules.house.gov/sites/republicans.rules.house.gov/files/115/OMNI/CPRT-115-HPRT-RU00-SAHR244-AMNT.pdf>.

11. Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.dtic.mil/doctrine/new_pubs/jp1_02.pdf.

12. Dimitriu G. R. Winning the Story War: Strategic Communication and the Conflict in Afghanistan / G. R. Dimitriu // Public Relations Review. – 2012. – № 38. – P. 195-207.

13. European Council Conclusions on External Relations, 19 March, 2015 : [Press release] [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2015/03/conclusions-russia-ukraine-european-council-march-2015>.

14. Christopher P. Strategic Communication: Origins, Concept, and Current Debates / P. Christopher. – PRAEGER, 2011. – 240 p.

15. Falkheimer J. Crisis Communication and Terrorism: the Norway Attacks on 22 July 2011 / J. Falkheimer // Corporate Communications. – 2011. – Vol. 19, Is. 1. – P. 52-63.

16. FM 3-24. Counterinsurgency» Final Draft [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://fas.org/irp/doddir/army/fm3-24fd.pdf>.

17. FM 3-24. Insurgencies and Countering Insurgencies [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://fas.org/irp/doddir/army/fm3-24.pdf>.

18. Guerrero-Castro C. E. Strategic Communication for Security & National Defense: Proposal for an Interdisciplinary Approach / C. E. Guerrero-Castro [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://connections-qj.org/article/strategic-communication-security-national-defense-proposal-interdisciplinary-approach>.

19. Hallahan K. Verčič Dejan & Sriramesh Krishnamurthy Defining Strategic Communication / K. Hallahan, D. Holtzhausen, Ruler V. Betteke // International Journal of Strategic Communication. – 2007. – P. 3-35.

20. Holtzhausen D., Zerfass A. The Routledge Handbook of Strategic Communication / D. Holtzhausen, A. Zerfass [Электронный ресурс]. – Режим доступа : 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=0ahUKEwjz_fuxL7MAhXC8ywKHBGWDtCQ6AEITAB#v=onepage&q=%22Terrorism%20as%20strategic%20communication%22&f=false.

21. Information Operations: Doctrine, Tactics, Techniques, and Procedures. Field Manual [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://fas.org/irp/doddir/army/fm3-13-2003.pdf>.

22. Joint Framework on Countering Hybrid Threats – a European Union response : Joint Communication to the European Parliament and the Council, JOIN(2016) 18 final [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16201>.

23. Jones J. B. Strategic Communication and Combatant Commander / [J. B. Jones, D. T. Kuehl, D. Burgess, R. Rochte] [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi23Y014afMAhXTbZoKHc67ACUQFggaMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.au.af.mil%2Fau%2Fawc%2Fawcgate%2Ffjq%2F1839.pdf&usq=AFQjCNE5CaJK0mLyISTM7IALW431JW7Xog&sig2=KMOgX79Rz8m0-HY4TySM0w>.

24. Joint Publication 3-13.2 // Psychological Operations, 07 January, 2010 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://fas.org/irp/doddir/dod/jp3-13-2.pdf>.

25. Loginova U. Four Essays on Strategic Communication / U. Loginova, 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://academiccommons.columbia.edu>.

26. Mastering the Narrative [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://globalcenter.org/wp-content/uploads/2013/03/Feb2013_CT_StratComm.pdf.

27. NATO STRATCOM [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.stratcomcoe.org>.

28. Neate Col Mark C. The Battle of the Narrative / C. Neate Col Mark [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/sam/battleofnarrativeneate.pdf>.

29. Nothhaft H. A Framework for Strategic Communication Research: a Call for Synthesis and Consilience / H. A Nothhaft // International Journal of Strategic Communication. – 2016. – Vol. 10. – Is. 2. – P. 69-86.

30. On EU Strategic Communication to Counteract Propaganda against it by Third Parties : Draft Report (2016/2030(INI)) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+COMPARL+PE-582.060+02+DOC+PDF+V0>.

31. Open Letter of European Security Experts to Federica Mogherini : Please Start Taking the Russian Disinformation Threat Seriously! [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.stopfake.org/en/open-letter-of-european-security-experts-to-federica-mogherini-please-start-taking-the-russian-disinformation-threat-seriously>.

32. Peter W., Smith S. M. Learning from Our Modern Wars: The Imperatives of Preparing for a Dangerous Future / W. Peter, S. M. Smith // Military Review. – 2007. – P. 3-19.

33. Report of the Defense Science Board Task Force on Managed Information Dissemination [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.acq.osd.mil/dsb/reports/ADA396312.pdf>.

34. Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication, 2004 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.acq.osd.mil/dsb/reports/ADA428770.pdf>.

35. Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication, 2007 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.acq.osd.mil/dsb/reports/ADA476331.pdf>.

36. Report of the House Armed Services Committee on the National Defense Authorization Act for Fiscal Year, 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.congress.gov/112/crpt/hrpt78/CRPT-112hrpt78.pdf>.

37. Rowland L., Tatham S. Strategic Communication & Influence Operations : Do We Really Get It? / L. Rowland, S. Tatham [Электронный ресурс]. – Режим доступа : mercury.ethz.ch/serviceengine/Files/ISN/119385/.../2010_08.pdf.

38. S. 2692 – Countering Information Warfare Act of 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.congress.gov/bill/114th-congress/senate-bill/2692/text>.

39. Steyn G. Theory on Strategic Communication Management is the Key to Unlocking the Boardroom / G. Steyn // Journal of Communication Management.– 2006.– Vol.10.– Is.1.– P.106-109.

40. Strategic Communications and National Strategy. Chatham House Report [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://www.chathamhouse.org/sites/files/chathamhouse/public/Research/International%20Security/r0911_stratcomms.pdf.

41. Strategic Communications and the Spectrum of Conflict [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a488153.pdf>.

42. Tatham S., Page Le R. NATO Strategic Communication: More to be Done? / S.Tatham, R. Le Page; National Defence Academy of Latvia Center for Security and Strategic Research [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.academia.edu/6808986/NATOStrategicCommunicationMoretobedone>.

43. 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// HASC. – 2011.– № 112-49 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/CHRG-112hhrg67796/pdf/CHRG-112hhrg67796>.

44. Testimony on Ukraine Before the House Foreign Affairs Committee [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.state.gov/p/eur/rls/rm/2015/mar/238147.htm>.

45. Tsvetov A. After Crimea: Southeast Asia in Russia's Foreign Policy Narrative / A. Tsvetov // Contemporary Southeast Asia. – 2016. – Vol. 38. – № 1. – P. 55-80.

46. U.S. National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/state/natstratstratcomm.pdf>.

47. Wales Summit Declaration [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.nato.int/cps/ru/natohq/official_texts_112964.htm?selectedLocale=en.

48. Yarmie M. S. The Communications Bridge: Planning and Implementing Strategic Communications for Operation Enduring Freedom and Beyond / M. S. Yarmie [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.dtic.mil/cgi-bin/GetTRDoc?Location=U2&doc=GefTRDoc.pdf&AD793>.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПОБУДОВИ ЦІЛІСНОЇ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ В УКРАЇНІ

1. Оскільки проблеми розуміння основних термінів / понять виявились досить масштабними, майже всі учасники аудиту потребують окремих методологічних семінарів та документального закріплення єдиного трактування основних комунікативних понять у форматі коротких «Рекомендацій» або «Методологічного посібника» (як варіант – використання з цієї метою словника термінів, розробленого в межах проекту реформи урядових комунікацій). Сьогодні в системі МО частково такі заходи вживаються, але вони потребують більш широкого застосування.

2. Держава потребує чіткого та формалізованого закріплення механізмів взаємодії різних відомств в інтересах реалізації стратегічних комунікацій. Ухвалена наприкінці 2016 року Доктрина інформаційної безпеки хоча істотно і просунула це питання, водночас не дала всіх необхідних відповідей. Доктрина, з одного боку, чітко визначає, що за розвиток системи стратегічних комунікацій та розробку стратегічного наративу відповідає Міністерство інформаційної політики України, але не навела навіть модельного контуру такої системи.

Оптимальним шляхом вирішення проблеми є ухвалення рамкового документа, яким необхідно 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. Інший варіант – створення постійно діючої міжвідомчої групи з питань стратегічних комунікацій, взявши за модель її формування та функціонування досвід міжвідомчої групи з інформаційної безпеки.

3. Стратегічні комунікації – це передусім координація та чіткі процедури дій як в нормальних, так і кризових умовах. Це гостро ставить питання про створення стратегічних комунікативних планів, що 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 й оборони, що визначені Стратегією національної безпеки, Воєнною доктриною України та іншими ключовими документами. Учасники аудиту потребують проведення методологічних семінарів щодо сутності стратегічних комунікативних планів, порядку їхнього формування та механізмів контролю виконання. Аналогічною є проблема щодо комунікування в умовах кризи – потрібна підготовка типового регламенту комунікативних дій в кризовій ситуації з метою чіткого визначення алгоритму взаємодії, каналів поширення інформації та встановлення конкретних часових меж реагування державних установ.

4. Стратком неможливий, якщо її суб'єкти не розуміють своїх цільових аудиторій, їхні прагнення, а також форми найкращого подання інформації. Доцільно провести цілісне дослідження для визначення суб'єктів страткому,

аудиторій, сформувавши рекомендації щодо роботи з ними та створити дієвий механізм визначення таких аудиторій у майбутньому. Актуальною є організація методологічних семінарів для керівників, які координують комунікативну діяльність на найвищому рівні, за тематикою цільових аудиторій.

5. Важливим є формування несуперечливості меседжів різних органів державної влади України для різних цільових аудиторій. Для цього, зокрема, необхідно 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 організації¹. В Україні перелік узгоджених меседжів доцільно розміщати або в інtranеті центральних органів виконавчої влади (на кшталт відповідної мережі в Нідерландах²) або на внутрішній сторінці сайту для державних службовців-фахівців у сфері комунікацій (на кшталт аналогічного ресурсу у Великобританії³).

6. З метою інституалізації співробітництва органів влади з медіа-спільнотою доцільним є створення єдиної бази ЗМК та її належна реєстрація. База даних має включати як загальні відомостей щодо ЗМК, так і інформацію про конкретних журналістів, що займаються тією чи іншою тематикою. Механізм формування бази може бути таким: органи влади надсилають свої пропозиції щодо наповнення бази, а фахівці ситуативного центру Ради національної безпеки і оборони України (або Секретаріату Кабінету Міністрів України) їх узагальнюють, за необхідності доповнюють, реєструють та у подальшому адмініструють базу, надають доступ органам влади.

У такий же спосіб можливо вирішити проблему баз даних експертів: запропонувати органам влади надіслати пропозиції щодо включення експертів до бази даних ситуативного центру Ради національної безпеки і оборони України (або Секретаріату Кабінету Міністрів України), а верифікацію та доповнення даних покласти на науково-експертні структури на кшталт НІСД та Національної академії наук України. Така база має спростити процес взаємодії учасників аудиту з експертами за їхнім профілем діяльності.

Безумовно, ці кроки не стануть повним вирішенням всіх проблем, які очікують Україну на шляху до побудови дієвої системи страткому. Водночас їх реалізація зможе істотно наблизити нас до створення не просто формальної, але і дієвої системи взаємодії, яка допоможе більш ефективно протистояти ворожим інформаційним впливам.

¹ Інформацію отримано під час конференції «Стратегічні комунікаційні виклики: можливості та реагування на дезінформацію у контексті гібридної війни» (м. Київ, 25-26 листопада 2014 р.).

² До єдиного централізованого інtranет-порталу уряду Нідерландів – *Rijksportaal* – мають доступ державні службовці, які можуть знайти там необхідну для роботи інформацію. Дет. див.: Інституційне забезпечення державної комунікативної політики: досвід країн Європи : аналіт. доп. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/public/File/2014_nauk_an_rozrobku/Dopovid_Barovska.pdf.

³ У Британії усі державні службовці, відповідальні за комунікативну діяльність, є членами Урядової комунікативної мережі (*Government Communication Network*). Це об'єднання, зокрема, має свій сайт, на якому розміщуються потрібні для роботи фахівців матеріали. Частина матеріалів є у відкритому доступі, а решта – у закритому, до неї мають доступ лише члени цієї мережі. Дет. див.: там само.

КОГНІТИВНА ТЕРИТОРІЯ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ: КОНФЛІКТ ІНТЕРПРЕТАЦІЙ

Галина Яворська

Вступ

Війни супроводжують людство протягом усієї його історії. Від давніх часів тема війни становить важливий предмет аналізу, і в наш час таких досліджень стає дедалі більше. Увага до проблем осмислення й розуміння війни посилилася в ХХ ст. у контексті двох світових воєн та усвідомлення можливості глобальних катастроф внаслідок застосування зброї масового знищення. У ХХІ ст. кількість підстав для цього збільшується далі. Не слід забувати також, що *війна* – поряд з такими поняттями, як *життя*, *смерть*, *любов* – належить до потужних цивілізаційних концептів, відіграє одну з ключових ролей в осмисленні світу, суспільства та людського існування.

Теоретичні побудови в цій сфері впливають на соціальну й політичну практику, формують певні публічні очікування і здатні впливати на процеси прийняття політичних рішень. Це накладає на дослідників і авторів праць про війну виразну моральну відповідальність.

Сьогодні не тільки військова наука, а практично кожна галузь наукової думки про людину та суспільство, – філософія, соціологія, правознавство, історія, когнітивна лінгвістика, дискурс-аналіз, семіотика, психологія, та ін. – виявляється, або може виявитися придатною для створення теорій щодо природи війни, причин її виникнення та можливих механізмів попередження або стримування. На тему правомірності й обґрунтованості застосування назви *війна* і дефініцій збройного конфлікту проводять міжнародні конференції за участі військових, фахівців з міжнародного права, етики, воєнних журналістів.

Війна взагалі, і нові форми ведення війн зокрема, поступово перетворюються на об'єкт міждисциплінарних досліджень. У першу чергу це стосується явища та поняття гібридної війни – сучасної воєнної стратегії, яка

поєднує одночасно конвенційні мілітарні сили та іррегулярні утворення, дії у кіберпросторі, а також інформаційні операції та засоби економічного і дипломатичного тиску на противника [1].

Функціональне поєднання у межах гібридних конфліктів гетерогенних явищ і засобів вимагає комплексного підходу з боку представників різних галузей знань. Проте когнітивні та комунікативні аспекти феномену гібридної війни досліджені недостатньо, а потенціал когнітивно-лінгвістичних, дискурсологічних та наратологічних підходів у цій міждисциплінарній сфері залишається майже невикористаним.

Метою цього розділу є визначити семіотичні механізми когнітивної сфери гібридної війни. Символічно-знакова природа засобів, що використовуються як інструмент у гібридних війнах, дозволяє простежити механізми формування прихованих смислів та описати конфлікт інтерпретацій одних і тих самих подій як сутнісну характеристику війн гібридного типу. Особливості сприйняття й інтерпретації подій, пов'язаних з російською збройною агресією проти України, зумовлені як складною семантичною структурою концепту війни, так і особливостями його дискурсивної реалізації.

Теоретично ми відштовхувалися від розширеного розуміння положень когнітивної семантики про те, що вербальні та інші семіотичні засоби не просто репрезентують світ довкола нас, а з необхідністю містять його інтерпретацію. Гібридну війну потрактовано також у комунікативному аспекті, як різновид дискурсивної практики – у світлі запропонованої нами раніше ідеї про фізичний та дискурсивний модуси існування гібридної війни.

Матеріал та методологія. Матеріалом дослідження слугували дані вербальної репрезентації війни, дібрані з українських медійних текстів (2014 – 2016 рр.) та доповнені даними з мовних корпусів і соціальних мереж (FB, спорадично). Серед застосованих методів, крім політологічних підходів, використано положення фреймової семантики Ч. Філлмора, окремі прийоми критичного аналізу дискурсу (CDA), теорію концептуальної метафори Дж. Лакоффа і М. Джонсона, ідеї щодо аналізу стратегічних наративів тощо.

Гібридні конфлікти та їхня специфіка

Поняття гібридної війни виявилось 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, юридичних 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 (англ. *weaponization*) відбувається не тільки в медійній сфері. В прямому сенсі у ролі зброї, яка завдає ураження різного рівня системам противника, застосовуються і всі інші невійськові засоби ведення гібридної війни. Ці процеси базуються, зрештою, на механізмах когнітивного впливу і комунікації, тобто процесах обміну значеннями.

Попри наявність багатьох праць на теми гібридної війни, кількість яких стрибкоподібно збільшилася після 2014 р. і продовжує зростати, значна частина питань теорії і практики гібридної війни взагалі і специфіки ведення російської гібридної війни проти України зокрема залишається без відповіді. Гібридна війна, при спробі її проаналізувати, уподібнюється рухомій мішені, яка непередбачувано з'являється й зникає з поля зору. Маючи значну кількість підтверджених фактів і даних про гібридні воєнні дії, експерти стикаються з труднощами їхньої інтерпретації. У військовій та аналітичній спільнотах бракує єдності в розумінні сутності гібридної війни.

Головне дискусійне питання полягає в тому, чи змінилася природа сучасної війни, і чи створюють гібридні способи ведення війн принципово нові види воєнних конфліктів, сучасних і майбутніх? Чи, можливо, 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? Значення відповіді на ці суто теоретичні питання зростає, коли вирішувати їх доводиться в умовах гібридної війни –

правильна оцінка сутності воєнного конфлікту безпосередньо пов'язана з розробкою та перевіркою на практиці засобів оборони, захисту від агресії. Для України ці проблеми залишаються ключовими.

Деякі військові теоретики категорично відмовляють гібридним війнам у сутнісній специфіці, інші наполягають на тому, що така специфіка існує. Неприйнятним для багатьох експертів є надуживання терміна «гібридний», внаслідок чого він може застосовуватися настільки широко, що взагалі втрачає сенс. Останнім часом слово «гібридний» взагалі втрачає конкретне значення, перетворюється на модифікатор, який позначає щось неправильне, не справжнє. Це розмиває відповідну термінологію і стає на перешкоді аналізу явищ гібридної війни і гібридних загроз.

Внаслідок російської агресії проти України і набутого досвіду протистояння їй попередні теоретичні тези щодо характеру гібридних воєнних дій частково потребуватимуть уточнення та навіть перегляду. Насамперед це стосується поширеного уявлення про асиметричний характер гібридних загроз як таких, що застосовуються слабшим противником проти сторони з відчутно більшим військовим, технологічним, людським потенціалом, в основному недержавними акторами проти національних держав. Ця прийнята на початкових етапах дослідження гібридної війни теза виникла під впливом поняття «війни з терором» і отримала подальший розвиток у концепції гібридних бойових дій¹. Однак напад РФ на Україну продемонстрував, що гібридний конфлікт може бути міждержавним, хоча із застосуванням нападником також іррегулярних засобів. А коли нападником, як у випадку російської агресії, виступає противник з більшим економічним та воєнним потенціалом, співвідношення сил агресора і об'єкта агресії виявляється, порівняно з іншими іррегулярними конфліктами, зворотним, наближуючись до розподілу сил у традиційних воєнних конфліктах.

Існують також інші моменти, які вимагатимуть перегляду або уточнень. Наразі дослідники відзначають, що зміст терміна «гібридна

¹ Щоправда, при розробці концепції гібридної війни вже на початкових етапах була висунута теза, що джерелом гібридних викликів можуть виступати не тільки недержавні актори, а діапазон поєднання регулярних та іррегулярних тактик далі розширюватиметься. Див.: [13].

війна» зазнає змін порівняно з початковим вживанням [19], проте досі не було цілковито зрозуміло, в якому напрямі відбуваються зміни.

Розмитість і невизначеність природи сучасних конфліктів відбивається у множинності термінологічних назв для широкого спектру явищ: *гібридна війна*, конфлікти у «сірій зоні», або *сірі війни* (англ. *gray wars*), *необмежені конфлікти* (англ. *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 розвинутими технологіями у поєднанні зі свідомим використанням вразливих місць ІСБО західного світу [8].

Водночас, на нашу думку, гібридні війни мають сутнісну специфіку, як і інші типи новітніх воєнних конфліктів. Залишається фактом, що сучасні форми ведення війн породжують значну кількість нових воєнних, правових, а також соціальних, моральних та інших проблем, що вимагають невідкладних вирішень. У переліку цих проблем перебувають також когнітивні аспекти ведення новітніх війн.

Фізичний і дискурсивний модули гібридної війни: Полеми та полеміка

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. Комунікативні та когнітивні аспекти вивчення війн підвищують свою вагу.

Сучасні війни експерти розглядають як різновид ширшого поняття – «збройний конфлікт» (англ. *armed conflict*), яке передбачає дві обов'язкові складові частини – наявність організованих озброєних контингентів та залученість до бойових дій певної інтенсивності [10]. 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 не випадковим: не дарма давньогрецька назва війни *róleμος* (від якої походить слово *полеміка*) об'єднувала у своєму значенні і збройні, і словесні баталії. У семантиці війни, за даними давньогрецької мови, тісно пов'язані війна і слово, воєнна і словесна битва, спір, суперечка [17].

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 ін. подія – тільки в рамках її дискурсивного (насамперед вербального) осмислення. Фізичний модус існування війни завжди йде у супроводі її дискурсивного модусу. *Війни набувають сенсу і статусу війни лише разом із дискурсивними формами. Найбільш кривава сутічка не є війною, доки про неї не створено оповіді.*

Міфи, історичні хроніки, романи, репортажі, монографії, твори філософів та істориків, доповіді експертів і аналітиків, праці, присвячені воєнному мистецтву, праву війни та ін. – 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.

Основи семантики війни та воєнного дискурсу були закладені у давній Греції: це зв'язок війни зі словом (суперечкою, дискусією), і персоніфікованого бога війни Полема – з полемікою. Геракліт з Ефесу сказав про війну так: «Війна – батько всього і владар усього, одних вона виводить богами, інших людьми, одних робить рабами, інших вільними»¹.

¹ Англійський варіант перекладу цього фрагменту: War is father of all and king of all; and some he manifested as gods, some as men; some he made slaves, some free.

Німецький філософ М. Гайдеггер спеціально писав про цей фрагмент Геракліта, інтерпретуючи *lóletos* (у значенні якого поєднана семантика протистояння та словесної дискусії) як загальний онтологічний принцип у своїй концепції людського існування, розуміння істини та інтерпретації історії [12].

Філософську інтерпретацію цього фрагменту Геракліта доповнює але не дублює філологічно-дискурсивне пояснення, запропоноване А. Білецьким. Фокусом пояснення виявляється не абстрактна семантика війни, не персоніфікований Подем, а «Іліада» Гомера. А. Білецький трактує слова «глибокодумного Геракліта», як натяк на те, що перший відомий нам твір давньогрецької літератури був присвячений воєнній темі – збройному конфлікту ахейської і троянської коаліцій» [26]. Згідно з цим розумінням можна припустити, що війна та її опис Гомером з'являються – не в хронологічному, а в культурному сенсі – одночасно, і роль цієї події є визначальною. Війна та присвячений їй твір виконують роль батька, дають європейській культурі життя, зберігаючи далі, як батько й володар, владу над нею.

Словам про роль Гомера сьогодні вторить С. Жадан, який завершив роман за досвідом сучасної війни, яку веде РФ проти України на Донбасі. «Про війну свого часу все написав Гомер, – відповідає він журналісту, – а ми тільки пишемо варіації» (<https://www.svoboda.org/a/28703219.html>).

Понятійний зв'язок війни та слова, фізичної і словесної боротьби, зафіксований давньогрецькими текстами, зберігається протягом тисячоліть. Наприклад, Дж. Лакофф та М. Джонсон, у відомій праці «Метафори, що ними живемо» [15], як зразок концептуальної метафори наводять ARGUMENT IS WAR («суперечка це війна»), без будь-яких згадок про давнього Полема, але слухняно відтворюючи ту вихідну, базову концептуальну схему.

Таким чином, семантичний зв'язок війни та полеміки, спорів, словесних битв, дійшов до нас неушкодженим, попри відсутність генетичної спорідненості з грецькою назвою слів, що позначають війну в інших індоєвропейських мовах (наприклад, лат. *bellum*, англ. *war*, укр. *війна* та ін.).

Зв'язок війни із словесними подіями, перформативами, підтверджує роль, яка надається фактові оголошення війни. *Оголошення війни* – це

мовний і водночас соціальний акт. Це словесна формула, яка є політичною дією, що спричиняє перехід до нового стану справ у реальній дійсності. Суб'єктом оголошення війни може виступити лише політичний лідер, тобто політик, наділений відповідною владою, або інституція (уряд). На рівні дискурсу суб'єктами дії виступають держави, які «оголошують» війни. Окреме питання – співвідношення політичної дії з юридичною.

У традиційній свідомості і в сучасному публічному українському дискурсі існує стійке уявлення, 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 [10]. 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). Для того, щоб розпочати війну, досить лідеру однієї з сторін оголосити про це усно. Але для формального закінчення війни, як правило, потрібні письмово оформлені документи. Недарма війну *оголошують*, а мир – *підписують*. Але в обох випадках це особливі різновиди мовних актів, перформативів.

Можна згадати також про розмови, чутки, тобто вербальні дії й 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» (*wiki.kubg.edu.ua/Словник_Бориса_Грінченка*).

Дебати (вербальні суперечки, полеміка) навколо «правильної» назви війни на Сході України і незаконної анексії Криму, вимоги «назвати війну війною» перетворилися на важливий складник нинішнього конфлікту.

Позначення «антитерористична операція» (АТО) у публічному вимірі часто сприймалося як таке, що знижує рівень подій, що відбуваються в Україні, і не відбиває суті конфлікту між державами та ролі РФ як нападника. Спроби політиків та експертів пояснити правомірність офіційної назви здебільшого неефективні. Вимога до влади «назвати війну війною», що виникла з початком агресії РФ, не втрачає актуальності і час від часу, залежно від внутрішніх та зовнішніх обставин, загострюється.

Прибічники цієї позиції вважають – і небезпідставно – що зміна назви (АТО на «війна») тягнучим за собою практичні наслідки, хоча навряд чи уявляють собі їх у повному обсязі.

На рівні медійного (та новомедійного) дискурсу широко вживаним донедавна було позначення *неоголошена війна*. Пор. регулярні заголовки на зразок «*Неоголошена війна в Україні вже забрала тисячі життів*» або, з уточненням, «*Неоголошена війна Росії на Сході України*», а також назви документального фільму, книги «Неоголошена війна. Невідомі факти і хроніки АТО» 2015 р. З одного боку, «неоголошена війна» є полемічним позначенням щодо АТО, бо містить слово *війна*. З іншого – тут міститься ледь прихований докір українській владі – адже неоголошена війна на рівні загальноприйнятих уявлень є такою, що відхиляється від певного ідеалізованого зразка.

Окрему проблему для публічних дискусій становить назва *гібридна війна*. Чи є вона справжньою війною? З погляду загальноприйнятих уявлень відповідь напрошується «ні». «*Ця війна – на знищення. Або ми, або вони. Якою б «гібридною» і «несправжньою» вона комусь не здавалася*», – пише блогер і письменник А. Санченко, відбиваючи, тим самим, поширені публічні уявлення.

Так, доходимо загального висновку, що війна реалізується як в матеріальному (фізичному), так і в дискурсивному (мовленнєвому, текстовому) 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.

Символічні механізми когнітивного впливу

Вважають, що розрізнення когнітивної (ментальної) та фізичної сфери війни вперше провів у ХХ столітті британський військовий теоретик Дж. Ф. Ч. Фулер¹. Однак його уявлення про когнітивну (ментальну сферу) базувалися на тогочасних уявленнях про структуру психічного. Сучасні досягнення когнітивної науки дають можливість по-новому підійти до аналізу когнітивної сфери війни.

Деякі кроки у цьому напрямку здійснюються згідно з фокусом сучасних когнітивних досліджень на структурах знань [21], а останнім часом у зв'язку з роллю контролю над інформацією для війн останнього, п'ятого, покоління [23]. Однак досі поза увагою військових теоретиків та практиків залишаються конкретні механізми когнітивного впливу, які мають символічно-знакову природу. Йдеться про здатність по-різному концептуалізувати, за допомогою знаків, символів, стратегічних наративів, один і той самий об'єкт чи подію, а саме гібридну війну.

Під час гібридної війни, так само, як в інших новітніх конфліктах, зокрема, пов'язаних із тероризмом, символічні компоненти виходять на перший план і починають відігравати ледь не вирішальну роль. Вони пов'язані зі смислами, з особливостями розуміння подій. А носіями передачі смислів є вербальні засоби (слова, словосполучення, тексти) та невербальні реалізатори (візуальні, звукові, тощо).

Матеріальний бік візуальних та звукових символів є більш «помітним». Натомість слова знайомої і зрозумілої мови у звичайних

¹ Його схема є тричастною, і включає також сферу, яку він називає моральною. Остання відсилає до таких понять, як страх, сміливість та моральні принципи сторін, що воюють. Сучасні дослідники вважають моральну сферу надто суб'єктивною, такою, що має справу з речами, невідчутними «на дотик» [16].

умовах комунікації сприймаються лише з погляду змісту, що стоїть за ними. Подвійна – матеріально-ідеальна природа словесного знаку¹ – залишається поза увагою людини, внаслідок чого створюється хибне враження про можливість мати справу зі змістом, значенням, концептами, образами (як би не позначати ці ментальні сутності), так би мовити, напругу. Насправді прямого, неопосередкованого матеріально вираженими знаками, доступу до смислу ми (поза сферою телепатії та містичних практик) не маємо [5], відтак шлях до розуміння когнітивної сфери гібридної війни пролягає через вивчення символів, слів, наративів, що її репрезентують.

Йдеться насамперед про символи владного домінування противника (нападника), що набувають поширення за допомогою засобів масової інформації. Цей факт, у зв'язку з терористичними атаками, був відзначений журналістом Т. Коплером, який стверджував, що ЗМІ, насамперед телебачення, з одного боку, і терористи з іншого, потребують одне одного, вступають у симбіотичні відносини. «Без телебачення, тероризм стає чимось схожим на гіпотетичне, описане філософом, дерево у лісі: ніхто не чує, як воно падає, і тому в нього не має підстав, щоб існувати». А для телебачення тероризм є однією з найбільш цікавих речей, і тому воно не може відмовитися від його показу [7]. Щоправда, за останні кілька років телевізійне висвітлення терористичних актів стало обмеженішим, частково через те, що тероризм став сприйматися за належне.

Для гібридної війни існує такий самий симбіотичний зв'язок між гібридним агресором і сучасним інформаційним середовищем, що включає медійні і новомедійні засоби (інтернет та соціальні мережі) – без соціальних мереж сучасна гібридна війна втратила б сенс. Крім того, на відміну від війни з терором, інформаційний простір у цьому випадку перетворюється на простір безпосереднього ведення воєнних дій, а інформація – на зброю, з цілком реальним руйнівним ефектом, при застосуванні якої руйнуються не фізичні об'єкти, а уявлення про дійсність.

Інформаційне середовище в умовах гібридної війни виходить за медійні межі, охоплюючи всі сфери публічної комунікації. Це публічний

¹ О.С.Мельничук

дискурс, де висловитися може кожен. Публічний дискурс включає будь-яку публічну комунікацію (усі види медіа, соціальні мережі, публічні виступи, політичні дебати, офіційну частину дипломатичної активності). Він є механізмом для обміну смислами, для конструювання ідентичностей і створення версій розуміння подій. Зрештою, публічний дискурс формує порядок денний для проблеми Донбасу в Україні та в світі.

Особливість цієї війни полягає в тому, що, цитуючи британського генерала сера Ніколаса Гаутона, раніше в історії головною метою військової операції було досягнення цілі через фізичну активність (руйнування, географічні захоплення тощо), а те, що відбувалося далі – зміни на когнітивному рівні, були наслідком дій у фізичній реальності. Тепер війна та фізичне насильство є неможливими без онлайн супроводу, без використання соціальних мереж з метою маніпулювати думками та сприйняттям подій [14].

Однак насправді, на відміну від поширених поглядів, публічний дискурс не є сферою, де можна легко маніпулювати й легко вводити нові сенси. На порожньому місці неможливо створювати нові уявлення, так само як руйнувати старі. Успіхи РФ у «зобмуванні» власного населення і частини всього світу базуються на використанні існуючих інтерпретаційних схем, укорінених на рівні повсякденних уявлень, що беруться як даність та перебувають за межею критичного осмислення.

Фактор перспективи

Фактор перспективи має принципове значення для розуміння гібридної війни, хоча досі не отримує належної уваги в сучасних дослідженнях. Йдеться про відмінні підходи до явища гібридної війни та його концептуалізацію залежно від ролі сторін у конфлікті або навколо нього.

Історія сучасних гібридних воєн дозволяє виокремити три перспективи, або три основні точки зору сприйняття подій гібридного конфлікту: агресора, об'єкта гібридного нападу і спостерігача, здатного приєднатися тією чи іншою мірою до однієї зі сторін конфлікту або – за інших умов – виступити в ролі сторони в іншому гібридному конфлікті.

Приклад російської гібридної агресії проти України дає відносно чіткий розподіл ролей сторін з трьома названими варіантами перспективи: Росія діє у ролі нападника, що порушив територіальну цілісність суверенної держави (анексія Криму і бойові дії на Донбасі). Перспектива України визначена позицією об'єкта агресії. Роль спостерігачів та союзників на боці України в невійськовому вимірі гібридної війни відіграють стратегічні партнери України – США, інші країни НАТО, більшість країн ЄС. Ця схема не претендує на повноту, вона має привернути увагу до проблеми перспективізації конфлікту. Інтереси і цілі учасників зумовлені зрештою перспективою – точкою зору на події, визначеною конкретною позицією в конфлікті.

Кожна з названих точок зору визначає особливості поведінки і цілі сторін, а також містить певні можливості зміни перспективи. В умовах гібридної війни нападник намагається, попри очевидні факти, приховати факт агресії і зобразити із себе не нападника, а миротворця. Спостерігач, за умови підтримки однієї зі сторін, намагається дотримуватися критеріїв об'єктивної оцінки ситуації, тобто не виключає наявності елементів правоти в діях агресора. Отже, орієнтація на об'єктивність у позиції спостерігача (у ролі якого виступають, зокрема, європейські країни Нормандського формату) є за визначенням суперечливою – у практичному вимірі спостерігач частково підтримує позицію агресора щодо виконання його політичних цілей і водночас послідовно застосовує заходи щодо стримування нападника.

Перспектива РФ у війні гібридного типу зумовлена її позицією агресора щодо України. У цій ролі РФ застосовує проти України комплексне поєднання традиційних військових засобів, методів спецоперацій та підривної діяльності, засобів проксі-війни з використанням сепаратистсько-терористичних угруповань, а також засобів інформаційного, економічного та дипломатичного тиску.

Говорячи про перспективу України щодо гібридної війни, маємо виходити з її позиції та стану об'єкта гібридного нападу. Ця позиція сторони конфлікту є найбільш морально твердою, оскільки право на оборону та захист не є предметом дискусій і не потребує додаткових аргументів. Водночас

стратегія та тактика захисту об'єкта агресії в умовах гібридної війни є вельми складною і потребує задіяння всіх наявних національних ресурсів.

Таким чином, на підходи до гібридної війни впливає фактор перспективи, зумовлений як історико-політичними чинниками, так і конкретною позицією тієї або іншої сторони у гібридному конфлікті або навколо нього. З точки зору об'єкта агресії можливості змінити умоглядну перспективу у погляді на конфлікт, є найменшими, якщо взагалі існують. Ставати на «об'єктивну» точку зору стороннього спостерігача, не кажучи вже про позицію агресора, для України неможливо, оскільки **це поставить під сумнів можливість жорсткого протистояння політичним вимогам противника**, тобто перешкоджатиме досягненню перемоги над противником у когнітивному вимірі, яка для гібридної війни є не менш, а може більш важливою, ніж перемога у воєнному плані.

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

У воєнному (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 controvertible 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 існуючих 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 у ЗМІ та соціальних мережах у зв'язку з російською агресією в Україні та її наслідками.

Дискурс гібридного конфлікту не обмежується медіаною сферою, виходить за її межі. Крім паперових, електронних та інтернет-медій 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 воєнного 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 права війни.

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, на перший план виходить мета досягнення миру. Натомість *справедлива війна*, тобто війна проти агресора, передбачає досягнення перемоги задля встановлення миру. Так, концепт миру, що позначає «нормальний», або «звичайний» стан суспільства, у дзеркалі когнітивно-семантичного аналізу виявляється похідним від концепту війни та конкретного способу його категоризації [6].

Дискурсивні практики реалізуються через ті або інші стратегічні наративи [18]. 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 [4]. Водночас розходження інтерпретацій зумовлене, зрештою, фактором перспективи – позицією сторони в конфлікті.

Битва наративів

В умовах гібридної війни конфлікт інтерпретацій подій перетворюється на зброю. Факти втрачають роль остаточного доказу, відповідність наративу фізичному стану речей відходить на задній план. *Інтерпретаційна складова гібридної війни, або когнітивний вимір ведення гібридних воєнних дій реалізуються за допомогою дискурсивних вербально-семіотичних засобів.*

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 воєнного 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 воєнного конфлікту наведено з урахуванням даних ресурсу FrameNet щодо загального фрейму «ворожого зіткнення» (англ. *hostile encounter*), який на лексичному рівні включає іменники *війна* (англ. *war*), *битва*, *боротьба* та інші поняття з цього ряду) [11].

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 не вповні 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 участі 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 визнати 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 агентствами, в Україні відбувається конфлікт між ЗС України та підтримуваними РФ «повстанцями» на Сході країни. Існує також поширювана з РФ версія щодо того, що на території України Росія воює із Заходом (варіант – воює із США). Названі версії є контрверсійними і практично не припускають узгодження. Це означає, що вони не можуть бути правдивими одночасно.

Отже, 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 воєнним 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» [22].

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

Очевидні й неспростовні свідчення на підтвердження існування міжнародного збройного конфлікту 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

Упсали [24]). Формат Мінських перемовин був 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 [16]. Це переводить питання у вимір смислів та їхнього конструювання. В умовах гібридної війни перемога переміщується зі сфери мілітарних бойових дій, що відбуваються у фізичній реальності, до когнітивного (ментального) виміру війни, а полем боротьби за неї стає боротьба за домінування смислів та інтерпретацій.

З логіки розуміння війни на Донбасі як конфлікту між РФ і Заходом (країнами НАТО) випливає, що «воєнна перемога над Росією на Донбасі неможлива». Ці слова надзвичайного і повноважного посла Німеччини в Україні Ернста Райхеля були сприйняті в Україні як твердження про неможливість воєнної перемоги України над Росією. Однак панові Райхелю йшлося про інше – про неможливість війни між НАТО та РФ, замість якої ведеться політика «залякування Росії» з боку НАТО, застосовуються санкції проти РФ тощо. У цій схемі завданням України стає не боротьба з агресором, а виконання Мінських домовленостей, проведення внутрішніх реформ, боротьба з корупцією тощо.

При інтерпретації російсько-української гібридної війни як конфлікту між РФ та Заходом роль України як об'єкта агресії фактично уподібнюється ролі заручника терористів, якого використовують для виконання висунутих терористами вимог. РФ у цій схемі виконує роль держави-терориста, натомість країни Заходу намагаються «звільнити» Україну – мирним шляхом і з найменшими втратами. Таке розуміння не передбачає завершення війни перемогою України – йдеться лише про мінімізацію шкоди.

На відміну від бачення держави-агресора і, певною мірою, країн-партнерів, з перспективи України у цій війні маємо двох головних

учасників: Україна як об'єкт агресії і РФ як країна-нападник. Погодитися на інтерпретацію російсько-української агресії як війни РФ із Заходом Україна не може, оскільки в цьому випадку не береться до уваги найголовніше: четвертий рік ведення бойових дій на території нашої держави, тисячі жертв, кількість яких щоденно збільшується, близько 2 млн переселенців, усі економічні, гуманітарні, психологічні втрати. Тому перемогою для України має стати перемога у війні з агресором. Однак агресор, який не визнає свою роль як учасника конфлікту і подає себе як миротворця, не передбачає для себе будь-якого визнання поразки.

Ще складніше говорити про зміст перемоги й поразки в умовах, коли час і форми завершення гібридної війни залишаються невизначеними, а статус конфлікту чітко не окресленим.

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 з точки зору відповідальності гібридного агресора.

Проте наразі тема закінчення війни, поза вимогами покарати агресора і міркуваннями про долю Криму і Донбасу, в українському публічному дискурсі майже не представлена. Це принципово відрізняє нинішню війну від Другої світової, де ця тема концептуалізувалася як «повернення до мирного (довоєнного) життя». У сучасній Україні подібний «мирний» наратив нав'язується деякими представниками опозиції, однак він надто погано узгоджується з нинішніми внутрішньоукраїнськими та міжнародними реаліями.

Зв'язок концептів перемоги і поразки у фреймі гібридної війни залишається неясним. За правилами «звичайної» війни перемога має бути проголошена спеціальною вербальною дією, як *підписання миру* (подібно 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.

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 в контексті критики влади, як засіб дорікнути представникам владних структур за відхилення від «ідеалів Майдану» і *зраду* цим ідеалам [4] (рідше – і частіше іронічно – говорять про *перемогу* для схвалення дій громадськості, якій вдається відстояти свої інтереси). Модель протиставлення *народ – влада* часів Майдану зими 2013 – 2014 рр. частково зберігає свою роль в типологічно подібному протистоянні громадськості і влади (хоча влада за цей час змінилася).

Якщо взяти до уваги, що однією з цілей гібридної війни РФ проти України є підірив легітимності української влади та роздмухування внутрішньополітичних суперечностей, цей випадок зовні «нелогічної» інтерпретації *перемоги* як антоніма *зради* (а не *поразки*) цілком вписується до контексту гібридної агресії.

Нині спостерігаємо поширення нового варіанту «внутрішнього» розуміння перемоги – як перемоги над корупцією, що подається як важливіша за перемогу у війні. Чути заклики до «перемоги над собою», без якої начебто перемога над агресором є недосяжною. «В нас немає шансів на перемогу над зовнішнім ворогом, якщо ми не зможемо перемогти самих себе у війні, в якій ми як держава поки що програли всі основні битви, – війні з корупцією», – пише А. Коболєв у тижневику «Дзеркало тижня. Україна» (19 травня 2017 р.). Замість *перемоги* тут стверджується факт *програшу основних битв і відсутності шансів*

на перемогу над зовнішнім ворогом. Метафоричне переведення боротьби з корупцією, яка сама по собі є необхідною, на рівень реальної війни, що точиться на Донбасі, є не просто маніпулятивним прийомом, воно виконує роль інформаційної та смислової зброї, підставляючи на місце перемоги поразку.

Поряд із перемогою в українській публічній сфері дебатуються інші варіанти закінчення війни. Так, заклики «припинити війну» створюють враження, що це справа волі (і бажання чи небажання) політичних лідерів. Ця картина не відповідає реальності воєнних подій, однак вписується у схему її неправдивого розуміння як «громадянського конфлікту» або «братовбивчої війни», що розвивається за концептуально-метафоричною логікою родинного конфлікту і має припинитися за втручання лідера-«батька». Нав'язувана противником концепція *громадянської війни* в Україні вчергове знецінює зміст і значення перемоги, намагаючись заступити її концептом *ПРИМИРЕННЯ*.

Категоризація війн і когнітивні метафори

Концепт війни, інтуїтивно зрозумілий і загальновідомий, насправді виявляється складним і не таким однозначним при спробі позначення конкретних подій. І справа не тільки в тому, що сучасні війни принципово відрізняються від воєн часів Фукідіда. Точніше було б сказати, що технологічна модернізація лише гранично загострила відомі проблеми.

Складається враження, що нині настав час, передбачений одним впливовим американським військовим аналітиком, який понад 10 років тому, писав: «У кінцевому підсумку ми змушені будемо мати справу із заплутаною дійсністю, яка не вкладається в комірки концептуальних категорій» [25]. Тоді йшлося про зміни стратегічних концепцій НАТО та США внаслідок змін у безпековому довіллі після 11 вересня 2001 р. Сьогодні, після російської агресії в Україні, ця нова неупорядкована реальність уже оточує нас. І виявляється, що орієнтація в ній теоретично й практично пов'язана з розв'язанням деяких когнітивних проблем категоризації.

У сучасній когнітивній науці прийнято розрізняти класичний підхід до категоризації (пов'язаний з Аристотелем) і некласичний, або підхід, пов'язаний

із теорією прототипів. Останній спирається на ідеї пізнього Л. Вітгенштейна, праці психолога Е. Рош та інших дослідників.

Класичний підхід передбачає наявність спільних властивостей у всіх членів категорії і чіткі межі між категоріями. Питання про належність об'єкта до категорії у його межах вирішується однозначно – так або ні. У некласичному підході Вітгенштейна використаний принцип «сімейної подібності» (англ. *family resemblance*). Категорія формується за принципом змінних наборів спільних рис, як це буває у різних членів родини (колір очей, риси обличчя тощо), ці риси взаємно накладаються і перехрещуються, тобто структура категорії не є жорсткою. На цій останній ідеї побудована сучасна теза про принципову множинність категоризації.

Якщо спробуємо поглянути на категорію подій, що позначаємо словом «війна», то побачимо, що сюди можна або слід було б включити, крім війн, що відомі з історії (Пелопонеські війни, Столітня війна, наполеонівські війни, Перша і Друга світові війни, Шестиденна війна і т.д.) та новітніх високотехнологічних воєн, також «зоряні війни», «космічні війни», численні комп'ютерні ігри з віртуальними війнами, війни у стилі фентезі з літератури і кінематографу, футурологічні (анти)утопії тощо. Крім того, до категорії воєн можна було б віднести війну добра зі злом, світла і темряви тощо.

Придивляючись до дискурсу на теми сучасної війни в Україні, бачимо, що деякі з названих фантастичних чи метафоричних різновидів війн відіграють значну роль у репрезентації концепту (пор. *Росія – це Мордор*, з використанням образу з роману Толкієна «Володар кілець» у жанрі фентезі, або з фільму за цим романом). Такі інтерпретаційні моделі проникають в офіційний дискурс, так, у промові Президента України П. Порошенка з нагоди Дня Незалежності 2015 р. «Новоросію» названо міфом, «країною Мордор». Під впливом есхатологічних моделей боротьби світла й темряви формується розуміння ролі України як цивілізаційного форпосту, що стоїть на захисті Європи. Це також стало частиною офіційного політичного дискурсу.

Поняття гри є близьким до поняття війни за багатьма параметрами, війна не випадково припускає осмислення в ігрових термінах. Гра є базовим

поняттям і для сфери політики: картярські, шахові, театральні аналогії буквально пронизують політичний дискурс. Концептуальна метафора ПОЛІТИКА – ЦЕ ГРА є вельми поширеною. Так само поширеною є метафора ПОЛІТИКА – ЦЕ ВІЙНА – діяльність політиків регулярно описують у термінах воєнних баталій (політичні *вороги б'ються за перемогу* на виборах, застосовують при цьому *політичну зброю, маневрують*, мають *армію* прихильників і т.д.). Це настільки звично, що метафоричний характер політичних дій майже не помітний.

Поряд з цим існує також концептуальна схема ВІЙНА – ЦЕ ГРА. Хоча реалізується вона дещо по-іншому. Тут на перший план виходить не агресія, яка є природним складником війни, а такі елементи, як випадковість і непередбачуваність. Найвідоміший теоретик війни Клаузевіц вважав, що з усіх видів людської діяльності війна найбільше нагадує гру в карти. Деякі дослідники вважають, що у репрезентації війни існують дві основні схеми, що конкурують. З одного боку ВІЙНА – ЦЕ КАТАСТРОФА (або: ВІЙНА – ЦЕ ПЕКЛО), а з іншого – ВІЙНА – ЦЕ ГРА (ВІЙНА – ЦЕ СПОРТ) [9].

Події війни набувають відмінного і навіть протилежного вигляду, інтерпретуються по-різному, залежно від того, хто саме їх сприймає. Солдат на передовій бачить війну інакше, ніж ті, хто в тилу, військовий – не так, як цивільний, картина війни у нападника може ні в чім не нагадувати сприйняття війни з боку сторони, на яку здійснено напад.

Далі розглянемо декілька актуальних когнітивних схем, пов'язаних з репрезентацією війни в українських текстах.

Війна як стихія (вогонь, вітер, вода) і як хвороба (мор). Розуміння війни як природного явища має глибоке культурне і хронологічне коріння. Ще Фуکیدід, найвідоміший з античних теоретиків війни, порівнював її зі стихійною силою, природними лихами (як землетрус, засуха), непередбачуваними бідами, що валяться на людський рід. Ця концептуальна схема і сценарій, що їй відповідає, має численні наслідки для інтерпретації подій, пов'язаних з війною, та діями учасників.

Поширеною у нас когнітивною метафоричною схемою репрезентації війни є «ВІЙНА – ЦЕ РУЙНІВНА СТИХІЯ (СТИХІЙНЕ ЛИХО)». У її межах

війна постає неконтрольованою силою. Моральні питання та проблеми відповідальності тут виводяться за дужки – стихія виникає і діє сама по собі.

За українськими даними, війна досить регулярно представлена у вигляді вогню, пожежі: «... вона *тільки розгоралась* і їй не видно було кінця» [31] (тут і далі приклади з української художньої літератури відібрано з Національного корпусу російської мови. Цей варіант реалізації розглядуваної схеми є, можливо, найочевиднішим. Вирази *вогонь війни, пройти крізь вогонь війни* загальновідомі, і пов'язані насамперед з описами подій Другої світової війни. Кіноповість О. Довженка має назву «Україна у вогні». Репрезентація війни як пожежі в Україні була підтримана страшними реаліями каральних операцій 1941 – 1943 рр. і спалених під час них сіл [10]. Вогонь пов'язаний також з темою спогадів про минулу війну (*Вогняним смерчем увірвалось на нашу землю страшне лихо*) і є символом пам'яті про неї (вічний вогонь як складова частина пам'ятників загиблим), що має опору в поминальних традиціях.

Крім вогню, війна осмислюється через стихії вітру і води. Це насамперед гроза, буря. Роки війни в радянській літературі позначали як *буремні*. Проте зв'язок з буревієм і водою давніший: «*Бо війна корчує ліси, корчує села і озером сльози збирає, життя топить*» [34].

У межах цієї схеми війна виступає у ролі активної сили. Ми звикли до виразів *війна нищить, руйнує*, проте не звертаємо уваги, що війна діє в таких випадках, як живий суб'єкт. Пор. сталий вираз *зруйновані війною* (міста, будинки, інші артефакти). Це не випадково: війна як природна стихія руйнує те, що належить до сфери культури.

Розвиток цієї метафоричної схеми в окремих авторів приводить до приписування війні здатності здійснювати контрольовані і цілеспрямовані дії, навіть думати і здійснювати задум, тобто діяти з із задалегідь запланованим наміром: «*Задумала війна одібрати у неї й її другого сина*, і покликали Андрія до військової служби» [32]. Це явний випадок яскравої індивідуально-авторської метафори, яка, однак, не виходить за межі описаної моделі.

Усталеним є також вираз *війна забрала (одібрала, взяла)*. Війна забирає у матері синів, у молодих – кохання і надії. Ця формула, як

показують наші дані, набула особливої актуальності при описі подій нинішньої війни. Пор. численні заголовки: «*Війна забрала чоловіка* за кілька днів до дня народження дружини»; «*Війна забрала життя чоловіка* Тетяни Чорновола». Тут знов бачимо, що поведінка війни подана як «цілеспрямована» – дієслово *забрати* описує контрольовану дію.

Крім того, формула *війна забрала* має явну паралель із фразеологізмом *вода забрала (взяла)*. Пор.: «*Ця вода забрала, знищила мало не все, що мав Демко*» [28]. «Надаремно Іван поспішав з полонини: він не застав Марічки живою. За день перед сим, коли брела Черемош, *взяла її вода*» [29]. Цей вираз часто трапляється у сучасних заголовках (наприклад, «*Велика вода забрала життя сотень людей на Філіппінах*»). Паралельними за значенням і структурою є традиційні вирази *узьяла річка, узьяла могила*. Таким чином, у випадку репрезентації війни як водної стихії маємо справу з моделлю, глибоко вкоріненою у народну традицію. Війна як стихія виступає в активній ролі. Натомість людині у цій когнітивній схемі, яка репрезентує війну як стихійне лихо, відводиться пасивна роль – терпіти страждання, чекати («Якби мені хто сказав, що, *як упаде квадрильйонна крапля, тоді вийде війні кінець, тоді вернеться мій Оврам, я б перещитала*» [30]); перебути війну, як перебувають негоду: «Аби студінь перезимувати, аби рости увесні, аби вітрові не даватися та *й аби війну перебути*» [34].

Варіантом цієї ж схеми можна вважати когнітивну метафору «*Війна – це епідемія смертельної хвороби*». Так, за допомогою давньогрецького *loimós* «мор, чума», описує війну Фуکیدід. Деякі дослідники припускають, що в лаконському діалекті давньогрецької мови це слово мало значення «голод» [20].

І в українських письменників (М. Коцюбинський, Л. Костенко) війна опиняється в одному ряду з мором, холерою, голодомором. «Війна, як смертельна хвороба, що передається» – назва статті 2010 р., присвяченої міркуванням про Другу світову війну. «Війна – це хвороба, як чума», – пише блогерка у травні 2015 р., маючи на увазі війну на Сході України. В сучасних текстах війна постає як хвороба, що руйнує не так тіла, як душі людей.

Війна як подорож. Складається враження, що ця схема також має глибоке культурне коріння. У її межах війна протиставлена дому. Солдати

повертаються додому як мандрівники. На час війни контакти з родиною обмежені або перериваються.

Вдома можуть відбуватися катастрофічні зміни (зрада дружини, смерть близьких тощо). Рідний дім за час відсутності господаря на війні стає незнаною – і навіть ворожою – територією. «Перед ним раптом повстає відпускний солдат, який, *прийшовши вночі з війни додому*, застає на брачному ліжку свою жінку з сусідським дванадцятилітнім хлопчиком» [33].

Інколи втрата дому й родини постає як покарання за неправильну поведінку воїна-мандрівника, який піддається спокусам (що дещо нагадує античні сюжети з Одисеем): «Аж після війни дізнався, що, *доки він ходив із своїми ленд-лізами, втратив сім'ю*: в один день, в один змиг ока загубив найдорожче – дружину й дітей малих» [27].

У текстах про нинішню війну в Україні цей сюжет набуває дещо відмінного вигляду через іншу перспективу: коли боєць повертається додому змінюється не дім. Іншим, «не тим», виявляється він сам. Зміна ідентичності героя нагадує результат перебування у «іншому світі». Світи мирного життя і війни виявляють несумісність. За цими ознаками світ війни нагадує потойбічний світ (пор. згадану вище схему «ВІЙНА – ЦЕ ПЕКЛО»).

«Не той чоловік». Чому солдатам так важко повертатися з війни у сім'ю» – цей заголовок матеріалу в «Українській правді» (*від 05.05.2016, <https://life.pravda.com.ua/columns/2016/05/5/211873>*), присвячений проблемам адаптації до мирного життя, досить чітко описує ситуацію і в аспекті, який нас цікавить. «Нерідко це справжня нова драма і війна. Вже вдома», – пише автор. Характерно, що наслідком повернення з війни тут також стає втрата сім'ї: дружина йде від чоловіка, який став іншим, або той йде з дому сам.

Проведений аналіз свідчить, що концепт війни має динамічну структуру. Прототипний характер Другої світової для категорії подій, яка об'єднує війни, очевидно, спочатку впливав на сучасні уявлення про війну, також і на ментальну репрезентацію російської агресії в Україні. Водночас тут відбувається помітний зсув: нинішня війна поступово переміщується для громадян України до центру категорії. Про це свідчить вираз *до війни*, який до 2014 р. вживали майже виключно у сенсі «до 22 червня 1941 р.», а тепер *до війни* позначає часи до російської агресії.

Висновки

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

Перспективізація конфлікту має суттєве значення для розуміння гібридної війни та конфлікту її інтерпретацій. Можливості змінити умоглядну перспективу у погляді на конфлікт для об'єкта агресії, є найменшими, якщо взагалі існують. Ставати на «об'єктивну» точку зору стороннього спостерігача для України неможливо і недоцільно, оскільки це поставить під сумнів можливість жорсткого протистояння політичним вимогам агресора.

Інтерпретаційна складова гібридної війни, або когнітивний вимір ведення гібридних воєнних дій реалізується за допомогою дискурсивних вербально-семіотичних засобів, оформлених як стратегічні наративи. Стратегічні наративи спираються на певні понятійні схеми, або сюжети, що підлягають виявленню.

Виявлення базових стратегічних наративів, пов'язаних з російською гібридною агресією, є вкрай актуальним для інформаційної політики, для комунікації з міжнародними партнерами, а також для розробки нових методик когнітивної протидії гібридній агресії.

Відбуваються зміни у концептуалізації війни в українській публічній сфері. Здійснився відхід від уявлення про Другу світову як про «головну війну», або війну-прототип, що зменшує проникність відповідних деструктивних російських пропагандистських впливів. Сучасна війна на Донбасі стає маркером у періодизації життя людей в Україні.

Перемога у гібридній війні – перемога не воєнна, а смислова. Це невиконання політичних вимог противника і збереження Україною свого існування як самостійної держави. Щоб здобути перемогу, треба

переконливо окреслити її політичний і моральний сенс. Однак уявлення про закінчення війни, крім вимог «покарати агресора», «припинити війну» та міркувань про долю Криму і Донбасу, залишаються несформованими і перебувають поза суспільним консенсусом. Необхідно здійснювати кроки в інформаційній сфері для заповнення цієї лакуни.

Наратив «громадянської війни на Донбасі», нав'язуваний РФ і частково прийнятий нашими західними союзниками, справляє значний негативний вплив на можливості боротьби з агресором у дипломатичному, правовому, інформаційному вимірах. Вибір неправдивої версії внутрішнього конфлікту як базової для Мінського процесу є перешкодою для реалізації Мінських угод. Цей наратив знецінює зміст і значення перемоги, підставляючи на його місце концепт примирення.

У ситуації війни із застосуванням конвенційних військових засобів, з реальними фізичними руйнуваннями і смертями, «мирні» концепти можуть бути неефективні. Пряме застосування в публічній сфері «концептів миру» здатне породжувати додатковий шар конфліктних смислів. Змішування воєнних, правових, моральних аспектів гібридної війни збільшує рівень взаємної недовіри та підвищує ризики внутрішньої дестабілізації в суспільстві.

Список використаних джерел

1. Горбулін В. П. Гібридна війна: все тільки починається / В. П. Горбулін // Дзеркало тижня. – 25.03.2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gazeta.dt.ua/internal/gibridna-viyna-vse-tilki-pochinayetsya.html>.
2. Дворецкий И. Х. Древнегреческо-русский словарь : [в 2-х т.] / И. Х. Дворецкий. – М. : ГИС, 1958.
3. Легасова Л., Шевченко М. Спалені села (1941 – 1944 рр.) : український вимір трагедії / Л. Легасова, М. Шевченко // Сторінки воєнної історії України : [збірник наукових статей]. – К. : Інститут історії України НАН України, 2010. – Вип. 13. – С. 154-169.
4. Яворська Г. М. Мова як складник конфлікту / Г. М. Яворська // Media Studies. Междисциплинарные исследования медиа : [материалы конф.]. – Х., 2016. – С. 103-108.
5. Яворська Г., Богомолов О. Нелевий об'єкт бажання. Європа в українському політичному дискурсі / Г. Яворська, О. Богомолов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.academia.edu/11046257/11046257/НЕЛЕВИЙ_ОБ_ЄКТ_БАЖАННЯ_ЄВРОПА_В_УКРАЇНСЬКОМУ_ПОЛІТИЧНОМУ_ДИСКУРСІ.
6. Яворська Г. М. Концепт «війна»: семантика і прагматика / Г. М. Яворська // Стратегічні пріоритети. – 2016. – № 1. – С. 14-23.
7. Danner M. Terrorism and the Media / M. Danner, J. Kirkpatrick, L. Kolakowski [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.markdanner.com/articles/terrorism-and-the-media>.
8. Echevarria A. J. II. Operating in the Gray Zone: An Alternative Paradigm for US Military Strategy / A. J. II. Echevarria [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ssi.armywarcollege.edu/pubs/display.cfm?pubID>.
9. Fabiszak M. A. Conceptual Metaphor Approach to War Discourse and its Implications / M. A. Fabiszak [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.academia.edu/2479807/A_Conceptual_Metaphor_approach_to_war_discourse_and_its_implications.

10. Final Report on the Meaning of Armed Conflict in International Law / The Hague Conference, 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ila-hq.org/download.cfm/docid/2176DC63-D268-4133-8989A664754F9F87>.
11. FrameNet [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://franenet.icsi.berkeley.edu>.
12. Fried G. Heidegger's Polemos: From Being to Politics / G. Fried [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.academia.edu/26732386/Heideggers_Polemos_From_Being_to_Politics.
13. Hoffman F. G. Hybrid Warfare and Challenges / F. G. Hoffman // JFQ : National Defense University Press. – 2009. – № 52. – P. 121-143.
14. Houghton N. Building a British Military Fit for Future Challenges rather than Past Conflicts / N. Houghton [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.gov.uk/government/speeches/building-a-british-military-fit-for-future-challenges-rather-than-past-conflicts>.
15. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago&London : University of Chicago Press, 1980 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/M/bo3637992.html>.
16. Lasica D. T. Strategic Implications of Hybrid War: A Theory of Victory / D. T. Lasica [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.dtic.mil/cgi-bin/GetTRDoc?AD=ADA513663.
17. Liddell – Scott, A Greek – English Lexicon [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.perseus.tufts.edu/hopper/resolveform?redirect=true>.
18. Miskimmon A., Strategic Narratives: Communication Power and the New World Order / A. Miskimmon, B. O'Loughlin, L. Roselle [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.tandfonline.com/action/showCitFormats?doi=10.1080%2F23340460.2015.991222&..>
19. Rácz A. Russia's Hybrid War in Ukraine: Breaking the Enemy's Ability to Resist The Finnish Institute of International Affairs / A. Rácz. 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.fiia.fi/assets/publications/FIARReport43.pdf.
20. Sallares R. The Ecology of the Ancient Greek World / R. Sallares. – New York : Cornell University Press, 1991.- 588 p.
21. Siteanu E. Knowledge-Based Warfare (Cognitive Warfare) / E. Siteanu // Strategic Impact. – 2007. – № 3. – P. 59-64.
22. Strategic Communication: The Defence Contribution / Ministry of Defence. – Joint Doctrine Note, 2011. – № 1/11 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.mod.uk/NR/rdonlyres/7DAE5158-63AD-444D-9A3F-83F7D8F44F9A/0/20110310JDN111_STRATCOM.
23. Underwood K. Cognitive Warfare Will Be Deciding Factor in Battle / K. Underwood. 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.afcea.org/content/cognitive-warfare-will-be-deciding-factor-battle>.
24. Uppsala Conflict Data Program [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ucdp.uu.se/#country/369>.
25. Yost D. S. Debating security strategies / D. S. Yost [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nato.int/docu/review/2003/issue4/english/art4.html>.
26. Білецький А. Було колись над Іліоном ... / А. Білецький [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ae-lib.org.ua/texts/biletsky_a_homer_iliad_ua.ht.
27. Гончар О. Берег любові / О. Гончар [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ukrlib.com.ua/books/printit.php?tid=532&page=27>.
28. Грінченко Б. Хатка в балці / Б. Грінченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : md-eksperiment.org/post/20160811-hatka-v-balci.
29. Коцюбинський М. Тіні забутих предків / М. Коцюбинський [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://books.google.com.ua/books?isbn=5457247783>.
30. Куліш М. Патетична соната / М. Куліш [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://javalibre.com.ua/java-book/book/1143>.
31. Малик В. Посол Урұс-Шайтана / В. Малик [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrlib.com.ua/books/printit.php?tid=943.
32. Хвильовий М. Мати / М. Хвильовий [Електронний ресурс]. – Режим доступу : mykolaхvy113.blogspot.com/2011/04/blog-post_3670.html.
33. Хвильовий М. Повесть про санаторіюну зону / М. Хвильовий [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.styslo.com/povist_pro_zonu.html.
34. Черемшина М. Зрадник / М. Черемшина [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://sites.google.com/site/.../zradnik-marko-ceremsina>.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ФОРМУВАННЯ УКРАЇНСЬКОГО КОГНІТИВНОГО ВИМІРУ ПРОТИДІЇ ГІБРИДНІЙ АГРЕСІЇ РФ

1. Висвітлення подій гібридної війни у медіа потребує врахування асиметричності двох модусів – матеріального (фізичного) і дискурсивного. Воєнний (матеріальний) вимір російсько-українського конфлікту є локалізованим, в той час як дискурс цієї війни набув глобального масштабу.

2. Необхідно позиціювати перспективізацію конфлікту, українську «точку зору», враховувати їх під час формування стратегій протидії гібридним загрозам і гібридному нападу.

3. Інтерпретація конфлікту, що враховує державницькі інтереси України, сприятиме зміні умовляючої перспективи.

4. Ставати на «об'єктивну» точку зору стороннього спостерігача для України неможливо і недоцільно, оскільки це поставить під сумнів можливість жорсткого протистояння політичним вимогам агресора.

5. Інтерпретаційна складова гібридної війни (когнітивний вимір) має реалізовуватися за допомогою дискурсивних вербально-семіотичних засобів, оформлених як стратегічні наративи, які спираються на певні понятійні схеми, або сюжети, що підлягають виявленню.

6. Виявлення базових стратегічних наративів, пов'язаних з російською агресією, є вкрай актуальним для інформаційної політики, комунікації з міжнародними партнерами, а також для розробки нових методик когнітивної протидії гібридній агресії.

7. Наратив «громадянської війни на Донбасі», нав'язуваний РФ і частково прийнятий західними цільовими аудиторіями, необхідно поступово нівелювати, оскільки він справляє негативний вплив на можливості боротьби з агресором у дипломатичному, правовому, інформаційному вимірах, знецінює зміст і значення перемоги, підставляючи на його місце концепт примирення.

8. Перемога у гібридній війні – перемога не воєнна, а смислова. Щоб здобути її, треба переконливо окреслити її політичний і моральний сенс; формувати уявлення різних цільових аудиторій щодо цієї події – заповнювати світоглядні і смислові лакуни.

9. Міжнародне право має реагувати на зміни безпекової реальності у світі, появу новітніх загроз. Після 11/09/01 для правового визначення «війни» та «збройного конфлікту» стало необхідно враховувати специфіку «війни з терором». Виникла потреба у дослідженні й уточненні семантики відповідних міжнародно-правових термінів. Російсько-український збройний конфлікт має отримати відповідну міжнародну кваліфікацію.

10. Для України як безпосереднього об'єкта гібридної агресії **необхідним є створення національної стратегії** на основі наявної національної потуги з усіма її складниками – воєнним, людським, економічним, політичним, психологічним, інформаційним. Варто також розглянути доцільність та можливість введення понять *гібридного конфлікту, гібридної агресії та гібридних загроз* до українських державних доктринальних документів.

СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ У СЕКТОРІ БЕЗПЕКИ І ОБОРОНИ УКРАЇНИ: ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ

Юлія Ланутіна

Вступ

Одним з ключових завдань суб'єктів ІСБО України в умовах зовнішньої агресії є запровадження механізму скоординованого використання комунікативних можливостей держави як у площині практичних кроків по налагодженню міжвідомчої координації, так і у створенні єдиних теоретико-методологічних підходів до формування понятійного апарату з питань страткому та нормативно-правової бази, що регулює цей напрям в Україні.

Аналіз сучасних досліджень [12; 13; 19; 20; 24] свідчить про значну увагу науковців до проблематики страткому, але праці комунікативного спрямування представлені переважно у галузях філології, філософії і соціології. Комунікація розглядається як «інструмент політики», «система інституцій», «системна взаємодія» тощо.

Так, О. Кушнір [24] встановлено відсутність на доктринальному рівні досліджень зі стратегічних комунікацій, в той час як головна та ключова засада комунікацій полягає у гарантуванні реалізації національних інтересів, а стратком є процесом, який має складати основу забезпечення національної безпеки України в цілому й реалізації державних інтересів, зокрема в інформаційній сфері, та до здійснення якого залучені не лише суб'єкти страткому, а й суб'єкти з інших сфер діяльності. А. Баровська, аналізуючи досвід НАТО, зазначає, що діяльність Альянсу зі стратегічних комунікацій є усталеною практикою, що має місце з 2007 р. При цьому тема страткому є предметом уваги провідних науково-експертних центрів, зокрема RAND Corporation та Chatham House [13]. На думку С. Гуцал, проблематика страткому є найменш дослідженою у порівнянні з публічною дипломатією

завдяки значній увазі до неї американських та європейських дослідників. До певного часу поняття стратегічних комунікацій у вітчизняній науці циркулювало переважно у сферах маркетингу, менеджменту, політичних комунікацій [17]. Першу вітчизняну спробу систематизувати понятійний апарат у сфері страткому було здійснено В. Ліпканом та Т. Поповою [37].

Слід зазначити, що питанням правового регулювання страткому у секторі безпеки вітчизняні дослідники приділяли увагу, головним чином, у контексті тлумачення окремих положень нормативно-правової бази, яка містить поняття *комунікації* та *стратегічні комунікації*.

Отже, вважається актуальним звернути увагу саме на аналізі правового регулювання страткому у вітчизняному секторі безпеки.

Особливості правового регулювання стратегічних комунікацій у секторі безпеки і оборони України

Одним з основних документів, який запроваджує засади страткому на міжнародному рівні є «Політика стратегічних комунікацій НАТО» («NATO Strategic Communications Policy») [47]. Він визначає *стратегічні комунікації* як скоординоване і належне використання комунікативних можливостей і діяльності Північноатлантичного альянсу – публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю [цивільних], військових зв'язків із громадськістю, інформаційних та психологічних операцій – у разі необхідності для підтримки політики Альянсу, операцій і заходів та з метою просування цілей НАТО [47].

Ураховуючи пріоритети зовнішньополітичного та безпекового курсу України, до 2015 р. у національному науковому середовищі було фактично відсутнє концептуальне осмислення поняття страткому. Вказане виявляється цілком зрозумілим, адже інститут страткому для національного законодавства є новим, його нормативно-правове врегулювання розпочато лише у 2015 р.

Запровадження елементів страткому в СБО значно активізувалося в Україні з початку російської агресії. Це пояснюється необхідністю

своєчасного реагування на нові виклики та загрози, які постали перед нашою державою у 2014 р. Практика вимагала швидкого налагодження дієвої комунікації як на рівні ІСБО, так і між ними та громадянським суспільством, яке, до речі, завдяки активізації горизонтальних зв'язків, виявилось більш спроможним адекватно реагувати на кризові ситуації.

Отже, в Україні фактично спонтанний розвиток громадсько-державних комунікацій з питань національної безпеки значно випередив їхню планову системну інституалізацію. З огляду на це правове регулювання страткому певною мірою відстало від тих кроків, які зроблені та продовжують здійснюватися ІСБО та громадськістю для комунікативної протидії інформаційній та воєнній агресії проти України.

На загальнодержавному рівні термін *стратегічні комунікації* визначений у Воєнній доктрині України [1] (*дали* – Воєнна доктрина) та актуалізований у Концепції розвитку сектору безпеки і оборони України (*дали* – Концепція) [6]. Концепція визначає систему поглядів на розвиток безпекових та оборонних спроможностей України у середньостроковій перспективі, сформованих на основі оцінки безпекового середовища та фінансово-економічних можливостей держави, здійснених у рамках комплексного огляду СБО України.

Документом передбачено, що для ефективного розвитку СБО у контексті забезпечення ефективної координації та функціонування державної системи кризового реагування; державного прогнозування та стратегічного планування, системи планування застосування військ (сил), засобів СБО на основі стандартів ЄС та НАТО, необхідно запровадити систему страткому.

Затверджений Указом Президента України (*№ 240/2016 від 06.06.2016 р.*) Стратегічний оборонний бюлетень України є дорожньою картою оборонної реформи на засадах і принципах, якими керуються держави-члени НАТО. У цьому документі в межах Стратегічної цілі № 1 планується створити систему управління силами оборони, як одну з оперативних цілей визначено «становлення та розбудову спроможностей сил оборони у сфері страткому як частини загальнодержавної та міжвідомчої системи комунікацій, спрямованих

на підтримку формування та реалізації політики у сфері безпеки і оборони України, а також досягнення цілей оборони держави».

Отже, передбачається, що на основі нового розподілу повноважень, функцій, завдань, обов'язків і відповідальності у СБО, відповідно до принципів, прийнятих у державах-членах НАТО, нормативно-правове закріплення пріоритетності страткому у сфері безпеки і оборони дозволить створити комунікаційні спроможності на стратегічному, оперативному та тактичному рівнях, що забезпечують інтеграцію та підтримку стратегічними комунікаціями на усіх рівнях планування та впровадження політики у СБО.

Відповідно до Воєнної доктрини [1] (17, п. 4, р. I) *стратегічними комунікаціями* є скоординоване і належне використання комунікативних можливостей держави – публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, військових зв'язків, інформаційних та психологічних операцій, заходів, спрямованих на просування цілей держави.

Посилення розвідувальної діяльності в інтересах здійснення Україною страткому, контрпропагандистських заходів та інформаційно-психологічних операцій визначається як основа кризового реагування на воєнні загрози та недопущення ескалації воєнних конфліктів [1] (1, п. 32, р. III). Для досягнення переваги над воєнним противником мають бути посилені заходи з реалізації державної інформаційної політики на тимчасово окупованій противником території і міжнародній арені. Забезпечення інформаційної складової воєнної безпеки здійснюватиметься шляхом *зaproвадження ефективної системи заходів стратегічних комунікацій* у діяльність ІСБО [1] (1, п. 41, р. III).

Створення та впровадження єдиної страткому ІСБО, визначення єдиного органу для координації та контролю її реалізації є одними із шляхів формування національних оборонних спроможностей [1] (1, п. 47, р. V) та необхідною передумовою для ефективного розвитку СБО [1] (6, п. 4, р. II).

Програма популяризації України у світі та просування її інтересів у світовому інформаційному просторі фокусуватиметься, крім іншого, на забезпеченні підсилення інституційної спроможності для здійснення міжнародних стратегічних комунікацій [11] (п. 10, р. 3 Стратегії розвитку).

Крім цього, стратком як методологія та процес організації взаємодії суб'єктів ІСБО та громадськості закладено у Стратегію кібербезпеки України (далі – Стратегія) [11]. Одним з основних принципів забезпечення кібербезпеки у Стратегії визначається пріоритет державно-приватного партнерства, широкої співпраці з громадянським суспільством у сфері забезпечення кібербезпеки. Стратегією визначаються напрями діяльності суб'єктів, які технологічно забезпечуватимуть запровадження страткому у сфері кіберзахисту. Так, п. 4.2. Стратегії визначається, що кіберзахист державних електронних інформаційних ресурсів та інформаційної інфраструктури, призначеної для обробки інформації, вимога щодо захисту якої встановлена законом, має полягати, зокрема:

- у створенні та забезпеченні функціонування національної телекомунікаційної мережі – єдиної платформи захищених електронних комунікацій органів державної влади;
- у впровадженні організаційно-технічної моделі національної системи кібербезпеки, оперативному реагуванні на кібератаки та кіберінциденти;
- у розгортанні (відповідно до компетенції) єдиної системи ситуаційних центрів профільних органів державної влади, сектору безпеки і оборони на базі захищеної інформаційної інфраструктури;
- у розбудові захищеної інтегрованої системи електронних державних реєстрів, баз даних, дата-центрів, зокрема єдиного дата-центру резервного збереження інформації і відомостей державних електронних інформаційних ресурсів.

Розвиток потенціалу ІСБО у сфері кібербезпеки в рамках затвердженої Стратегії передбачатиме реалізацію державного стратегічного планування та програмно-цільового забезпечення розвитку електронних комунікацій, інформаційних технологій, захисту інформації та кіберзахисту. Це повністю кореспондується з п. 47 розділу V Военної доктрини, яким визначається, що створення та впровадження єдиної *стратегії комунікацій* ІСБО є одними із шляхів формування національних оборонних спроможностей та необхідною передумовою для ефективного розвитку СБО [1] (6, п. 4, р. II).

Отже, незважаючи на новизну для національного законодавства інституту страткому, РНБО України, Президентом України, Кабінетом Міністрів

України, Верховною Радою України надається важлива роль питанню законодавчого та нормативно-правового регулювання страткому в системі забезпечення обороноздатності держави, просування її інтересів у світі.

Міжнародне співробітництво у сфері стратегічних комунікацій

У 2014 р. на законодавчому рівні закріплено напрямок інтеграції України в європейський політичний, економічний, правовий простір з метою набуття членства в Європейському Союзі та в євроатлантичний безпековий простір; розвиток рівноправних взаємовигідних відносин з іншими державами світу [2; 4]. Це відкриває широкі можливості щодо імплементації до національного законодавства та практики діяльності стандартів та механізмів НАТО у сфері управління СБО.

Одним з таких механізмів є стратком. Тому останніми роками міжнародне співробітництво з питань євроатлантичної інтеграції набуло значної активізації. Для налагодження чіткої внутрішньодержавної координації співробітництва між Україною та НАТО Указом Президента України [4] утворено Комісію з питань координації євроатлантичної інтеграції України на чолі з Віце-прем'єр-міністром з питань європейської та євроатлантичної інтеграції України.

Робочим документом, що є ключовим інструментом здійснення реформ в Україні за підтримки НАТО, стала Річна національна програма (далі – РНП). До реалізації РНП та Плану залучаються центральні органи виконавчої влади, органи державної влади, НУО. Указом Президента України [10] затверджено Положення про розроблення річних національних програм під егідою Комісії Україна-НАТО та оцінювання результатів їх виконання. На виконання РНП розробляються Дорожні карти за напрямками діяльності. Зокрема, Дорожня карта Партнерства у сфері страткому між Радою національної безпеки і оборони України та Міжнародним секретаріатом НАТО [9] спрямована на розбудову та розвиток спроможностей України шляхом надання консультативної та практичної допомоги. Цим документом визначаються конкретні дії суб'єктів СБО по досягненню затверджених цілей партнерства у сфері страткому.

Сьогодні у сфері запровадження страткому в Україні затверджені основні цілі Партнерства з Альянсом:

- розвиток спроможностей органів державної влади у зазначеній сфері та усіх її складових на стратегічному та операційному рівнях шляхом надання консультативної і практичної підтримки;

- підтримка співпраці України з експертами, які мають відповідний досвід у сфері стратегічних комунікацій;

- сприяння розвитку в Україні культури страткому на інституційному рівні, налагодження більш тісного співробітництва з НУО й сприяння розвитку їх спроможності здійснювати стратком в інтересах України;

- досягнення й підтримка найвищих стандартів точності та етики для забезпечення довіри до державної комунікативної політики.

Передбачається створення системи, яка об'єднуватиме комунікації на рівні реалізації державної політики та матиме на меті:

- зміну підходу держави з «інформувати» на «вислухати / проконсультувати / залучити»;

- встановлення механізму координації комунікації між органами державної влади (крос-агентська координація);

- зміну підходу до кризових комунікацій від реагування на кризу до управління ризиками (проблемними питаннями).

Отже, задекларовані цілі партнерства виходять за межі відповідальності СБО та мають загальнодержавний характер, але безпекові аспекти тісно інтегровані у процес реформування системи урядових комунікацій, містять конкретні напрями діяльності, реалізація яких пришвидшить досягнення міжнародних стандартів у сфері інформаційної безпеки.

Зокрема, серед середньострокових цілей для сектору безпеки і оборони РНП [9] визначає такі:

- створення координаційного міжвідомчого механізму інформаційних операцій;

- розроблення системи фахової підготовки у сфері страткому;

- активізація взаємодії з державами партнерами в інформаційній сфері, зокрема шляхом розвитку партнерства у сфері страткому.

Публічна дипломатія як елемент страткому

Поняття *публічна дипломатія* як засіб, за допомогою якого відповідні держави впливають на установки і думки інших народів і урядів, був вперше запроваджений Е. Галліоном, деканом Вищої школи дипломатії імені О. Флетчера (США) в 1965 р.

Використання публічної дипломатії передбачало можливість відкритих звернень громадських організацій, діячів до закордонних аудиторій для роз'яснення цілей зовнішньої політики країни; комунікації між громадськістю, НУО в інших країнах з питань організації культурних і громадських заходів.

Отже, на тлі актуальності просування зовнішньополітичних інтересів США, американські вчені виокремили такі складові публічної дипломатії:

- державні програми з інформування та впливу на громадську думку в інших країнах (публікації, кіно, культурні обміни, радіо, телебачення) [44];
- розширення діалогу між громадянами та інституціями, їх представництвами за кордоном за рахунок організації програм інформування та впливу на іноземну аудиторію [56];
- встановлення зв'язку між державою та іноземною громадськістю з метою пояснення національних ідей, цінностей, ролі державних інституцій, культури, національних інтересів, політичних орієнтацій [56];
- запровадження морального базису світового лідерства, вплив на міжнародні громади з метою просування національних інтересів [49; 55];
- залучення іноземних аудиторій та лідерів думок через інформаційні кампанії та програми обміну до просування національних інтересів США [40].

Підґрунтям розвитку публічної дипломатії у США стали ідеї Дж. Найя щодо «м'якої сили» (англ. *soft power*), згідно з якими принципи зовнішньої політики зумовлюють активне використання технологій публічної дипломатії ІСБО. Позиціонування ІСБО для внутрішніх та міжнародних аудиторій передбачає трансляцію узгоджених меседжів для закріплення власного бренду.

Концепції «м'якої сили» передувала концепція «культурно-ідеологічної гегемонії» А. Грамші, який виклав її в «Тюремних зошитах» [16]. Поділ панування та гегемонії дозволив А. Грамші виявити відмінність між політичним та громадянським суспільством, яке автор вважав

сукупністю добровільних суспільних відносин, що виявляються в суспільних інститутах (профспілки, церква, партії тощо).

А. Грамші також сформулював інтегральне поняття сучасної західної держави як поєднання політичного і громадянського суспільств, тобто поєднання «етико-політичного» керівництва, яке базується на злагоді та добровільності, з державним примусом. Єдність, що забезпечена класом-гегемоном, породжує історичний блок, який А. Грамші визначає у категоріях культури. Клас-гегемон повинен дати суспільству таку модель культури, яка сприятиме отриманню та збереженню влади, створенню умов для розвитку нації відповідно з баченням майбутнього та інтересами домінуючого класу. Вирішення цих завдань, за теорією А. Грамші, покладається на інтелектуалів, які не тільки створюють культуру, а й керують масами, за допомогою культури об'єднують націю і формують свідомість історичної місії домінуючого класу.

Боротьба за домінуючі позиції в громадянському суспільстві, за думкою А. Грамші, передбачає його «інтелектуально-моральну реформу», тобто цілеспрямованість виховних заходів для політико-культурної перебудови.

Передвісниками появи поняття «м'якої сили» стали теорії та ідеї, які виявляються дуже сучасними у наші дні, коли Україна свідомо обрала шлях до євроінтеграції та очевидними стали потреби національної самоідентифікації.

Тематику становлення та розвитку феномену публічної дипломатії за різних часів досліджували Дж. Най, Е. Галліон, Дж. Даффі, Х. Тач, П. Шарп, К. Л. Адельман, Б. Хокін, Н. Сноу, Ф. Тейлор, Е. Пламрідж, М. Леонард, Я. Мангейм, Я. Меліссену, Е. Блінкен тощо.

Українські дослідження публічної дипломатії насамперед розкривають історію існування цього феномена, розглядають технології його реалізації. О. Семченко визначає сутність складових публічної дипломатії в контексті дослідження іміджевої політики України [36]. С. Гуцал відмічає, що сьогодні публічна дипломатія є невід'ємним та ефективним механізмом зовнішньої політики та національної безпеки провідних держав світу [17]. М. Мачикова, зосереджуючись на використанні методів публічної дипломатії на національному рівні, розглядає розбудову іміджу ІСБО як інструмент публічної дипломатії на національному рівні [30].

Таким чином, з'явившись в американському експертному середовищі, поняття публічної дипломатії стало загальноприйнятим у різних сферах соціальної взаємодії: міждержавній, національній, міжінституційній. На всіх рівнях публічної дипломатії ключову роль відіграють комунікації.

На національному рівні *публічна дипломатія* розглядається як налагодження комунікації між ІСБО та громадянським суспільством, особливо у демократіях, що знаходяться на початковому етапі розвитку, коли довіра громади має низький рівень, що зумовлено стереотипним сприйняттям силового блоку як виключно апарату примусу та покарання.

В Україні поняття *публічна дипломатія* впроваджено в практичну діяльність державних інституцій. Зокрема, в МЗС утворено структурний підрозділ – Управління публічної дипломатії. За даними МЗС, це означає системне впровадження публічної дипломатії як нового механізму популяризації України у світі. Концепція публічної дипломатії вперше цілісно впроваджується в роботу зовнішньополітичного відомства України. Як засвідчує офіційний сайт МЗС, основними завданнями Управління є:

- розвиток відносин з громадськістю, громадськими об'єднаннями та медіа інших країн та України;
- реалізація іміджевих, культурних та інформаційних проєктів України за кордоном;
- координація заходів органів виконавчої влади у цих сферах (<http://mfa.gov.ua/ua/press-center/news/43433-v-mzs-stvoreno-novij-napryam-robotipublichna-diplomatija>).

До компетенції Управління відносяться зв'язки з медіа, зокрема з онлайн платформами, культурна дипломатія та реалізація іміджевих проєктів.

Отже, Україна, яка обрала для себе демократичний шлях розвитку, євроінтеграцію, досягнення стандартів НАТО у безпековій сфері, в умовах агресивних деструктивних дій Росії активно звернулася до механізмів публічної дипломатії як дієвої складової страткому, що має забезпечити:

- донесення до цільових аудиторій за кордоном – від тих, хто приймає політичні, економічні, безпекові рішення, до пересічних громадян, активістів громадянського суспільства правдивої інформації про сучасну Україну, розвінчання міфів радянської та російсько-імперської пропаганди

про походження українців, мову, роль України у європейській історії, постаті видатних українців тощо;

- розвиток горизонтальних зв'язків між громадянськими суспільствами різних європейських країн;

- розвиток каналів просування інформації про Україну в світі;

- реалізацію проекту «Приваблива Україна».

Якщо розвинені європейські країни та США вбачають у публічній дипломатії інструмент прогресивного розвитку комунікацій між країнами, урядами та народами, то російські експерти розглядають її, головним чином, як спосіб ведення інформаційної війни. Зокрема, у дослідженнях О. Бартоша, члена-кореспондента Академії наук РФ, навіть постановка проблеми «публічна дипломатія у конфліктах сучасності» носить контроверсійний характер, завчасно визначаючи можливість використання цього інструменту як інформаційної зброї, «будучи по суті явищем культури, публічна дипломатія під впливом політичних реалій сучасності та агресивного цілепокладання все більше підпорядковується правилам ведення боротьби невійськовими засобами» [14]. Цим тлумаченням фактично нівелюється зміст поняття *дипломатія*, яке, згідно Оксфордського словника, означає «здійснення міжнародних відносин шляхом переговорів» або, за визначенням Е. Сатоу, «застосування розуму і такту з метою розвитку офіційних відносин між урядами незалежних держав» (<https://uk.glosbe.com> «Словник українська-англійська Словник»).

Російські автори, імперативно визначаючи публічну дипломатію як інструмент інформаційної війни, нівелюють критеріальну ознаку дипломатії – застосування переговорів як основного інструмента облаштування мирними засобами міждержавних стосунків. Так фактично визнається, що реалізація зовнішньополітичних інтересів РФ здійснюється у парадигмі «дипломатія – інструмент війни». Російські експерти наголошують на кардинальній відмінності розуміння поняття публічної дипломатії між його авторами, американцями, та політичним істеблїшментом РФ. Як ще у 2012 р. відмітив російський експерт О. Долинський, «між визначенням Дж. Найя та В. Путіна очевидно є

розбіжність, яка носить далеко не стилістичний характер: у американського політолога ключовою рисою визнано привабливість, у той час як російський політик акцентує увагу на важелях впливу. Адже Путін у статті «Россия и меняющийся мир» схарактеризував м'яку силу як «комплекс інструментів та методів досягнення зовнішньополітичних цілей без застосування зброї, а за рахунок інформаційних та інших важелів впливу» [18]. Автор констатує, що завдання з інформування закордонної громадськості про позицію РФ у контексті збільшення потенціалу м'якої сили як чинника «світополітичного» впливу вирішується шляхом збільшення фінансування проєктів, відродження старих та створення нових інструментів зовнішньої комунікації – «Russia Today», фонд «Русский мир», РИА-Новости, «Голос России» та ін., які уряд РФ вважає проявом публічної дипломатії. Події в Україні дозволяють стверджувати, що російська парадигма «дипломатія – інструмент війни» була свідомо використана політичним керівництвом РФ як маніпулятивна технологія.

Так, фондом «Русский мир», одним з основних завдань якого є підтримка закордонних російськомовних осіб, російських ЗМІ та інформаційних ресурсів, засновано т. зв. асамблею «русского мира». У 2014 р. на неї було запрошено голову самопроголошеної республіки Крим С. Аксьонова, який наголосив, що, РФ, анексувавши територію українського півострову, «вперше за останні десятиліття використала своє законне право захистити співвітчизників, які опинилися не за власною волею відрізнаними кордонами від історичної батьківщини» ([http://ruskiymir.ru/fund/ assembly/the-eighth-assembly-of-the-russian-world/privetstviya/Aksenov.pdf](http://ruskiymir.ru/fund/assembly/the-eighth-assembly-of-the-russian-world/privetstviya/Aksenov.pdf)).

Якщо взяти до уваги той факт, що згідно офіційних даних засновниками фонду «Русский мир» є МЗС РФ та Міністерство освіти і науки РФ, то можна стверджувати, що:

- РФ не визнає норми міжнародного права, якими законно встановлені кордони держав, і готова мотивуючи філософсько-цивілізаційними псевдотеоріями обґрунтувати фактичну окупацію частини України;

- РФ створює комунікативні майданчики в інших країнах для інформаційної експансії, маскуючи їх під інструменти публічної дипломатії;

• РФ визнає псевдолідерів територіальних псевдоутворень, які сама ж створила, захопивши частину України, використовує їх в пропагандистських цілях для виправдання нібито бажань населення певних регіонів повернутися до т.зв. «русского міра» – вимислу політичного керівництва РФ (<http://www.russkiymir.ru/fundthe-decree-of-the-president-of-the-russian-federation-on-creation-of-fund-russian-world.php#1>).

Порівнюючи підходи до поняття *публічна дипломатія*, можна стверджувати, що держави, які претендують на світове лідерство та дотримуються при цьому демократичної побудови системи влади, через публічну дипломатію намагаються довести привабливість своєї країни, отримати більше прихильників за кордоном; недемократичні уряди використовують публічну дипломатію як ширму для проведення інформаційних кампаній впливу на різні цільові аудиторії з метою не тільки формування суспільної думки, вигідної для власного політичного істеблїшменту, але й для створення важелів впливу на населення відповідних країн.

Урядові комунікації, зв'язки з громадськістю у безпековій сфері

Проблема урядових комунікацій досліджувалася переважно у контексті вироблення ефективного механізму реалізації інформаційної політики держави, створення позитивного іміджу органів влади у суспільстві, сприяння підтримці державної політики громадянами.

Згідно інтернет-словника «Rex Harlow Definition of PR Flashcards» [52], зв'язки з громадськістю є однією з функцій управління, що сприяє встановленню та підтримці спілкування, взаєморозумінню, налагодженню співробітництва між організацією та громадськістю. Ця діяльність має такі напрямки: забезпечення керівництва інформацією про громадську думку; надання допомоги у розробці відповідних заходів; врахування інтересів громадськості; своєчасне передбачення тенденцій розвитку організації; використання досліджень та спілкування для досягнення результатів.

С. Катліп, А. Центер, Ф. Брум основними суб'єктами зв'язків із громадськістю вважають організацію та громадськість. Створення ефективної взаємодії між ними є метою урядових комунікацій [21]. Під *громадськістю* розуміється та частина соціального оточення, яка своєю поведінкою може безпосередньо чи опосередковано впливати на успішну діяльність організації.

В урядових комунікаціях особливо важливим є виокремлення саме того сегменту громадськості, комунікація з яким може безпосередньо або опосередковано вплинути на ефективність роботи певного органу влади. Фактично це означає, що успішність урядової комунікації значною мірою залежить від ефективності вибору цільових аудиторій.

Як зазначає В. Малиновський, *громадські зв'язки органу виконавчої влади* є широкою системою взаємин, ядром якої є стосунки між цим органом і громадянами, щодо яких цей орган здійснює управлінський вплив [29].

Процес організації зв'язків із громадськістю передбачає моніторинг та вплив на громадську думку, безпосередню взаємодію з громадськістю, аналіз інформації та управління інформаційними потоками, визначення стратегії розвитку державного органу. Також зв'язки з громадськістю можуть бути визначені як функція менеджменту у сфері управління комунікацією між державною структурою та громадськістю, метою якої є гармонізація і оптимізація соціальної взаємодії. Вважаємо за можливе виокремити такі моделі організації зв'язків із громадськістю:

- «прес-посередництво» або «друкована агітація». Нею передбачено застосування методів пропаганди з використанням будь-яких засобів для привертання уваги громадськості та створення тиску на суспільну думку;

- інформування суспільства, регулярна робота зі ЗМІ. Інформація від відомства має бути точною, правдивою та обов'язково позитивною.

Ці моделі можуть комбінуватися для більш ефективного забезпечення взаєморозуміння між суб'єктами соціальної взаємодії.

Практика урядових зв'язків передбачає, у першу чергу, інформування громадськості з метою надання загального уявлення про діяльність, перспективні плани, а також основні проблеми, які турбують організацію. Органи влади так само, як суб'єкти СБО, використовують такі канали зв'язку:

- безпосереднє спілкування – особисті контакти між посадовими особами та громадянами (об'єднаннями громадян);

- спілкування за допомогою засобів зв'язку (телефон, електронна пошта, різноманітні види меседжерів, офіційне друковане листування через відповідні підрозділи);

- опосередковане спілкування через засоби масової інформації (преса, телебачення, радіо, сторінки у соцмережах тощо).

Найбільший ефект досягається під час особистого контакту громадян із представниками органів влади. Особливо це відмічається у комунікації саме в СБО, яким громадськість ставить найбільш гострі питання, що стосуються особистої безпеки та безпеки держави. Тому особливу увагу необхідно приділяти «малим речам»: обладнанню приймальних, спілкуванню персоналу приймалень із відвідувачами, пунктуальності у призначенні зустрічей, швидкості відповідей за телефонами, ефективності «гарячих ліній» тощо.

Цікавою є думка американського спеціаліста з громадських зв'язків Дж. Е. Груніга, який вважає, що зв'язки з громадськістю – це, у першу чергу, взаємини між керівництвом організації (а не всією організацією) та громадськістю [45]. Автор чітко виокремлює роль керівництва організації в налагодженні зв'язків із громадськістю. Адже окремі посадові особи можуть підтримувати робочу комунікацію згідно з функціональними обов'язками. Питання публічної комунікації, яка включає іміджеву складову, автор відносить до сфери діяльності керівництва організації, оскільки саме завдяки ефективній комунікації можливо сприяти створенню позитивного іміджу інституції серед громадськості, організувати системну роботу над наповненням її іміджу позитивним змістом, нейтралізувати окремі негативні стереотипи, забезпечити постійний моніторинг результатів іміджевої діяльності, реалізувати успішну взаємодію з іншими державними органами.

У нашій державі поняття урядових комунікацій та їхньої ролі у СБО особливо гостро постало з початком російської агресії. Адже саме брак таких комунікацій значно ускладнював процес реагування на воєнну загрозу .

Відповідно до положень Доктрини інформаційної безпеки України урядові комунікації є комплексом заходів, що передбачають діалог уповноважених представників Кабінету Міністрів України з цільовою аудиторією з метою роз'яснення урядової позиції та/або політики з певних проблемних питань [5]. Цим документом низка завдань з організації

стратегічної взаємодії (інформування громадян України про діяльність органів державної влади; налагодження ефективної співпраці державних органів зі ЗМІ та журналістами; проведення реформи урядових комунікацій; розвиток сервісів, спрямованих на більш масштабне та ефективне залучення громадськості до прийняття рішень органами державної влади та місцевого самоврядування; формування культури суспільної дискусії) покладені на МІП України.

Положенням про МІП України визначено, що цей орган є головним у системі центральних органів виконавчої влади у сфері забезпечення інформаційного суверенітету України, зокрема з питань поширення суспільно важливої інформації в Україні та за її межами, а також забезпечення функціонування державних інформаційних ресурсів [8].

Примітно, що поняття «урядові комунікації» закріплено у Доктрині інформаційної безпеки, тобто розглядається саме у безпековому контексті, адже в умовах російської агресії на перший план виходить необхідність організації кризової комунікації, у першу чергу, у питаннях нейтралізації та протидії вказаній загрозі в умовах реального часу. Разом з цим в Україні не всі суб'єкти СБО входять до складу Кабінету Міністрів.

Налагодження комунікацій між ІСБО сьогодні виходить за межі «урядових комунікацій» та фактично здійснюється на майданчику РНБО України як вищого державного органу колегіального керівництва питаннями оборони і безпеки, який створено з метою захисту суверенітету, конституційного ладу, територіальної цілісності та недоторканності нашої держави.

Ще одним кроком у розбудові страткому в Україні стало партнерство між Україною та НАТО, що зафіксовано у форматі Дорожньої карти [9]. У цьому документі окреслені стратегічні та тактичні цілі партнерства України з Альянсом з розвитку ефективних комунікацій в СБО. Розробці Дорожньої карти передували чисельні консультації між експертами НАТО та українськими представниками органів влади та громадськості. Дослідженням стану розвитку урядових комунікацій було приділено увагу багатьох експертів та представників органів влади. Зокрема, у період 08.2015-03.2016 рр. за

підтримки Національного інституту стратегічних досліджень (<http://mip.gov.ua/files/documents/StratcomReport2016>) здійснено комплексний аудит урядових комунікацій міністерств та департаментів, проаналізовано кращі практики, окреслено проблеми у запровадженні ефективних комунікацій, а саме:

- відсутність єдиної системи комунікаційного менеджменту;
- невідповідність чинного законодавства та низки державних процедур сучасним потребам;
- невизначеність загальної функції страткому: дії посадовців переважно зведені до тактичних дій, реактивних та спрямованих на вирішення поточних проблем; відсутні прогнозування та стратегічне планування, що ґрунтуються на запитях громадськості;
- відсутність внутрішньої комунікації, співпраці між міністерствами і певними відділами;
- відсутність кореляції меседжів міністерств зі стратегією уряду;
- відсутність цілісної системи передачі знань та навичок, єдиних баз даних – кожна команда починає діяльність з нуля;
- неадаптованість системи заохочень та мотивації персоналу до сучасності: існуюча система не спонукає до впровадження необхідних змін.

На основі цього аналізу зроблено висновок щодо дисфункціональності поточної комунікаційної системи та потреби її повного перезавантаження.

Дослідивши досвід провідних країн світу, МПП України визначає принципи розвитку урядових комунікацій: розподіл політичної та державної складових комунікативного процесу; визнання стратегічної ролі комунікацій у процесі управління та прийняття рішень (це не функція обслуговування); визнання функції комунікацій як профільної для кожного міністерства; розподіл стратегічних та виконавчих функцій; планування, постійна оцінка – безперечні засади діяльності; дотримання кодексу етики комунікацій; фіксовані професійні стандарти і єдина база знань.

Для ефективного запровадження комунікацій в СБО особливо важливим вважається усвідомлення принципу визнання стратегічної ролі комунікацій

безпосередньо в процесі прийняття рішень та неможливість ототожнення їхньої функції з обслуговуванням. Це кореспондується з розумінням того, що державні комунікації передбачають підвищення довіри до державних інститутів, зокрема через побудову державної репутації. Адже у разі недотримання цього принципу можливе перетворення функції державної комунікації на одностороннє інформаційно-медійне забезпечення відповідної структури або особи. У зв'язку з цим під час здійснення комунікації надзвичайно важливим стає отримання зворотного зв'язку. Актуальності набуває створення системи моніторингу комунікативного процесу.

Вирішення окреслених проблем може відбутися як у результаті певних інституційних змін, так й підготовки сучасних фахівців державних і безпартійних інституцій з питань страткомунікацій. Саме з цих причин у Дорожній карті партнерства значна увага приділяється заходам з підготовки персоналу. На стратегічному рівні це означає надання консультативної підтримки українським органам влади щодо розвитку, управління і реагування на поточні та майбутні виклики у галузі безпеки шляхом визначення страткомунікаційним елементом розробки і реалізації національної стратегії, яка має бути зрозумілою, підтримуваною урядом і суспільством. На тактичному – проведення комунікативних тренінгів для українських посадовців.

Серед найголовніших цілей Дорожньої карти визначено такі:

- розвиток спроможностей українських органів влади у галузі страткомунікацій на стратегічному і операційному рівнях шляхом надання консультативної і практичної підтримки;
- сприяння розвитку в Україні культури страткомунікацій на інституційному рівні, підтримка більш тісного співробітництва між неурядовими суб'єктами й розвитку їх спроможності здійснювати комунікації в інтересах України;
- підтримка і досягнення найвищих стандартів точності та етики для забезпечення довіри до державної комунікативної політики.

З початком російської агресії інформування громадськості, особливо про ситуацію в зоні АТО, потребує чіткої координації відомств, узгодженості

їхньої позиції і налагодження регулярного обміну інформацією. Саме тому після тривалих консультацій на рівні керівництва держави було прийнято рішення про створення посади речника АТО під егідою РНБО України. Сьогодні у державі є дієвий механізм інформування суспільства про ситуацію в районі проведення ООС, залучаються можливості прес-центрів МО України, скоординовані зусилля прес-офіцерів за секторами відповідальності. Відомства надають інформацію в медіа виключно у сфері своєї компетенції.

Інформаційні операції та стратком

У теорії та практиці реалізації політики держави по просуванню національних інтересів, захисту від загроз, протидії посяганням на територіальну цілісність, суверенітет точаться дискусії стосовно того, чи є інформаційні операції складовою страткому, чи є сам стратком механізмом для більш ефективного проведення інформаційних операцій. «За відсутності єдиного визначення стратегічних комунікацій існує, проте, низка їх смислоутворюючих характеристик, присутніх у більшості запропонованих на сьогодні дефініцій. Стратегічні комунікації передусім є діяльністю з гармонізації тем, ідей, образів і дій. У військовій сфері, як правило, йдеться про гармонізацію всіх заходів у сфері публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю та (військових) інформаційних операцій» [13].

У Доповіді МО США (2009 р.) стратком визначається як «спрямування за одним вектором множини різних видів діяльності (наприклад, політичний процес, зв'язки з громадськістю, інформаційні операції тощо), кожний з яких здійснює вплив на підтримку національних цілей» [41]. Тобто інформаційні операції розглядаються як окремий вид діяльності, сутність якого має відповідати загальнодержавному курсу та спрямовуватися на здійснення впливу для підтримки національних цілей.

В. Горбулін визначає *інформаційні операції* як сукупність основних можливостей радіоелектронної війни, комп'ютерних мережевих операцій, психологічних операцій, воєнних дій та операцій по забезпеченню безпеки з метою впливати, руйнувати, спотворювати інформацію, необхідну для прийняття супротивником рішень, а також захисту власної інформації [15].

Поняття інформаційних операцій та підхід до їхнього застосування витікає з концепцій «Command & Control Warfare» («Командування і управління війною»), які були розроблені в США. Це поняття вдосконалювалося в процесі набуття США досвіду протидії негативним інформаційним впливам на фоні розвитку комп'ютерних технологій.

Основні цілі і завдання інформаційних операцій були сформульовані в Директиві МО США «Інформаційна війна» (1992 р.). Більш широке трактування надано у Директиві Об'єднаного комітету начальників штабів США № 30-93 та у Польовому статуті ФМ 100-6. У цих документах інформаційна боротьба розглядається в контексті «боротьби з системами управління», яка включає комплексне проведення по єдиному плану психологічних операцій, заходів щодо радіоелектронної боротьби (РЕБ) і фізичного знищення пунктів управління та систем зв'язку з метою позбавлення противника інформації, виведення з ладу або знищення його систем управління.

Воєнно-правову основу ведення інформаційної війни в США зафіксовано у таких документах: доктрині «Інформаційні операції» (2006 р.), JP 6-0 «Сумісні системи комунікації», JP 3-0 «Сумісні операції», JP 3-13.1 «Електронне протиборство». *Інформаційні операції* визначено як використання інформації проти людського інтелекту та виділено чотири категорії (www.dtic.mil/doctrine/jel/newpabs/jp3_13.pdf): операції проти волі нації; операції проти командування суперника; операції проти ворожих військ; операції проти національних культур.

Основними суб'єктами проведення інформаційних операцій є: керівництво іноземної держави; спецслужби іноземних держав та її агентура; засоби масової інформації; неурядові організації; інтернет-ресурси.

В усіх перелічених документах визначено, що збройну боротьбу у XXI столітті буде частково замінено інформаційним протиборством, а інформаційне панування стане обов'язковою умовою перемоги.

В українській традиції *інформаційні операції* у широкому сенсі є такими типами дій: психологічні зі стратегічними цілями, психологічні консолідуючі та психологічні дії з безпосередньої підтримки бойових дій. У вузькому розумінні – інформаційні операції представляють собою дії ЗС, спрямовані на

деморалізацію та дезорієнтацію противника. Слід розрізняти інформаційні операції, які проводяться у мирний час, та ті, які здійснюються безпосередньо під час та після завершення конфлікту.

За мирних часів завданнями інформаційних операцій стають такі: формування певної політичної ситуації у країні, що є потенційним об'єктом впливу; морально-психологічний вплив на армію та населення; підтримка у суспільній думці країни-потенційного противника образу всемогутності держави, що проводить операцію; поглиблення внутрішніх суперечок між політичними силами об'єкта впливу, формування інформаційних передумов суспільної дестабілізації. Підрозділи інформаційних операцій виконують такі завдання: вивчення, накопичення та аналіз інформації про театр воєнних дій та вірогідний об'єкт впливу, розроблення проектів позиційних матеріалів для впливу на конкретні об'єкти та цільові аудиторії; організація та планування операцій; підготовка персоналу до участі у проведенні інформаційних операцій; підтримка достатнього рівня готовності технологічних засобів.

У період зростання рівня потенційної загрози підрозділи по проведенню інформаційних операцій здійснюють заходи послаблення морально-психологічної стійкості військ противника, зниження рівня їхньої готовності до участі у воєнних діях, викриття воєнно-політичних, дипломатичних та інших ознак, що можуть свідчити про наміри противника застосувати сили та засоби воєнної агресії.

Безпосередньо у воєнний час інформаційні операції мають на меті підірвати бойового духу армії противника; формування негативного ставлення населення країни-противника до власної армії; дезінформування противника; підбурювання населення до непокори владі; підтримання політичної опозиції; забезпечення дружнього ставлення до армії країни, що здійснює операцію.

Після завершення воєнного конфлікту цілями інформаційних операцій стають такі: супровід процесу формування влади, її дружнього ставлення до держави, що здійснює операцію; виявлення сил потенційного опору; боротьба з чутками; інформаційна підтримка програм гуманітарної допомоги.

Для організації інформаційних операцій використовуються всі наявні канали впливу – листівки, наочна агітація, телерадіомовлення, інтернет-

ресурси, соціальні мережі. Реалізація інформаційних операцій потребує дієвого механізму координації суб'єктів СБО щодо їхнього планування, організації та практичного застосування. У цьому контексті виникає потреба у запровадженні системи страткому, учасниками якої будуть як ІСБО, так й представники громадськості, органів влади. Це передбачає використання механізмів публічної дипломатії, формування стратегічного національного нарративу, що є зрозумілим і прийнятним усім цільовим аудиторіям.

Таким чином, з одного боку, інформаційні операції тісно пов'язані зі страткомом в аспекті відповідності їхніх цілей та завдань національним інтересам держави, стратегічному нарратив; з іншого – створений механізм страткому у секторі безпеки і оборони сприятиме ефективній взаємодії державних суб'єктів, функціональними завданнями яких передбачено проведення інформаційних операцій.

Шляхами протидії інформаційній агресії в Україні вбачаються такі: створення підрозділів з проблем інформаційно-психологічної війни, що стоятимуть на захисті державних інтересів, виявлятимуть інформаційно-психологічні впливи, визначатимуть ступінь загроз, створюватимуть системи упередження й застосування протидій спеціальним інформаційним операціям проти держави, суспільства, особистостей, розроблятимуть механізми ліквідації наслідків та відновлення на випадок уражень під час інформаційно-психологічних атак. Можна впевнено засвідчити, що мілітарній фазі агресії передував довгий, латентний період інформаційної агресії. Протягом цих років російськими спецслужбами (ФСБ РФ, ГРУ ГШ МО РФ, СЗР РФ) активізовано вербувальну роботу серед російських, українських та європейських журналістів, політологів, громадських діячів та лідерів громадської думки.

З початку 2000-х р. в Україні активізували діяльність російські недержавні організації, які, нібито, опікувалися розвитком російської культури, «захистом російськомовного населення», підтримкою російських громад тощо. Насправді, ці організації мали потужну підтримку державних установ РФ та проводили широкомасштабну антиукраїнську діяльність з використанням елементів т.зв. «м'якої сили» (конференції, масові акції, розповсюдження

друкарської продукції з антиукраїнським контентом), підтримували сепаратистські рухи. В Україні з'являлися телевізійні канали, радіостудії, підконтрольні російським компаніям. Їхні ефіри зростаючими темпами наповнювались проросійським контентом та мали переслідувати такі цілі:

- героїзацію ЗС РФ, МВС РФ, доведення їхньої непереможеності;
- підвищення значення перемоги СРСР у Другій світовій війні та позиціонування головної ролі Росії як правонаступниці СРСР;
- посилення ностальгії за життям в СРСР шляхом апелювання до емоційної сфери, зокрема старшого покоління;
- формування у населення України, особливо південно-східних регіонів, відчуття єдності українського та російського народів, їхньої totoжності та етнічно-культурної схожості;
- зростання кількості друкованих видань (книги, газети тощо) проросійської спрямованості з агресивним контентом.

Посилення інформаційної агресії РФ відбувалося на тлі зростання торгових війн (газові, молочні та інші), а також першої спроби територіальної експансії (ситуація 2003 р. з українським островом Тузла у Керченській протоці). Вже у 2012 – 2014 рр. головний напрямок інформаційної інтервенції РФ був спрямований на Крим, і лише в другу чергу – на Донецьку, Луганську, Харківську та Одеську області. Під час Революції Гідності В. Путіним було санкціоновано проведення спочатку спеціальної інформаційно-психологічної, а потім і військової операції проти України, метою якої була незаконна, у порушення норм міжнародного права, внутрішнього законодавства РФ та України, анексія Автономної республіки Крим. Цей злочинний наказ В. Путіна був виконаний посадовими особами ФСБ РФ, МО РФ, СЗР РФ у змові з певними посадовими особами органів влади та місцевого самоврядування АРК, журналістами, блогерами, громадськими діячами.

З початком анексії Криму та окупації Донбасу Росія перейшла до активних методів інформаційної війни, зокрема: фізичного захоплення телевеж та радіопередавальних центрів силами маргіналізованого населення під координацією спецслужб РФ; тотального блокування українських телерадіоканалів; використання передавальних можливостей

українських телецентрів для ретрансляції російського пропагандистського контенту. Ці дії супроводжувалися формуванням негативного іміджу України через підконтрольні РФ медіа-ресурси; впровадження на постійній основі в інформаційний простір жахливих маніпулятивних сюжетів із використанням постановочних відео та акторів; створення та штучного підняття рейтингу в українському інформаційному просторі проросійських інтернет-ресурсів «самопроголошених республік», які дискредитують українську владу, декларують безцільність відновлення та розвитку проукраїнських поглядів населення Донецької та Луганської областей; використання місцевих телерадіоканалів, а також друкованих видань, в інтересах проведення м'якої антидержавної пропаганди; впровадження в інформаційний простір України стереотипів, які дискредитують українську владу, події на Майдані, волонтерський рух та ін.

Вказане вимагало від фахівців ІСБО України дієвого реагування у режимі реального часу, адже це був перший у сучасній українській історії випадок масованої інформаційної атаки з подальшим переростанням у воєнну агресію. Однією з основних проблем, особливо на початковому етапі, став брак комунікації. Відомства діяли у відповідності до наявних на той час нормативно-правових документів, які не передбачали порядок комунікації у відкритій фазі інформаційної війни. Адже існували окремі норми, якими врегульовано взаємодію органів та підрозділів у разі виникнення терористичного акту одиничного або локального характеру (наприклад, захоплення повітряного судна у заручники або будівлі з людьми всередині з метою задоволення політичних вимог або викупу). На фоні активізації громадськості у відстоюванні інтересів держави, виникли цивільні структури, які почали протидіяти негативним інформаційним впливам з боку РФ, моніторити інформаційний простір. На державному рівні ця робота на початковому етапі мала несистемний характер, що значно знижувало ефективність протидії.

Висновки

Сьогодні в Україні налагоджено процес комунікації між СБО та громадськістю у сфері протидії інформаційній агресії, чому сприяли

зокрема успішні стартапи у сфері OSINT, які виникли у національному інформаційному сегменті, активна громадянська позиція представників медіаспільноти, блогосфери та створення комунікаційних майданчиків для позиціонування національної української ідеї. Значною мірою інформаційній успішності України сприяло запровадження страткому, привернення уваги міжнародних партнерів до розвитку комунікативних спроможностей нашої держави, запровадження рамкових документів, програм з реалізації конкретних завдань з формування комунікативного простору України.

Наступними кроками розвитку страткому в Україні вбачається вивчення та імплементація законодавства і досвіду країн-членів НАТО, запровадження механізму координації державних органів на загальнодержавному рівні, визначення єдиного державного органу для координації та контролю реалізації єдиної стратегії комунікацій суб'єктів СБО з цих питань та інші заходи.

Список використаних джерел

1. Воєнна доктрина України, затверджена Указом Президента України, № 555/2015 від 24.09.2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/5552015-19443>.
2. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо відмови України від здійснення політики позаблоковості» // Відомості Верховної Ради. – 2015. – № 4 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua/laws/show/35-19.
3. Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 02.09.2015 р. “Про нову редакцію Воєнної доктрини України”», № 555/2015, від 24.02.2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/5552015-19443>.
4. Указ Президента України «Питання координації євроатлантичної інтеграції України», № 296 від 08.05.2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.president.gov.ua/documents/2962016-20283.
5. Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29.12.2016 р. “Про Доктрину інформаційної безпеки України”», № 47/2017 від 25.02.2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/472017-21374>.
6. Концепція розвитку сектору безпеки і оборони України, затверджена Указом Президента України, № 92/2016 від 14.03.2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.president.gov.ua/documents/922016-19832.
7. Концепція реформи урядових комунікацій від 22.01.2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mip.gov.ua/ru/documents/56.html>.
8. Положення про Міністерство інформаційної політики України, затверджено постановою Кабінету Міністрів України, № 2 від 14.01.2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : mip.gov.ua/cr/documents/7.html.
9. Дорожня карта Партнерства у сфері стратегічних комунікацій між Радою національної безпеки і оборони України та Міжнародним секретаріатом НАТО [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://mfa.gov.ua/mediafiles/sites/nato/files/Roadmap_Ukr.pdf.
10. Річна національна програма під егідою Комісії Україна-НАТО на 2017 рік, затверджена Указом Президента України, №103/2017 від 08.04.2017 р.
11. Стратегія кібербезпеки України, затверджена Указом Президента України, № 96/2016 від 15.03.2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.president.gov.ua/documents/962016-19836.

12. Анісімович-Шевчук О. З. Політична комунікація як системоутворюючий фактор політичного життя суспільства : автореф. дис. ... канд. політ. наук / О. З. Анісімович-Шевчук. – Львів : Львівський національний університет імені І. Франка, 2010. – 19 с.
13. Баровська А. В. Стратегічні комунікації: досвід НАТО / А. В. Баровська [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sp.niss.gov.ua/content/articles/files/24-1436781085.pdf>.
14. Бартош А. Публичная дипломатия в конфликтах современности / А. Бартош [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nvo.ng.ru/concepts/2017-07-21/11957diplomatiia>.
15. Горбулін В. П. Інформаційні операції та безпека суспільства: загрози, протидія, моделювання : [монографія] / [В. П. Горбулін, О. Г. Додонов, Д. В. Ланде]. – К. : Інтертехнологія, 2009. – 164 с.
16. Грамші А. Тюремні зошити / А. Грамші [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://subject.com.ua/political/dict/342.html>.
17. Гуцал С. А. Публічна дипломатія та стратегічні комунікації: визначення концептуальних основ / С. А. Гуцал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/viewFile/2769/24736.
18. Долинський О. Что такое общественная дипломатия и зачем она нужна России? / О. Долинський [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://russiancouncil.ru/analytiks-and-comments/analytiks/chto-takoe-obshchestvennaya-diplomatiya-i-zachem-ona-nuzhna>.
19. Журба Я., Андрусів В. Комунікація уряду із суспільством / Я. Журба, В. Андрусів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://analytic.org.ua/wp-content/uploads/2015/06/Brief.pdf>.
20. Кадлубович Т. І. Політична комунікація в демократизації владних відносин України : автореф. дис. ... канд. політ. наук / Т. І. Кадлубович. – К. : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2008. – 17 с.
21. Катлип С. М. Паблик рилейшенз. Теория и практика / С. М. Катлип, А. Х. Центр, Г. М. Брум. – М. : Вільямс, 2000. – 624 с.
22. Клячин А. К. Політична комунікація як чинник трансформації політичних цінностей : дис. ... канд. політ. наук / А. К. Клячин. – Дн. : Дніпропетровський національний ун-т, 2007. – 212 с.
23. Кудіна О. Урядовий паблік рилейшнз у ХХІ столітті: завдання та виклики НПУ імені М. П. Драгоманова / О. Кудіна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://social-science.com.ua/article/1253>.
24. Кушнір О. В. Поняття та сутність стратегічних комунікацій у сучасному українському державотворенні / О. В. Кушнір [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://goal-int.org/ponyattya-ta-sutnist-strategichnix-komunikacij-u-suchasnomu-ukrainskomu>.
25. Ліпкан В. А. Правові засади розвитку інформаційного суспільства в Україні : [монографія] / В. А. Ліпкан, І. М. Сопілко, В. О. Кір'ян. – К. : ФОП О. Ліпкан, 2015. – 664 с.
26. Ліпкан В. А. Експертний висновок на проєкт Стратегії розвитку ефективних комунікацій у ЗСУ / В. А. Ліпкан [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://goal-int.org/ekspertnij-visnovok-na-proekt-strategii-rozvitku-efektivnix-komunikacij-u-zsu>.
27. Ліпкан В. А. Роль стратегічних комунікацій в протидії гібридній війні проти України / В. А. Ліпкан [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://goal-int.org/rol-strategichnix-komunikacij-v-protidii-gibridnij-vijni-proti-ukraini>.
28. Литвиненко О. В. Спеціальні інформаційні операції та пропагандистські кампанії : [монографія] / О. В. Литвиненко. – К. : КНУ імені Тараса Шевченка, 2000. – 222 с. ♣
29. Малиновський В. Я. Державне управління : [навчальний посібник] / В. Я. Малиновський. – К. : Атіка, 2003. – 576 с.
30. Мачикова М. К. Розбудова іміджу силових відомств як інструмент публічної дипломатії / М. К. Мачикова // Інформаційна безпека людини, суспільства, держави. – 2017. – № 1(21). – С. 96-103.
31. Певцов Г. В. Досвід і концепції ведення інформаційної боротьби у провідних країнах світу / [Г. В. Певцов, А. М. Гордієнко, С. В. Залкін, С. О. Сідченко] // Наука і техніка Повітряних Сил Збройних Сил України. – 2015. – № 1(18). – С. 12-16.
32. Петров В. Стратегічні комунікації як інструмент протидії у гібридній війні / В. Петров // Запровадження комунікацій органів державної влади : [збірник матеріалів науково-практичної конференції]. – К. : Фенікс, 2016. – С. 65-69.

33. Почепцов Г. Г. Стратегические коммуникации: стратегические коммуникации в политике, бизнесе и государственном управлении / Г. Г. Почепцов. – К. : Альтерпрес, 2008. – 216 с.

34. Ромашко О. О. Політична комунікація як фактор соціокультурної реінтеграції сучасного українського суспільства: дис... канд. політ. наук / О. О. Ромашко. – Одеса : Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, 2006. – 207 с.

35. Саввіна Л. І. Комунікація як чинник розвитку суспільства: автореф. дис... канд. філософ. наук / Л. І. Саввіна. – Одеса : Одеський національний університет, 2004. – 14 с.

36. Семченко О. А. Іміджева політика України / О. А. Семченко. – К. : Академія, 2014. – 269 с.

37. Стратегічні комунікації : [словник] / [уклад. Т. В. Попова, В. А. Ліпкан]. – К. : ФОП О. С. Ліпкан, 2016. – 400 с.

38. Соловійов С. Основні характеристики стратегічних комунікацій / С. Соловійов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nuczu.edu.ua/sciencearchive/PublicAdministration/vol4/24_2016.pdf.

39. Черненко Т. В. Сутнісні особливості публічної дипломатії в системі стратегічних комунікацій. Інформаційна безпека людини, суспільства, держави / Т. В. Черненко. – 2017. – № 1(21). – С. 104-113.

40. Brown J. The purposes and cross-purposes of american public diplomacy / J. Brown [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.unc.edu/depts/diplomat/archives_roll/2002_07-09/brown_pubdipl/brown_pubdipl.html.

41. Cornish P. Strategic Communications and National Strategy: [a Chatham House Report] / P. Cornish, J. Lindlev-French, C. Yorke, 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.chathamhouse.org/sites/./r0911es-stratcomm>.

42. Changing Minds, Winning Peace : a New Strategic Direction for U.S. Public Diplomacy in the Arab and Muslim World : [Report of the Advisory Group on Public Diplomacy for the Arab and Muslim World] [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.state.gov/documents/organization/24882.pdf>.

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

44. Gilboa E. Diplomacy in the Media Age: Three Models of Uses and Effects / E. Gilboa // Diplomacy and Statecraft. – 2001. – № 12 (2). – P. 1-28.

45. Grunig J.E., Hunt T. Managing Public Relations / J. E. Grunig, T. Hunt. – Holt, Rinehart and Winston, 1984. – 550 с.

46. Murrow in the Public Interest: from Press Affairs to Public Diplomacy [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://usinfo.state.gov/products/pubs/murrow/snow.htm>.

47. NATO Strategic Communications Policy [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://info.publicintelligence.net/NATO-STRATCOM-Policy.pdf>.

48. Public Diplomacy Goes «Pubic» [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://uscpublicdiplomacy.com/index.php/newsroom/pdblog_detail/070711_public_diplomacy_goes.

49. Paul C. Getting Better at Strategic Communication / C. Paul. – Santa Monica : RAND Corporation, 2011. – 18 p.

50. 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>.

51. Report on Strategic Communication / US Department of Defense [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/dod/dod_report_strategic_communication_11feb10.pdf.

52. Rex Harlow Definition of PR Flashcards [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://quizlet.com/99490373/rex-harlow-definition-of-pr-flash-cards>.

53. Ross C. Pillars of Public Diplomacy. Grappling with International Public Opinion / C. Ross // Harvard International Review. – Summer, 2003. – P. 22-27.

54. StrategicCommunication Joint Integrating Concept [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.dtic.mil/doctrine/concepts/joint_concepts/jic_strategiccommunications.

55. Wang J. Telling the American Story to the World / J. Wang // Public Relations Review. – March, 2007. – Vol. 33. – Is. 1. – P. 21-30.

56. What Public Diplomacy is and is not [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://publicdiplomacy.org/pages/index.php?page=about-public-diplomacy#1>.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ СТРАТКОМУ В ДІЯЛЬНІСТЬ ДЕРЖАВНИХ ТА БЕЗПЕКОВИХ ІНСТИТУЦІЙ

З метою удосконалення діяльності суб'єктів СБО у сфері зв'язків із громадськістю, формування позитивного іміджу доцільно зосередитись на таких питаннях:

- впровадження ефективного механізму вивчення громадської думки про діяльність суб'єктів СБО України;
- здійснення системного аналізу реакцій громадськості на дії посадових осіб організації, матеріали, які офіційно розповсюджуються в медіа, коментарі, які надаються визначеними спікерами відомства стосовно важливих подій;
- прогнозування суспільно-політичних процесів у контексті потенційних ризиків та загроз;
- інформування суспільства про рішення, які приймаються безпекою інституцією стосовно актуальних процесів та подій;
- забезпечення ефективного з точки зору іміджу організації та безпекових умов балансу між прозорістю діяльності та нормативно-правових вимог до збереження державної таємниці суб'єктами СБО;
- створення дієвих платформ для участі громадськості у реалізації державної політики у сфері безпеки і оборони.

Основними вимогами, дотримання яких сприяє досягненню ефективної комунікації з громадськістю та створенню позитивного іміджу ІСБО, є:

- забезпечення зворотного зв'язку між ІСБО та громадськістю;
- залучення громадськості до обговорення важливих питань та прийняття рішень;
- налагодження достатнього та своєчасного інформування громадськості та відповідних цільових аудиторій з актуальних питань забезпечення безпеки;
- формування довіри до організації з боку референтних соціальних груп та у суспільстві в цілому;
- ефективний вибір каналів комунікації з громадськістю та доведення різним цільовим аудиторіям інформації.

У діяльності суб'єктів СБО, що опікуються проблемами налагодження зв'язків із громадськістю, має використовуватися низка способів взаємодії зі ЗМІ, зокрема:

- інформаційні бюлетені, прес-релізи, огляди, фото-, відеоматеріали, інформаційні збірники, експрес-інформація;
- сайт організації, офіційні сторінки організації у соціальних мережах;
- архіви інформації про діяльність організації;

- офіційні спікери від імені організації;
- прес-конференції, брифінги, презентації, «круглі столи», прес-клуби, інтерв'ю з керівниками організації для відповідних ЗМІ;
- теле- і радіопередачі;
- публікації (виступи) у ЗМІ керівників або інших визначених посадових осіб за різними напрямками діяльності організації;
- виступи посадових осіб організації за участю представників ЗМІ перед різними цільовими аудиторіями;
- тематичні виставки;
- відеопрес-релізи про результати діяльності організації;
- акредитація засобів масової інформації;
- участь організації у заходах соціальної підтримки;
- персональні запрошення експертам, колегам з інших відомств на заходи, що проводяться організацією;
- статті у друкованих виданнях, у т.ч. у фахових з питань діяльності організації;
- листування зі ЗМІ;
- коментарі актуальних подій.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ В ДІЯЛЬНОСТІ ІНСТИТУТІВ СЕКТОРУ БЕЗПЕКИ І ОБОРОНИ УКРАЇНИ

Людмила Пелепейченко

Вступ

Проблема стратегічних комунікацій у діяльності силових структур і української влади загалом з'явилась не випадково – до порядку денного вона була поставлена самим життям. Суспільні події в Україні стали своєрідним гірким уроком для діяльності владних структур України, силових інститутів і більш широко – всіх установ і організацій; уроком, який показав необхідність згуртування нації навколо ідеї незалежності і цілісності України, зміцнення комунікативних контактів між різними інститутами, регіонами, досягнення взаєморозуміння і злагоди у всіх сферах соціального життя держави. Стала очевидною необхідність змін у комунікативній взаємодії між різними ланками діяльності соціуму та інститутами: владою і громадськістю, силовими структурами і громадськістю, владою і ЗМІ, ЗМІ і громадськістю. Необхідність зміцнення зв'язку між усіма гілками суспільства та галузями суспільного життя зумовлена не тільки гібридною війною, яку нав'язали Україні, а й іншими чинниками: уроками, отриманими під час Революції Гідності; інформаційною війною, що ведеться російською пропагандою із часів, коли Україна проголосила незалежність; феноменом деформації картини світу, яку доводиться спостерігати у певній частини українських громадян. Недостатньо активна протидія інформаційній війні призвела до низки негативних наслідків, що свідчить про необхідність нових ефективних дій. Проте на сьогодні концепції протидії викликам інформаційної війни та корекції картини світу громадян поки що перебувають у стадії формування, а отже, нагальною стала проблема створення чіткої і логічної стратегії комунікативної взаємодії в суспільстві, спрямованої на забезпечення

національної безпеки України, захист її цілісності, зміцнення державності та принципів демократії. Названі цілі можуть бути досягнуті на основі формування системи стратегічних комунікацій, яка враховувала б соціальний контекст України. Викладене свідчить про **актуальність** теми, якій присвячена ця частина роботи.

Ознайомлення з літературою, в якій висвітлюються питання організації страткому [18; 19; 20; 21; 22; 23; 26], засвідчило, що ми маємо не тільки переконливе обґрунтування необхідності здійснення стратегічних комунікацій, а й певний міжнародний досвід у їх реалізації. Отже, можна стверджувати, що теоретичні засади для формування відповідної концепції створені, проте вони не зорієнтовані на українське підґрунтя, сучасні соціальні умови. Саме останнє спостереження і зумовило формулювання **мети** цього розділу роботи: обґрунтувати концепцію страткому силових інститутів, в якій ураховано сучасний соціальний контекст України.

Формування концепції передбачає розв'язання конкретних завдань, що являють собою етапи, кроки на шляху до досягнення мети, а саме: уточнення поняття *стратегічні комунікації*; виокремлення ланок взаємодії у здійсненні страткому; з'ясування напрямів та змісту роботи, спрямованої на реалізацію стратегічних комунікацій; обґрунтування умов, які мають сприяти здійсненню страткому.

Концепція страткому, яку ми обґрунтовуємо в цьому розділі, зорієнтована передусім на діяльність силових інституцій України, проте окремі напрями охоплюють і інші гілки соціального життя, зокрема ЗМІ та владні структури. Такий підхід є виправданим, оскільки стратком в онтогенезі передбачає вихід за межі діяльності однієї галузі чи інституції.

Поняття стратегічних комунікацій та напрями їх здійснення

Значення терміна *стратегічні комунікації* не є простою сумою значень слів, що утворюють словосполучення, – воно набуло помітних прирощень смислу, які стали результатом його використання в різних галузях діяльності

соціуму. У словниках щодо слова *стратегія* подано такі значення: *Стратегія* 1. Наука про ведення війни, мистецтво ведення війни. 2. перен. Мистецтво керівництва суспільною, політичною боротьбою [6]. Отже, *стратегічний* – пов’язаний із наведеними сферами діяльності. В теорії комунікації *стратегія* інтерпретується як загальний план, замисел комунікативних дій та його реалізація [9], і тоді *стратегічний* – пов’язаний із загальним планом, замислом комунікативних дій. *Стратегія комунікації* у менеджменті – це результат вибору і формування вектора спрямованості комунікаційної діяльності організації; концепція, програма, генеральний курс суб’єкта управління щодо визначення і досягнення ним основних цілей організації у сфері стратегічного управління; розрахована на перспективу комунікативна політика, що забезпечує досягнення довгострокових цілей організації [18; 19]. Відповідно *стратегічний* – який стосується викладених напрямів роботи.

Термін, що вже давно утвердився в менеджменті, останні 10 років набув поширення в інших галузях соціальної сфери, передусім в урядових організаціях США. Так, у Державному департаменті і в Департаменті оборони він тлумачився як чітко сплановані дії уряду США, спрямовані на залучення ключових цільових аудиторій до створення, зміцнення або збереження сприятливих умов для розширення інтересів, політики і завдань США через реалізацію координаційних програм, планів, тем, основних повідомлень та синхронізованих продуктів із використанням усіх інструментів державного управління [20; 21; 22; 23; 26].

Російські автори розглядають стратком США як форму інформаційної війни і наголошують на ролі маніпуляції інформацією в його здійсненні [12, с. 9-14]. Як свідчать сучасні події, викладену інтерпретацію російські ЗМІ повною мірою реалізували у своїй пропагандистській діяльності.

Аналізований термін використовується і в діяльності НАТО. У посібнику для військовослужбовців НАТО дається таке визначення стратегічних комунікацій: скоординоване використання комунікативних дій НАТО та можливостей суспільної дипломатії, зв’язків із громадськістю,

військових зв'язків із громадськістю, інформаційні операції та психологічні операції, що спрямовані на підтримку політики Альянсу, операцій і заходів, що мають на меті досягнення цілей НАТО [20; 21; 22; 26]. Як бачимо, в останньому визначенні наголошено, що стратком охоплює сукупність різних заходів і різних учасників комунікативного процесу. Ознака, що об'єднує заходи аналізованого типу, – відповідність цілям НАТО. Останнє визначення приймаємо як основоположне і проектуємо на соціальний контекст України. *Стратком* в нашому розумінні – сукупність заходів, видів і форм комунікативної діяльності, спрямованих на досягнення ключових цілей соціального життя України, соціальних інститутів або окремих галузей.

Термін *стратегічні комунікації* не є тотожним термінам *суспільні комунікації*, *соціальні комунікації* чи іншим, що включають комунікативний аспект взаємодії. На відміну від наведених чи схожих понять стратегічні комунікації характеризуються такими сутнісними ознаками: 1) номінують тільки комунікативні заходи, що *спрямовані на ключові цілі* країни в цілому чи її інститутів, галузей; 2) *визначаються соціальними умовами*, актуальними завданнями діяльності держави, інституту чи галузі; 3) потребують обґрунтування і *створення чіткого плану комунікативної взаємодії*; 4) *передбачають міжурядову, міждержавну, міжгалузеву взаємодію*; 5) *передбачають роботу з різними цільовими аудиторіями (групами)*. Термін *суспільні комунікації* номінує сферу комунікативних контактів (*суспільна* на відміну від *побутової*) – аналізований нами термін *стратегічні комунікації* називає сукупність спеціально підготовлених комунікативних дій, спрямованих на реалізацію ключових цілей організації, інституту чи владної структури.

Термін *соціальні комунікації* використовують у різних науках: соціології, психології, філософії, менеджменті. У кожній із наук його тлумачать із деякими відмінностями, проте в цілому назване поняття розуміють як взаємний обмін учасників спілкування соціально значущою інформацією, що здійснює вплив і на самих учасників, і на суспільство в загалом. Аналізовані у терміни дещо перетинаються: стратком може здійснюватись із використанням

моделей соціальних комунікацій, якщо останні сприяють досягненню ключових цілей інституції, галузі чи влади в цілому. Проте на відміну від соціальних комунікацій стратегічні пронизують усі напрями і види роботи в межах інституту чи поза ними: це не тільки комунікації із різними соціальними інститутами, а й робота з особовим складом у межах ІСБО.

Оскільки модель страткому ґрунтується на чіткому визначенні ключових цілей організації, державного інституту, галузі чи влади в цілому, у її розробленні необхідно передусім сформулювати відповідні цілі. Цілі і завдання діяльності будь-якої структури визначаються обставинами, що склалися на відповідний період, а отже, першим етапом роботи є аналіз соціального контексту діяльності організації чи інституту. Розглянемо схему цієї роботи на прикладі інституту силових структур України.

Не є таємницею той факт, що сучасний соціальний контекст діяльності силових структур України є досить складним. Відомі і суперечливі причини та тенденції його динаміки. З одного боку, нав'язана Україні гібридна війна, в якій військовослужбовці проявляють найкращі риси захисників Батьківщини, що викликає у пересічних громадян не тільки повагу, а й захоплення; з іншого, – корупція, яка повільно піддається викоріненню і стає причиною негативного іміджу силових структур. З одного боку, повага до армії, яка відродилася із небуття і на очах громадян України за короткий термін стала сильною, з іншого, – абсолютна недовіра до поліції, інституту прокурорів і суду. Не будемо вдаватися до детального розгляду соціальних умов України – вони аналізуються в безмежній кількості телепередач, матеріалів інтернету і друкованих джерел. Політичні оглядачі, депутати, фахівці різних галузей діяльності, запрошені на телестудії, кожного дня висловлюють свої оцінки та пропозиції. Іноді їх агресивні оцінки ілюструють відомий вислів *Кожен себе уявляє стратегом ні в року, за боєм спостерігаючи збоку*. Не дивно, що телеглядач, слухач, читач може розгубитися, засумніватися або навіть утратити віру у сформовані ідеали. Зауважимо, що таке різноманіття поглядів та оцінок подій в Україні існує на відміну від Росії, в якій кожного дня і кожної

хвилини у всіх масмедійних засобах звучать одні й ті самі оцінки, що багаторазово повторюються і несуть ідеї існуючої влади. Найменша помилка (часто навіть уже виправлена) в діяльності силових структур України тут же стає об'єктом детального критичного аналізу, який обов'язково пов'язується із глобальними проблемами та негараздами України. Набагато менше громадськість ознайомлюють із позитивними зрушеннями. А коли інформація про позитивні події подається, вона частіше залишається непомітною для пересічних громадян: дехто сприймає відповідні факти як норму, а дехто скептично, чому сприяє низка негативної інформації, викладеної раніше. Натомість у російських ЗМІ голосно і впевнено стверджують у будь-якій ситуації, що Росія завжди права і ніколи не помиляється. Нагадаємо, що багато українців дивляться саме російські телеканали.

Із такого складного соціального контексту випливають і ключові цілі страткому українських ІСБО: корекція інституційного іміджу, виховання патріотизму, протидія інформаційній війні, встановлення соціальної злагоди. Зауважимо, що кожна інституція має доповнити їх цілями, притаманними тільки їй. Принагідно будемо обґрунтовувати важливість мети і моделювати напрями роботи, спрямованої на її досягнення.

Одна із ключових цілей – корекція іміджу силових структур України, формування довіри та позитивного ставлення до них із боку пересічних громадян. Викладена мета не потребує обґрунтування: зрозуміло, що в разі позитивного ставлення пересічні громадяни будуть допомагати силовим установам у здійсненні необхідних операцій, в разі негативного – будуть створювати перешкоди. Питання про створення позитивного іміджу силових структур уже розглядалося в теоретичній літературі [3; 4], проте у згаданих працях відображено соціальний контекст тих років, коли вони публікувались. І хоча пройшло порівняно небагато часу, соціальні умови зазнали кардинальних змін, тому виникла потреба в осмисленні низки питань створення іміджу з огляду на уроки реального життя. Більш детально аналізоване питання буде розглянуте в наступних підрозділах.

Ще одна ключова мета – формування патріотизму у пересічних громадян, а також у офіцерів та військовослужбовців, призваних до рядів ЗС України. Необхідність досягнення цієї мети пояснюємо тим, що патріотично налаштовані громадяни не будуть перешкоджати діяльності своїх силових структур, а від патріотизму самих військовослужбовців у кінцевому результаті залежить успішність будь-якої діяльності.

Ключовою метою є формування вміння протидіяти викликам інформаційної війни, зокрема російської інформаційної агресії. Необхідність роботи в цьому напрямі пояснюємо тим, що ворожий інформаційний вплив може виявитися настільки згубним, що закреслить всі позитивні надбання. До того ж під час призову до армії приходять молоді люди, які могли довгий час перебувати під ворожим інформаційним впливом, і тоді без корекції їхньої картини світу про патріотизм, позитивний імідж та протидію інформаційній війні годі й говорити.

Однією з найважливіших цілей є встановлення соціальної злагоди. Негативним наслідком інформаційної війни стала поява певної частини громадян, що вороже ставляться до України (як не дивно, до країни, в якій вони народилися, виростили, виростили дітей і живуть сьогодні). Люди з такими поглядами стали жертвами російської інформаційної агресії, але вони українські громадяни, і їх не можна ігнорувати.

Отже, корекція іміджу силових структур України, виховання патріотизму, формування вміння розпізнавати негативний вплив інформаційної війни і протидіяти йому, встановлення соціальної злагоди вважаємо основними цілями в моделюванні страткому силових структур України. Кожна із сформульованих цілей може бути досягнута за умови ретельно продуманого комунікативного впливу на громадськість, ЗМІ, підрозділи силових структур загалом і кожного військовослужбовця зокрема.

Організація страткому в НАТО порівнюється з роботою оркестру та диригента [22]. Вважаємо, що положення про чітку організацію і системність роботи в межах стратегічних комунікацій є не тільки доцільним, а й

обов'язковим. Подамо один із варіантів організації страткому. У кожному ІСБО має бути фахівець з комунікації, який виконує функції не тільки організатора, а й координатора страткому в межах інституту і окремих його підрозділів, де кожний член команди комунікаторів несе відповідальність за організацію і проведення роботи у визначеному напрямі, а саме: зовнішні зв'язки в межах країни, міста (тобто зв'язки з громадськістю та іншими соціальними інститутами, у тому числі і силовими); міжнародні зв'язки; робота з особовим складом. У кожному з напрямів тією чи іншою мірою враховуються всі чотири ключові цілі: формування позитивного іміджу структури, виховання патріотизму, протидія викликам інформаційної війни, встановлення соціальної злагоди. У здійсненні страткому через зовнішні зв'язки в межах країни чи міста основна увага приділяється формуванню позитивного іміджу ІСБО, протидії негативному впливу інформаційної агресії та встановленню соціальної злагоди. Фахівець із комунікації, що відповідає за міжнародні зв'язки, зосереджує зусилля на формуванні позитивного іміджу ІСБО України на міжнародному рівні. Для комунікатора, який відповідає за роботу з особовим складом, однаково важливими є всі чотири цілі, отже, він у межах свого колективу проводить роботу у всіх чотирьох напрямках, які міцно пов'язані між собою, оскільки позитивний імідж ІСБО сформується лише за умови патріотичності кожного військовослужбовця, що передбачає вміння протистояти викликам інформаційної війни, налагоджувати стосунки між людьми різних регіонів і різних поглядів.

Зміст роботи за кожним із напрямів страткому дещо відрізняється, проте всі види, форми роботи і заходи спрямовані на досягнення ключових стратегічних цілей, які забезпечують комфортні умови для діяльності силових структур на користь народу України.

Фахівець із міжнародних зв'язків організовує спільні міжнародні маневри, конференції, семінари, ділові зустрічі. Він має бути добре обізнаним із особливостями міжкультурної комунікації і готувати до комунікативних контактів з іноземними силовими структурами

українських суб'єктів діяльності. Від того, як проявлять себе українські представники спільної міжнародної діяльності, залежить імідж України і її силових структур на міжнародній арені.

Комунікатор, що відповідає за зовнішні зв'язки в межах країни, у своїй діяльності може використовувати всі відомі методи і форми роботи соціальних комунікацій, які відомі під назвою Public Relations.

Фахівець комунікації, який відповідає за роботу з особовим складом, має оволодіти мистецтвом мовного впливу на аудиторію і окремих осіб, оскільки саме він повинен сформувати у своїх підлеглих почуття патріотизму, вміння впізнавати маніпулятивний вплив ворожої пропаганди і давати йому гідну відсіч. Для розв'язання складних завдань, які стоять перед відповідальним за аналізований напрям страткому, недостатньо роботи, спрямованої на захист від викликів інформаційної війни та протидії їм, – необхідна добре продумана, позбавлена зайвої нав'язливості робота щодо пропаганди ідей, які відстоює сучасна Україна і вся цивілізована спільнота.

Реалізація страткому потребує складання чіткого плану за кожним із схарактеризованих напрямів. План має будуватися на основі аналізу проблем, продиктованих самим життям. Подамо орієнтовний план, який відображає етапи підготовки страткому і структуру цього розділу роботи.

1. Аналіз комунікативного аспекту діяльності державних органів і силових інститутів і осмислення уроків, які слід засвоїти із помилок.

2. Обґрунтування рекомендацій щодо побудови ефективної комунікації в різних напрямках.

3. Виокремлення цільових аудиторій і обґрунтування змісту комунікативних контактів із кожною з них.

4. Обґрунтування умов, за яких здійснення стратегічних комунікацій буде найбільш ефективним.

Узагальнюючи викладену інформацію, подамо схематично інформацію про організацію страткому, відобразивши такі аспекти: сутнісні ознаки страткому; ключові цілі страткому ІСБО України; напрямми здійснення страткому.

Уроки реального життя: комунікативний аспект діяльності безпекових інституцій, ЗМІ та державних органів України

Сучасне суспільство можна не переконувати у важливості мовної комунікації в будь-якій галузі діяльності – ця теза доведена самим життям, перевірена діяльністю людства в різних сферах і сприймається сьогодні як аксіома. На тлі беззаперечності самого твердження про велику роль комунікації у практичній діяльності про неї часто забувають або неохоче нехтують. Свідченням цього є слова, які іноді звучали останніми роками в ЗМК «Нас не чують!». Сучасні українські масмедіа створили такі умови, за яких важко когось не почути: будь-яка позиція без затримок оприлюднюється через ЗМІ, до іншої думки громадськість ставиться толерантно, і все ж окремим верствам суспільства здається, що їх не чують. Чому? Очевидно, зворотного зв'язку не було встановлено, а це означає, що комунікативний процес не здійснився. Комунікації між владними структурами і громадськістю в Україні явно недостатньо. Пояснимо, в чому це проявлялось. У поясненні будемо відштовхуватися від структури комунікації: «комунікатор – інформація – адресат», виявляючи недоліки стосовно кожного структурного елемента.

У ролі комунікатора можуть виступати пересічні громадяни або їх представники, журналісти, представники владних структур, силових інститутів тощо. Перше питання виникає стосовно комунікатора, в ролі якого виступають представники громадськості. Чи завжди представники громадськості мали можливість висловити свої побажання, позиції, проблеми? Не можна стверджувати, що таких умов не було зовсім, проте, безсумнівно, їх було замало. На жаль, ми не можемо пишатися громадським телебаченням, яке б у спеціально створених, ретельно продуманих телепрограмах швидко реагувало на запити громадськості, забезпечуючи здійснення комунікації між громадянами і представниками владних структур. Доречно зупинитися ще на двох аспектах заявленої проблеми: на питанні про цільові аудиторії і способи викладення проблеми, і ми звернемося до нього, аналізуючи ланки «інформація» та «адресат».

Заслугує на увагу і питання про спосіб постановки комунікатором болісної проблеми. У нас, як правило, про болісні проблеми заявляють агресивно, емоційно виражаючи невдоволення або перебуваючи вже в стані конфлікту. У разі необхідності така постановка питання виправдана, швидко дає ефект, проте налагоджений комунікативний процес передбачає і інші ефективні способи комунікативної взаємодії. Краще не доводити ситуації до конфліктів, а спробувати запобігти їм, вчасно поставивши для обговорення відповідні питання. Це обговорення можливе за умови моніторингу соціального життя і виявлення потенційних проблем. Згадані завдання могли б вирішувати автори спеціальних програм, створених для різних цільових аудиторій.

Розглянемо ситуації, коли в ролі комунікаторів виступають журналісти. Останнім часом українські журналісти демонструють високий професіоналізм і майстерність. Проте чи завжди вони проявляють належну соціальну відповідальність? На жаль, на це питання важко відразу дати позитивну відповідь, тому звернемося до аналізу їх роботи під кутом зору відомих моделей спілкування ЗМІ із владними структурами.

Американські науковці Ф. Зіберт, Т. Петерсон та В. Шрам виокремили чотири моделі взаємодії між системами політики і ЗМІ [10, с. 78-91].

Перша модель – тоталітарна. Комунікативна стратегія тоталітарності передбачає, що публіцистика підлягає абсолютному контролю з боку пануючої партії. ЗМІ мусять виконувати лише функцію створення позитивного іміджу партії та допомагати виховувати народ згідно із цілями партії. У тоталітарній моделі тактику влади стосовно ЗМІ можна назвати тактикою диктату. Реалізація цієї тактики створює умови для повного втілення в життя інтенцій влади, а спілкування втрачає ознаки комунікативної взаємодії і стає виключно реакцією на акції владних структур. Яскравим прикладом цієї моделі є Північна Корея. Українські журналісти категорично відмовились від такої моделі.

Друга модель – авторитарна. У цій моделі преса має завдання служити уряду і стабілізувати його панування. Функція критики з боку ЗМІ не передбачається. Найбільш наочно наведений варіант взаємодії проявляється у

державх Близького та Середнього Сходу. Головними інструментами обмеження свободи преси, а відтак і звуження інформаційного поля з боку держави виступають надзвичайні повноваження, військова таємниця, політична брехня, імідж держави, корпоративність. Приклад цієї моделі спостерігаємо в сучасній Росії. В Україні навряд чи можна знайти хоча б один приклад цієї моделі. Представники ЗМІ можуть висловлювати різні точки зору, окремі погляди можуть збігатися із позицією владних структур, проте це лише окремих збіг, а не виконання замовлень влади.

Третя модель – ліберальна. За такої моделі ЗМІ є приватними підприємствами, котрі конкурують між собою. Тут немає цензури: втручання в справи уряду чи партій залишаються безкарними. Прихильники цієї моделі стверджують, що за ліберально-ринкових умов ЗМІ слугують суспільству в пошуках правди як партнер у дискусії, а не як захисник уряду та його пропагандистських намірів. Однак «формування і обмін поглядів» у відповідності до законів ринку можливі лише у вузьких межах. Дж. Кін зауважує: «Медіа, які орієнтуються на ринок, не є бездоганними і безтурботними. Вони не можуть ані зробити свою аудиторію однорідною та заспокоїти її, ані виконати власну обіцянку «свободи і вибору радше, ніж регуляції та обмеження» [10, с. 82-83]. На думку цього автора, основними тенденціями розвитку ЗМІ в межах ліберальної моделі є монополізація, інтернаціоналізація, уніфікація та комерціалізація. У наукових джерелах неодноразово відзначалося, що з усієї інформації, що передають інформагентства світу, 90% поширюють чотири найбільших агенцій: Асошейтед Прес, Юнайтед Прес Інтернешнл, Рейтер і Франс Прес. Люди за таких умов не мають вибору, конкуренція між ЗМІ зникає, політичний діалог біднішає, громадська думка стандартизується. Тактику владних структур у межах цієї стратегії назвемо тактикою невтручання. В Україні ознаки ліберальної моделі реалізуються специфічно: існує конкуренція ЗМІ, немає монополізації, і підтвердженням тому є численна кількість телеканалів і газет, які дотримуються різних поглядів і повною мірою забезпечують політичний

діалог. Проте тактика невтручання владних структур, притаманна аналізованій моделі, відзначається і в Україні.

Четверта модель – соціально відповідальна. Вона виходить із ідеалів соціально активного громадського життя, ключовим елементом якого є відкрите громадянське суспільство, що підтримує процес комунікації і перетворює односторонні повідомлення на діалог у суспільстві. У цій моделі влада не тисне на ЗМІ, не обмежує їхню діяльність, але і не стоїть осторонь негативних явищ, які породжують негативні зміни в соціальній свідомості. Мета влади – забезпечення по-справжньому вільної і по-справжньому відповідальної преси, яка б не ганялася за сенсаціями як самодостатньою цінністю, а надавала масам об'єктивні новини, створюючи умови для вільного вибору пріоритетів. Джон Кін пропонує для досягнення цієї мети застосувати у практичному плані деконцентрацію та громадське мовлення приватних ЗМІ, а також обмежити масштаб і інтенсивність «корпоративного мовлення». Суспільне регулювання ринку масмедіа, на його думку, має на меті створення справді широкого вибору ЗМІ, який давав би змогу маленьким людям у великих суспільствах формувати й отримувати широкий вибір думок і позицій [10]. У викладеній концепції тактика владних структур постає як тактика регулювання, або координації. Позитивно оцінюючи положення про соціальну відповідальність ЗМІ, зауважимо, що навряд чи українські журналісти погодяться на будь-яку координацію з боку владних структур. У зв'язку із аналізованою моделлю слід більш глибоко осмислити поняття соціальної відповідальності.

Спостереження за роботою українських ЗМІ засвідчує, що назване поняття журналісти розуміють по-різному. Часто в ефір подається інформація, яка не має оприлюднюватися. На наш погляд, слід обережніше поводитися з інформацією щодо пересування військових частин, їх кількості, озброєння тощо. В умовах війни зайвими є репортажі з місця подій, у яких чітко видно розташування певних об'єктів. Детальні репортажі представників ЗМІ здатні значно полегшити роботу розвідувальних служб агресорів: замість небезпечної операції щодо збору інформації вороги можуть просто уважно послухати інформаційні програми українських теленовін.

Як відомо, журналістика виконує не тільки функцію поширення інформації, ознайомлення співвітчизників із подіями, а й функції формування громадської думки, створення уявлень про світ. Фактично сучасні масмедіа здатні керувати поведінкою соціуму [1; 2; 3; 7; 8; 11; 16; 17 та ін.]. На жаль, не завжди можливості ЗМІ використовуються в позитивних цілях. Іноді, поставивши за мету дізнатися якомога більше про певну подію і оприлюднити цю інформацію, щоб завоювати тим самим собі прихильність із боку читачів, журналісти переходять межі дозволеного і створюють ускладнення для виконання службово-бойових завдань військовими. Вони роблять це неусвідомлено, не ставлячи за мету сприяти негативним соціальним явищам. Тим часом масмедіа не просто поширюють закриту інформацію, а й слугують своєрідним засобом зв'язку і навіть посібником для правопорушників: терористів, злочинців, людей з девіантною поведінкою і нестійкою психікою. До речі, схарактеризована особливість притаманна не тільки українським журналістам. Про це йшлося на саміті НАТО в червні 2006 р. у доповіді норвезького політолога Ромерхайма «Теорія телетрансляції захоплення заручників», який довів згубний вплив телекомпаній, що пускали в ефір відеоматеріали, зняті терористами. За епіграф до своєї доповіді Ромерхайм обрав висловлення П. Престона, колишнього редактора «Гардіан», де стверджується: «Можливо, ЗМІ, осліплені бажанням подати унікальні матеріали, не усвідомлюють своєї негативної місії. Ми не могли повірити, що ... терористи Аль-Каїди з бородами й у каптанах могли бути навченими політтехнологами, не говорячи вже про те, що це вони їх розкручували. Але це і є гірка правда». Думка про згубний вплив ЗМІ в певному контексті висловлювалась і в інших джерелах [1; 2; 3; 7; 8; 11; 13; 14; 15; 16; 17]. Деталізуючи репортажі, журналісти проявляють і власну професійну майстерність, уміння розкрити проблему всебічно й глибоко, і бажання задовольнити потреби адресатів, проте соціальна відповідальність у таких випадках не завжди перебуває на першому плані, і цей факт викликає більше сумнівів, ніж захоплення. Аналогічні висновки можна зробити і в тих

випадках, коли в ефір попадає неперевірена або фальшива інформація. Неправда в повідомленнях дуже швидко стає відомою адресатам, оскільки вони мають вірного друга – інтернет, який миттєво подасть у кращому випадку правдиві факти, а в гіршому – викривлені в інший бік.

Отже, уроки реального життя України вимагають від журналістів більш обережного ставлення до інформації, яку вони подають в ефір. Якщо ж розглядати їхню діяльність як комунікаторів в іншому аспекті – в аспекті формування патріотизму громадян, то слід визнати, що в цій сфері вони мають бути більш активними і креативними.

Аналіз телепрограм різних каналів показує, що не всі вони налаштовані патріотично. Досить згадати факти, коли після заборони демонструвати кінофільми з участю російських акторів, які виступили в підтримку дій сепаратистів і В. Путіна, на деяких каналах не було зроблено жодних змін. Така сама реакція була і на заборону демонструвати кінофільми, що створюють позитивний імідж ворожої армії. Наведені факти свідчать про недостатню увагу авторів програм до питань соціальної відповідальності.

Отже, єдиною моделлю, яка здатна слугувати на користь людям, є четверта, що передбачає тактику регулювання (координації). На нашу думку, це має бути не контроль, а саме регулювання, координація діяльності ЗМІ і владних структур. Українська громадськість буде пишатися такими діями журналістів, які жодною мірою не заперечують свободу слова, проте завжди пам'ятають про соціальну відповідальність за свої репортажі.

Проаналізуємо уроки ситуацій, коли в ролі комунікаторів виступали представники силових інституцій.

З початком АТО українці з подивом узнали, що армія на той час була розвалена, а про імідж ІСБО годі було й говорити. Пересічному громадянину здавалося, що хтось спеціально спланував цей розвал і протягом двадцяти років поступово, непомітно для зовнішнього погляду реалізовував свої плани. Про комунікацію представників ІСБО із громадськістю взагалі не йшлося. Військові частини на місцях намагалися встановити зв'язки з громадськістю:

брали шефство над дитячими будинками, випускали газети і журнали, в яких знайомили читачів із позитивними подіями, заслуженими людьми, боротьбою з негативними явищами тощо. Проте ці журнали самі ж військові і читали. Створюється враження, що ІСБО і громадськість жили в паралельних світах. У масмедійних засобах цивільного світу подавалась жорстка критика негативних явищ у діяльності військових, причому поза увагою не залишалась жодна помилка, жоден негативний факт, навіть дрібний. Цивільні масмедіа не проявляли зацікавленості проблемами військовиків, не було намагання встановити з ними контакт, обговорити актуальні питання, створити програми, які були б цікавими для широкої громадськості.

У світі військових масмедійних джерел створювалась майже ідеальна картина діяльності ІСБО. У ній теж висвітлювались негативні явища, проте тільки в казковій перспективі: добро завжди перемагало над злом. Аналіз газет військової та правоохоронної сфер діяльності засвідчив, що основну специфіку мовного впливу в періодиці ІСБО становлять такі риси:

1. Відсутність звернень до сенсації як засобу впливу на читача та намагань апелювати до несподіваних, дивних чи приголомшливих новин.

2. Специфічність акцентів в подачі позитивних і негативних подій. Негативні явища подаються як такі, що завжди викриваються і караються. Прихована мета такого впливу зрозуміла: по-перше, читач може не турбуватися про свою безпеку – про нього піклуються відповідні установи, по-друге, читач має чітко усвідомити, що зло завжди карається, і відшукувати способи своєї самореалізації у позитивній діяльності.

3. Відсутність маніпулятивного мовного впливу, спрямованого на деструктивні цілі.

Можна по-різному ставитися до спокійної позитивної аури військових та правоохоронних видань – схвалювати її чи критикувати, заохочувати її моральність чи підсміюватися над консервативністю, але не можна не відзначити її соціальну відповідальність, спрямованість на головне завдання: забезпечення громадянського спокою в країні.

Як відомо, ефективність впливу визначається за реакцією читача.

Сучасний читач, який полюбляє сенсації, звик до неприкритої, іноді жахливої (не просто гіркої) правди, якому набридла сіра буденність, який воліє знати все про всіх, – як він реагує на картину світу, яку пропонують, з одного боку, військові та правоохоронні ЗМІ, з іншого, – цивільні масмедіа? Відповідь на сформульоване питання стосується другої і третьої ланок комунікації: інформації і адресата.

Звернемося до елементу комунікативного процесу «інформація» і розглянемо його в таких аспектах: відповідь на заявлені питання і проблеми; обсяг інформації, типи інформації.

Стосовно відповіді на заявлені питання і проблеми доводиться констатувати, що військовим ЗМІ нікому було відповідати, бо вони майже не приділяли уваги пересічному громадянину України як своєму читачеві.

У сфері діяльності цивільних ЗМІ спостерігались позитивні зміни. Останнім часом в Україні створені змістовні і цікаві телепередачі, що організовують і систематизують діалоги, дозволяючи висловлювати різні позиції і думки щодо актуальних проблем. Помітно, що над інтерактивними програмами такого типу працюють справжні професіонали. Проте в їх створенні зовсім не враховано фактор цільових аудиторій. Не таємниця, що «5 канал», телеканал «Еспресо» та інші, що подають в ефір цікаві програми, переглядають далеко не всі громадяни України. Значна частина телеглядачів надає перевагу у кращому випадку іншим українським телепередачам і програмам, а в гіршому – російським, інформаційним агресорам, які зомбують наших громадян. Зауважимо, що слід звернути увагу і на інші аудиторії телеглядачів: встановити з ними контакт і здійснювати комунікацію з урахуванням їхньої картини світу, за необхідності коригувати її, формувати загальнонародні ціннісні пріоритети. Можливо, доцільним буде запозичити стратегії спілкування з окремими цільовими аудиторіями у зарубіжних колег, які готують цікаві і корисні для відповідної аудиторії телеглядачів програми, а в перервах між такими передачами подають невеликими дозами потрібну інформацію або організовують комунікативний контакт з метою вирішення тих чи інших проблем.

Отже, стосовно елемента «інформація» сучасним українським ЗМІ

варто урізноманітнити види теле- чи радіопрограм, публікацій і орієнтуватись на різні цільові аудиторії, обираючи необхідний обсяг інформації, спосіб її подавання і забезпечуючи взаємодію з адресатами.

Аналіз контактів у ситуаціях «представники владних структур – громадськість» засвідчив, що зміст комунікації має будуватися навкруги двох аспектів: з одного боку, відповіді на всі запитання громадян, всі заявлені болісні проблеми, з другого, – пояснення своїх дій, вибору кадрів, зміни рішень і т. ін. На сьогодні існують помітні прогалини в обох аспектах. Не створено умов для того, щоб не тільки активні представники громадськості, а й кожний громадянин міг поставити свої запитання і заявити про болісні проблеми. Епізодично робота в цьому напрямі проводиться, проте вона не має системного характеру. Те ж саме можна сказати і про пояснення власних дій представниками влади: іноді пояснюються дії, вибір кадрів, але частіше владні рішення в очах громадян виглядають дивними, вони не супроводжуються жодними коментарями, в результаті чого представники влади стрімко втрачають довіру і позитивний імідж. Із уроків реального життя робимо висновок: представники владних структур мають давати відповідь на складні запитання громадян і пояснювати логіку своїх дій та кадрових рішень.

Ще більше проблем виникає в ситуаціях «представники ІСБО – громадяни». Уроки реальності свідчать, що ІСБО мають встановити комунікативний контакт із громадянами: вони повинні реагувати на запитання громадян і проблеми, своєчасно давати необхідні пояснення. Обсяг і тип подавання відповідей та пояснень доцільно обирати з огляду на соціальний портрет цільової аудиторії.

Третій елемент комунікації – *адресат* – є не менш важливим, ніж тип інформації та її обсяг. Аналіз реального стану речей щодо орієнтування інформації на адресата показав доволі сумну картину, яку узагальнено можна схарактеризувати так.

1. Про першу особливість цієї картини вже йшлося в нашій роботі: певні канали переглядають певні соціальні групи громадян. Якою цікавою і корисною не була б програма, її перегляне тільки аудиторія, що вітає основну позицію відповідного каналу. Отже, українським телеканалам слід

поборотися за свого глядача, жодним разом не виявляючи снобізму і зверхнього ставлення до будь-якого соціального прошарку. Це не означає, що слід спустити планку рівня комунікації, – навпаки, слід підняти рівень аудиторії, якщо ситуація цього потребує. Ми переконані, що професіоналізм українських журналістів здатен забезпечити розв’язання цього завдання.

2. Стосовно комунікації «владні структури – громадяни» в реальному житті України цільові аудиторії взагалі не виокремлюються. Якщо іноді якісь пояснення і подаються з боку владних структур, то тільки в одному варіанті, без урахування того, хто їх буде слухати і як зрозуміє. Фахівець із комунікації, що виступає від імені владних структур, міг би вирішити цю проблему.

3. У комунікативному процесі «представники ІСБО – громадяни» виокремлення цільових аудиторій особливо важливе. Вдало побудована комунікація забезпечить і виховання патріотизму громадян, і позитивний імідж силових інститутів, і вміння протидіяти ворожій пропаганді.

Отже, у плануванні і здійсненні комунікації вкрай важливо враховувати особливості цільових аудиторій.

Ключові цілі як орієнтир у плануванні і здійсненні стратегічних комунікацій

Однією із ключових цілей страткому є формування позитивного іміджу України та її ІСБО. Про важливість позитивного іміджу різних установ написано чимало праць [13; 14; 16; 17 та ін.]. Узагальнивши основну інформацію, викладену в них, зосередимо увагу на аспекті, що залишився поза увагою дослідників, – на питанні про комплексний підхід до цієї роботи.

Обґрунтовані в теоретичних джерелах положення викладемо у формі тез.

1. Імідж – створений в уявленні громадськості стихійно чи цілеспрямовано образ окремої особистості, соціального інституту або організації.

2. Формування уявлення про той чи інший об’єкт ґрунтується на ціннісних пріоритетах окремої особистості та суспільства загалом. Ціннісні пріоритети слугують базою для уявлення про норму – як повинно

бути. Вони формують імідж-модель об'єкта – сукупність позитивних (або негативних) ознак, що відповідають (або суперечать) вимогам соціуму до об'єкта певного типу. Ідеальна імідж-модель слугує еталоном позитивного чи негативного типу, своєрідним засобом оцінки об'єкта.

3. Розрізняють *зовнішній* імідж (уявлення про організацію чи суспільний інститут в очах громадськості) і *внутрішній* (уявлення про організацію самих працівників відповідної установи).

4. За критерієм формування виокремлюють автоімідж; імідж, створений через ЗМІ; імідж, створений в результаті взаємодії з об'єктом.

Звертаючись до характеристики зовнішнього іміджу ІСБО України, маємо констатувати небажаний факт: його негативний характер, який укорінився в масову свідомість і піддається змінам повільно. Це зумовлено, з одного боку, автоіміджем, з іншого – зусиллями наших ЗМІ, які тільки протягом останніх двох років дещо змінили свої стратегії подавання інформації. До цього часу українські ЗМІ працювали виключно на антиімідж.

Ознайомлення із продукцією українських ЗМІ протягом тривалого періоду незалежності України засвідчило, що увага приділялася недолікам у діяльності ІСБО – вони висвітлювались часто і детально, що негативно впливало на уявлення соціуму. Публікації чи радіо- або телепередачі про позитивні події були поодинокими і не отримували широкого розголосу. Як результат ставлення громадськості до правоохоронців сьогодні є переважно негативним: пересічні громадяни тільки останніми роками почали розмежовувати установи в межах ІСБО: СБ України, НГ України, і поліцію – раніше вони сприймали названі структури як один інститут поліції і оцінювали його роботу різко негативно. Сьогодні зовнішній імідж правоохоронців значною мірою залежить від роботи поліції.

Позитивний імідж активно формували військові та правоохоронні ЗМІ, проте ці типи видань не мали широкої популярності, – їх мовний вплив обмежений читачами, що працюють чи служать у цих же галузях. Виявлені реальні уявлення громадян України про правоохоронців свідчать про необхідність корекції іміджу.

Назвемо основні напрями роботи в межах стратегічних комунікацій:

- формування позитивного автоіміджу (чітка діяльність, спрямована на благо громадян, яка відповідає принципу верховенства Закону і Права);
- висвітлення позитивних зрушень, позитивних подій у ЗМІ в такій формі, яка привернула б увагу адресатів;
- зв'язки з громадськістю (соціальні комунікації);
- швидка реакція на негативні події (відновлення нормальної діяльності, пояснення громадянам через ЗМІ причин негараздів і заходів щодо їх усунення);
- створення документальних кінофільмів, художніх кінофільмів, серіалів і навіть кліпів та відеороликів про силові структури України.

У всіх наведених напрямках роботи цільовою аудиторією є громадськість, пересічні громадяни України. Терміном *пересічні громадяни* позначається досить різномісна аудиторія: тут і молоді недосвідчені люди, і люди похилого віку, представники різних професій. Кожен із соціальних прошарків має свою специфічну картину світу, ціннісні пріоритети, уявлення про добро і зло, інтереси і уподобання. Одним до вподоби філософські кінофільми, які спонукають до роздумів про сенс життя та істинні цінності. Іншим глибокі міркування просто нецікаві, вони не сприймуть відповідну інформацію, – натомість кінематографічні твори, в яких просто і без підтексту покажуть певні події, будуть для них зрозумілими і викличуть інтерес. Для одних найважливіше в інформації – факти, для інших – емоційний вплив. Проте всі адресати – українці, громадяни нашої держави, тому, безсумнівно, комунікативний контакт слід установити з усіма. Різномірність цільової аудиторії слід брати до уваги, обираючи форму подавання інформації.

Основними напрямками роботи вважаємо такі:

- робота з особовим складом: інформаційно-аналітичні огляди подій, дискусії, конференції, індивідуальні бесіди;
- участь у спільних заходах різних установ, що належать до силових інститутів: спільні конференції, огляди, конкурси, змагання;

- підготовка майбутнього поповнення силових структур: заходи в цивільних вищих навчальних закладах, школах, коледжах, дитячих садках;
- зміцнення зв'язків з ІСБО інших країн: проведення спільних маневрів, участь у телемостах із представниками інших країн чи міст, міжнародних змагання і навіть проведення спільних розважальних заходів.

Характеризуючи комплексний підхід до здійснення страткому в аналізованому напрямі, звернемо увагу на два аспекти: зв'язок соціального іміджу і особистісного та різноспрямованість цієї роботи.

Стосовно першого аспекту зауважимо, що кожний вчинок військовослужбовця чи правоохоронця впливає на формування та корекцію іміджу силових інститутів, як і кожний вчинок українця, що перебуває за кордоном, впливає на імідж України в очах зарубіжжя.

Щодо другого аспекту звернемо увагу на різнобічність іміджетвірної роботи представників зарубіжних ІСБО. Наприклад, на формування позитивного іміджу НАТО був спрямований не тільки стратком (міжнародні програми спільної діяльності і т. ін.), а й різноманітні заходи: промови діячів НАТО, їх особисті контакти, реакції на події і т.п. Так, жодна промова військових лідерів США і НАТО не обходиться без цільової настанови створення позитивного іміджу військових чи Альянсу. Про що вони не говорили б, лейтмотивом звучить думка про важливість діяльності цих установ.

Блок 1. Переклад звернення колишнього Генерального секретаря НАТО А. Фога Расмуссена за підсумками 2010 р.

Ви відмінно несете службу заради миру

Звернення Генерального секретаря НАТО Андерса Фога Расмуссена за підсумками 2010 року

Оскільки наближаються свята і закінчується 2010 рік, я хочу звернутися до кожного, хто бере участь в операціях і місіях на чолі з НАТО.

Це та пора року, коли ми всі хочемо бути вдома з нашими сім'ями, рідними і близькими. Я хочу, щоб ті з вас, чий обов'язки не дозволяють цього, знали, **що я думаю про вас з величезною гордістю і захопленням.** Завдяки своєму професіоналізму, хоробрості і відданості, **ви робите життєво важливі внески в покращання життя мільйонів людей в усьому світі і допомагаєте зберігати нашу безпеку.**

Протягом понад 60 років НАТО успішно захищає свободу і демократію своїх країн-членів. Останніми роками нові загрози значно ускладнили це завдання і зробили його набагато більш небезпечним, а вимоги, які ми висуваємо до вас, **наші хоробрі чоловіки і жінки в одностроях і цивільні, що їм допомагають, продовжують зростати.** Сьогодні понад 140 тисяч службовців НАТО беруть участь

в операціях і місіях в усьому світі – в Афганістані, на Балканах, в Іраку, в Середземному морі і в Індійському океані поблизу Африканського Рогу. Усі ви в найчіткіший спосіб демонструєте солідарність Альянсу і його невпинне прагнення до безпеки, миру і стабільності. Однак коли ви відірвані від дому, ваші близькі постійно хвилюються за вашу безпеку, і їм доводиться продовжувати жити своїм повсякденним життям без вас. Вони відіграють особливу роль, яку не завжди визнають, тому я повинен також сказати особливе «дякую» вашим родинам за підтримку, яку вони вам надають, коли вас немає з ними. Особливо я подумки разом з рідними і близькими тих, хто віддав своє життя виконуючи службові обов'язки, і з тими, хто втратив своїх друзів і колег. Я також подумки з тими, хто був поранений, і з тими, хто ними опікується.

Ці свята пов'язані з миром у світі. **Ви відмінно виконуєте свої обов'язки на службі цьому миру,** тому дозвольте мені скористатися цією нагодою і висловити від мого власного імені і від імені Альянсу глибоку подяку за вашу важку працю і вашу відданість. Ви продовжуєте подавати найкращий приклад в НАТО. **Ви усі можете пишатися своїми досягненнями,** і я висловлюю вам і вашим родинам мої найщиріші побажання на ці свята і Новий рік.

У перекладі виділено жирним шрифтом фрагменти, що безпосередньо спрямовані на формування позитивного іміджу НАТО.

Вважаємо, що комплексний підхід до здійснення стратегічних комунікацій в аналізованому напрямі слід взяти до уваги у плануванні і здійсненні комунікативних контактів силових установ.

Ще одна ключова мета стратегії – формування вміння протидіяти викликам інформаційної війни, зокрема російської інформаційної агресії, коли агресори використовують усі наявні ресурси деструктивного впливу – розпускання слухів, створення міфів, фейків, викидання вигаданих повідомлень, створення фальшивих блогів і багато інших. За способом знакового оформлення інформації виокремлюємо такі форми впливу: мовні тексти, фотографії, відеосюжети, відеокліпи, документальні та художні кінофільми, пісні, малюнки, флешмоби, символи, жести, ритуали. На досягнення основної мети – конструювання образу ворога, дегуманізацію і демонізацію супротивника спрямований увесь арсенал російського кіберпростору.

Розроблення комунікативних систем захисту від деструктивного впливу базується на формуванні низки вмінь, які обов'язково мають бути сформовані в усіх українців, а особливо – у військовослужбовців. Назвемо основні з них: вміння ідентифікувати фейкові повідомлення; вміння виявляти фальшиву інформацію; вміння розпізнавати приховані наміри авторів повідомлень; вміння адекватно інтерпретувати отриману інформацію. Важливе значення для

протидії інформаційним війнам має розроблення не тільки системи захисту від деструктивного впливу, а й системи контрнаступу.

Кожний напрям роботи стосується певної цільової аудиторії. Для кожної з них необхідно дібрати найефективніші форми роботи.

До основних напрямів роботи відносимо такі:

- формування компетентності з питань інформаційної війни, її видів, форм, мовного вираження. Компетентність формується під час бесід, обговорення питань чи подій, конференцій, спеціальних занять;

- спростування фальшивих повідомлень, фейків російської пропаганди;

- інформування військовослужбовців і широкої громадськості про істинний хід історичних подій; повідомлення про історичні аналогії діяльності політиків;

- створення історичних документальних та навчальних кінофільмів.

Аналізований напрям роботи має бути спрямований на різні цільові аудиторії, проте для ІСБО основною з них є робота з особовим складом у означеному напрямі, що має бути продумана з урахуванням не тільки специфіки функціональних завдань, а й індивідуальної картини світу кожного окремого військовослужбовця.

Третя ключова мета – виховання патріотизму. Безсумнівно, в страткомі основну увагу слід приділити молоді. Проблема виховання молоді належить до таких, які ніколи не втрачають своєї актуальності. Поступальний розвиток суспільства створює нові умови життя, які змінюють акценти у ставленні до реалій навколишнього середовища, духовних цінностей, трансформують національне світосприйняття. Нові умови потребують переосмислення підходів до виховання, критичного аналізу його напрямів і засобів. Молодий вік є найбільш сприятливим для корекції поглядів і моральних установок. У контексті страткому подамо основні напрями діяльності:

- робота з особовим складом: інформаційно-аналітичні огляди подій, дискусії, конференції, індивідуальні бесіди;

- участь у спільних заходах різних установ, що належать до ІСБО: спільні конференції, огляди, конкурси, змагання;

- підготовка майбутнього поповнення ІСБО: заходи в цивільних вищих навчальних закладах, школах, коледжах, дитячих садках;

- зміцнення зв'язків з ІСБО інших країн: проведення спільних маневрів, участь у телемостах із представниками інших країн чи міст, міжнародних змаганнях і навіть проведення спільних розважальних заходів.

Четверта ключова мета – встановлення соціальної злагоди – потребує не тільки уваги, а і значних зусиль від кожної гілки соціальної взаємодії: від владних структур, ІСБО і всіх інших. У цьому напрямі слід відзначити позитивний досвід українських телеканалів, які підготували і випустили в ефір програми, спрямовані на зміцнення зв'язків між українцями різних регіонів. ІСБО слід приділити увагу таким напрямам:

- робота з особовим складом: конференції на теми, що стосуються єдності українців різних регіонів та представників інших етнічних груп; індивідуальні бесіди;

- участь у спільних заходах ІСБО, що належать до різних регіонів України: спільні конференції, огляди, конкурси, онлайн дискусії, проведення спільних розважальних заходів.

Отже, кожний напрям роботи стосується певної цільової аудиторії. Розглянемо детальніше питання про цільові аудиторії страткому.

Типи цільових аудиторій та зміст комунікативних контактів з кожною із них

Як уже відзначалося, стратегічні комунікації здійснюються з урахуванням цільових аудиторій. Подамо характеристику таких аудиторій України, виокремивши їх за декількома ознаками.

Зауважимо, що наша класифікація є досить умовною. Кожен із класів перетинається з класами, виділеними за іншими ознаками.

За ознакою віку виділяємо такі аудиторії комунікативного впливу:

•люди зрілого віку (від 30-35 років до 50-55). Ця аудиторія є найбільш активною. Вона цікавиться подіями, намагається їх осмислити, дати власну оцінку, сформувати власну позицію. Людям цієї цільової аудиторії не можна нав'язувати погляди та оцінки – їм необхідно тільки допомогти адекватно оцінити ситуацію, залучивши до дискусій, подавши до їх розпорядження правдиві факти, які можна перевірити. У ланці «журналісти – громадяни» для аналізованої цільової аудиторії вже створено багато теледискусій, інтерактивних телепрограм. Тут авторам програм слід попідкуватися, щоб велика кількість різних поглядів, яку вони подають у телепрограмах, не заплутала глядачів. Потрібна систематизація позицій і узагальнення, порівняння «за» і «проти» стосовно кожної позиції. Сумбурні виступи запрошених на програму можуть звести нанівець не тільки задум авторів і зміст програми, а й формування позиції глядачів. Люди цієї категорії легко впізнають факти маніпулювання з боку журналістів, що негативно впливає на оцінку роботи самого каналу. Так, надмірна говірливість ведучої програми виразно свідчить про те, що увагу телеглядачів намагаються відволікти. Якщо ведуча повторює багато разів фразу, яка містить оцінку діяльності політика, факт маніпулювання неможливо не помітити (глядачеві ніби вбивають у голову певну точку зору). І якою привабливою не була б ведуча, оцінка програми знизиться. Ведучий перебиває запрошеного гостя, коли той висловлює точку зору, яка не до вподоби авторам програми, – і цільова аудиторія людей зрілого віку обов'язково це помітить. Завуальовану тенденційність програм такого типу аналізована цільова аудиторія розгадає.

Ланка «ІСБО – громадяни» потребує тих самих вимог, що і попередня.

Ланка «комунікатор – громадяни; адресат – владні чи безпекові інституції». Людям цієї категорії слід надати можливість висловитися і поставити запитання;

•люди молодого віку (від 18-20 до 30-35). Ця аудиторія є різномірною: певна її частина більшою чи меншою мірою цікавиться політичними питаннями, інша виявляє повну індиферентність до них. Комунікація з

молодими людьми, не байдужими до політичного життя своєї країни, може бути побудована за аналогією з першою групою, що описана вище. Інша підгрупа цікавиться музикою, дискотеками, модою – чим завгодно, тільки не життям України. Молоді люди цієї групи не намагаються осмислити події, сформувати власну позицію, і саме вони є найбільш вразливими до маніпулятивного впливу. Цій цільовій аудиторії можна нав'язати будь-які соціальні погляди та оцінки – цим і користуються інформаційні агресори. Упаковуючи інформацію у форму, яка подобається молоді, вони здійснюють маніпулятивний вплив і непомітно формують її світогляд за своїми уподобаннями. У таких умовах основною стратегічною метою є захист цієї групи від негативного впливу. У ланці «журналісти – громадяни» для аналізованої цільової аудиторії варто створити програми, які їй були б цікавими, і мовою, доступною і зрозумілою представникам цієї групи, пояснювати ситуації, події – все, що відбувається в Україні і світі. Щоб залучити аналізовану аудиторію до перегляду каналів, якими вона раніше не цікавилась, доцільно зробити представників названої вікової категорії учасниками програм, запропонувавши їм комунікативні ролі відповідно до змісту програми. У когось можна взяти інтерв'ю, комусь надати можливість побути в складі журі, гостя тощо. Молоді люди із задоволенням будуть переглядати програму, в якій вони брали участь, і зникати до перегляду саме цього каналу. Проте не можна забувати, що інтерактивні програми є не самоціллю, а засобом досягнення стратегічних цілей.

Ланка «ІСБО – громадяни» потребує більш активної роботи з аналізованою віковою категорією. Тут можуть бути і спільні спортивні чи розважальні заходи, і обговорення різних проблем, дискусії тощо. Представникам ІСБО за можливості бажано відвідувати різні заходи в школах і в інших середніх та вищих навчальних закладах, пам'ятаючи, що такі відвідування – не самоціль, а види страткому.

Ланка «комунікатор – громадяни; адресат – владні чи безпекові інституції». Людям цієї категорії слід дозволити висловити свою позицію і

поставити запитання. Не слід боятися гострих чи болісних запитань, навпаки, бажано їх обговорювати і знаходити рішення в спільних пошуках. Для підгрупи, що не цікавиться соціальними подіями, схарактеризований вид комунікації навряд чи буде успішним;

- люди старшого віку (від 50-55 і далі). У цій доволі різномірній аудиторії все ж можна виокремити дві підгрупи: а) люди, що ясно усвідомили недоліки минулого і не сумують за чергами і дешевою ковбасою; б) люди, які створили для себе дві протилежні картини світу – одну майже ідеальну (картина минулих часів) і одну в чорних тонах (картина сьогодення). Якщо з першою підгрупою страткому можна здійснювати за аналогією з групою зрілого віку, то друга підгрупа потребує особливої уваги. Передусім слід зрозуміти причину їхнього суму. В минулі роки вони були молодими, а молодість має свої особливості світосприйняття. Їм тоді теж не подобались черги, несправедливі рішення, пишномовна тріскотня, що не відповідала реальному життю, проте в молоді роки негативні явища не сприймаються так глибоко і не переживаються так гостро. Попереду їх чекало майбутнє, яке здавалось світлим і безхмарним. І ось тепер на тлі втоми від віку, переживань і дійсно складних умов життя вони опинились перед проблемами, яких не очікували. У здійсненні страткому із цією віковою категорією слід пам'ятати, що люди похилого віку потребують не вдаваної, а щирої уваги, поваги, і душевного тепла.

У ланці «журналісти – громадяни» для аналізованої цільової аудиторії слід створити спеціальні програми, які б допомагали людям похилого віку вирішувати проблеми, що несподівано виникають перед ними. Обережно, поважаючи вік і погляди, необхідно пояснювати їм події, що відбуваються.

Ланка «ІСБО – громадяни» потребує тих самих вимог, що і попередня.

Ланка «комунікатор – громадяни; адресат – владні чи силові структури». Людям цієї категорії також слід надати можливість висловитися і поставити запитання. І в якій формі не висловлювались би негативні почуття, реакція має бути доброзичливою і давати позитивний результат;

• ще одна категорія, про яку ні за яких умов не можна забувати, – це діти, від віку дитячого садка до старших класів школи. У всіх ланках комунікації слід піклуватися про те, щоб попри труднощі і негаразди їх дитинство було б щасливим. Бажано було б, щоб навіть серйозні інформаційні канали готували спеціальні випуски для дітей, варіюючи їх зміст відповідно до вікового сприйняття. Комуś ця думка може здатися дивною чи сумнівною, проте не будемо забувати, що процес виховання починається з моменту народження, а стратегічні комунікації взагалі не визнають поняття «замалий вік».

Ланка «ІСБО – громадяни» стане надзвичайно плідною в плані страткому. Діти ставляться до військових не просто з повагою, а із щирим захопленням. Навіть сам факт зустрічі з військовими, організованої в дитячому садку чи школі, – це крок на шляху формування патріотизму.

Цільові аудиторії страткому можуть виокремлюватись не тільки за ознакою віку, а й за іншими, як-то галузь діяльності, професія, інтереси, хобі, гендерна ознака тощо.

Важливо включити до сфери впливу і цільові аудиторії, виокремлені за ознакою політичних уподобань. Наші спостереження дали підстави за названою ознакою виділити такі типи.

1. Люди, налаштовані патріотично, що прагнуть активно відстоювати свої позиції. Позиції у них можуть різнитися, але об'єднує їх бажання бачити Україну щасливою і процвітаючою. Цю цільову аудиторію можна розглядати як таку, що завжди готова допомогти у досягненні стратегічних цілей. У комунікації з такою цільовою аудиторією доцільно формувати толерантність до інших позицій, щоб наявні розбіжності не стали причиною розбрату в межах аналізованої спільноти.

2. Люди, які налаштовані патріотично, проте не прагнуть активно відстоювати свої позиції. Вони цікавляться політичними подіями, подумки розділяють демократичні зрушення, на виборах роблять осмислений вибір, але самі не беруть участі у громадянських заходах. Стратком із цією

групою людей має бути спрямований на підтримку їх патріотизму і поглядів, а також на формування соціальної активності.

3. Люди, які налаштовані вороже до політичних змін, що відбулися в Україні. Вони не пішли воювати за сепаратистів, проте подумки з ними, готові їх підтримати. Яким би прикрим не був сам факт існування такої групи, заперечувати його не можна. Люди цієї категорії зазомбовані інформаційним агресором, оскільки переглядають тільки російське телебачення. Ця група потребує особливої уваги, адже вони теж українські громадяни. Саме цю групу слід залучити до перегляду українських телеканалів і обережно, але цілеспрямовано розкривати очі людей на реальний хід подій. Усвідомлюючи, що із цією аудиторією працювати найважче, все ж можемо очікувати на позитивний результат. Таку надію дають факти спілкування з людьми цієї групи українських військовиків. Вони знаходять способи встановлення контакту з мешканцями звільнених територій, і часто погляди людей змінюються. Велику роль у встановленні контактів відіграють комунікативні стратегії миротворчої спрямованості.

Окремої уваги потребує цільова аудиторія, що складається із представників інших країн, інших комунікативних культур.

Стосовно цієї цільової аудиторії слід уточнити мету страткому. Якщо стосовно українських громадян однією з ключових цілей є виховання патріотизму, то для іноземної аудиторії такою метою є формування позитивного ставлення до України і українців. Протидію викликам інформаційної війни для іноземної цільової аудиторії трансформуємо у формулювання «адекватне розуміння цілей і методів інформаційної війни РФ проти України». Мета формування іміджу ІСБО залишається без змін.

Список ланок комунікативної взаємодії стосовно іноземної цільової аудиторії слід значно розширити. У ролі комунікатора тут мають виступати не тільки журналісти чи представники силових структур, а й представники абсолютно всіх галузей діяльності. До змісту роботи слід віднести все різноманіття комунікативних контактів: спільні спортивні, розважальні,

навчальні заходи; конференції, дискусії, що проводяться в онлайн режимі, а також телемости з представниками інших країн; змагання різного виду тощо. Зауважимо, що, готуючи українців до проведення міжнародних заходів, слід посилити увагу до обізнаності українських громадян із проблемами міжкультурної комунікації. Фахівці, які готують міжнародний захід, мають бути водночас і фахівцями в галузі міжкультурної комунікації. Вони мають запланувати і провести низку дидактичних заходів з учасниками відповідного комунікативного контакту. Обсяг знань для здійснення страткому може варіюватись у різних учасників заходу залежно від їх завдань і функцій, проте є питання, з якими мають бути обізнані всі обов'язково. До них належать такі: типи комунікативних культур, ціннісні пріоритети в різних комунікативних культурах, стилі спілкування в різних комунікативних культурах, невербальні засоби спілкування в різних комунікативних культурах, традиції, звичаї і символи комунікативних культур, представники яких будуть задіяні в заходах, табу для обговорення в різних комунікативних культурах, табу в поведінці представників різних комунікативних культур. Важливо також знати конфліктогенні чинники комунікації. Якщо представники України у проведенні міжнародних масових заходів зуміють проявити повагу до інших народів, належним чином будувати свою мовну поведінку, то можна не сумніватися в тому, що Україну і українців теж будуть поважати.

Узагальнимо викладені думки.

1. У плануванні і здійсненні стратегічних комунікацій слід брати до уваги психологічний і соціальний портрет цільової аудиторії.

2. Тип цільової аудиторії визначається за різними ознаками: віком, політичними уподобаннями, професійними інтересами, приналежністю до тієї чи іншої комунікативної культури тощо.

3. У будь-якому разі необхідно встановити комунікативний контакт із відповідною аудиторією, залучивши її до обміну думками, дискусій та спільного пошуку рішення складних питань.

Умови успішного здійснення стратегічних комунікацій

Успішна реалізація страткому можлива лише за умови професійного підходу і до планування роботи, і до її здійснення. Вважаємо, що для досягнення бажаного результату необхідно внести зміни до діяльності ІСБО у кадровому, навчальному і науковому напрямках.

Кадровий напрям схарактеризуємо так. У кожній військовій частині має бути фахівець з комунікації, який планує напрями і види страткому у підрозділах. Він же і контролює хід їх здійснення. Складанню плану має передувати ретельний аналіз соціального контексту, який безупинно змінюється. Напрями роботи фахівець з комунікації визначає і обґрунтовує, відштовхуючись від аналізу соціальних умов. Беручи до уваги специфіку діяльності кожного військового підрозділу, відповідальний фахівець із комунікації пропонує види роботи і цільові аудиторії.

Орієнтуючись на запропонований загальний план, офіцери, що відповідають за роботу з особовим складом у підрозділах, мають конкретизувати зміст страткому стосовно кожної цільової аудиторії.

Навчальний напрям потребує змін у професійній підготовці військових магістрів. Аналіз чинних навчальних планів засвідчує, що вони не повною мірою забезпечують умови для формування комунікативної компетентності майбутніх офіцерів. Як правило, у програмах військових спеціальностей є курс української мови професійного спрямування, іноді і курс риторики. Проте дисципліна «Українська мова професійного спрямування» має на меті навчити правильно використовувати мову у професійній діяльності, грамотно готувати військові документи. Програма курсу не може охопити весь комплекс проблем мовної комунікації взагалі – значна кількість питань виходить за межі її завдань. Серед них такі соціально важливі, як роль мови у конфліктній комунікації, міжкультурні чинники мовної комунікації і багато інших. Не вписується в зміст названих дисциплін і підготовка до здійснення страткому.

Курс риторики спрямований на проблему спілкування безпосередньо,

але він має загальноприйняту логічну структуру і обмежений зміст, який акцентує увагу на питаннях спілкування з аудиторією. Цей курс є дуже важливим для майбутніх офіцерів, і все ж він розв'язує лише частину завдань. Поза його межами залишаються питання, названі вище, і багато інших, як-то: особливості використання комунікативних стратегій ввічливості у різних ситуаціях, мовне спілкування з людьми девіантної поведінки (а саме з такими частіше доводиться спілкуватися офіцеру ІСБО у своїй службовій діяльності), місце і роль мови у спілкуванні з натовпом, функції мовного спілкування в екстремальній ситуації і т. ін. Курс риторики охоплює деякі питання, без обізнаності з якими здійснення стратегічних комунікацій унеможлиблюється, проте весь комплекс проблем, пошуків і рішень він не охоплює. Отже, з метою забезпечення успішної реалізації стратегічних комунікацій до програм підготовки офіцерів і військових магістрів необхідно ввести спеціальні дисципліни. Вважаємо за необхідне ввести до програм підготовки бакалаврів дисципліни «Комунікативний аспект діяльності військового командира» і «Соціальні комунікації», а до програм військової магістратури – дисципліну «Стратегічні комунікації силових структур».

Якщо розглядати висвітлену проблему в онтогенезі, то слід визнати, що й теоретичне підґрунтя для навчання комунікації військових наразі перебуває в стадії створення. Дослідники проблем військово-професійного плану про мовну комунікацію якимось забули, не надали їй необхідної уваги, хоча щоденна діяльність військових здійснюється передусім засобами мови. Із заявленою проблемою пов'язаний третій напрям страткому – науковий. Вважаємо, що виникла нагальна потреба не тільки в науковому осмисленні проблем страткому, а і у створенні нової наукової спеціальності в межах галузі «Державна безпека України», яка б мала назву «Мовна комунікація в діяльності силових інститутів».

Визначимо аспекти комунікації ІСБО, які потребують невідкладного дослідження – глибокого і всебічного.

Кінець XX і початок XXI століття ознаменувалися значним посиленням уваги до проблем мовної комунікації: аналізуються чинники успішної комунікації, розглядаються моделі мовної поведінки в різних ситуаціях, обґрунтовуються варіанти комунікативних стратегій ввічливості, релевантні умовам спілкування [4; 5; 9; 10; 13; 14; 15; 16]. Характерною ознакою сьогодення (особливо зарубіжного) стало поширення комунікативної освіти серед широких верств населення, формування комунікативної компетенції пересічних громадян, не говорячи вже про людей, професія яких нерозривно пов'язана з необхідністю спілкування, – назване завдання в більшості країн розглядається як невід'ємна складова розвитку кожної людини і нації в цілому.

У контексті викладених об'єктивних умов стало помітним, що механізми мовної комунікації з урахуванням специфіки соціальних завдань колективів вивчені ще недостатньо. У якій мірі мовна поведінка буває причиною створення чи загострення конфлікту, а в якій вона могла б нейтралізувати конфлікт – ці питання вичерпно ще не досліджені ні в лінгвістичній конфліктології взагалі, ні стосовно силових структур зокрема. Як відомо, слово може вбити і врятувати, пригнітити і надихнути, засмутити і підбадьорити. Але ж для цього треба знати, як користуватися словом, як будувати стратегію і тактику мовної поведінки.

Наразі маємо констатувати: молоді офіцери добре підготовлені фізично, здатні кваліфіковано провести будь-який професійний захід, пов'язаний із силовими діями. Тим часом відомо, що саме неправильна мовна поведінка частіше стає причиною загострення конфлікту. Якщо в зарубіжних країнах комунікативні стратегії ввічливості є обов'язковою вимогою до стосунків у суспільстві, своєрідним компонентом комунікативної азбуки, то у нас навряд чи хтось чув про них, крім спеціалістів-філологів. Аналіз ступеня вивченості проблеми засвідчує, що проблема розвитку комунікативних якостей українських офіцерів потребує осмислення і глибокого та всебічного дослідження. Наведемо перелік аспектів дослідження, які стосуються комунікативного аспекту діяльності

військових та правоохоронців.

1. Реальний стан міжособистісної мовної комунікації у військах за напрямками *начальник – підлеглий, рівні за званням військовослужбовці, військовослужбовець – цивільний*. Загалом стосунки між військовослужбовцями визначаються статутом, але мовне спілкування завжди несе елементи новизни й непередбачуваності. Багато підводних рифів містить у собі міжкультурний чинник комунікації. У контексті поширення міжнародної співпраці українських військових, спільних маневрів потребує уваги питання про інтернаціональні і специфічно українські аспекти військової комунікації. Необхідні дослідження гендерного аспекту комунікації, оскільки служба жінки у військових формуваннях стала реальним явищем.

2. Мовна поведінка в конфліктних ситуаціях. Теоретичним підґрунтям досліджень у цій сфері можуть слугувати роботи в галузі лінгвістичної конфліктології. Аналіз має здійснюватися з метою встановлення стереотипів мовної поведінки в тих конфліктних ситуаціях, з якими може мати справу особовий склад військових частин: масові конфлікти, конфлікти з групою осіб, міжособистісні конфлікти. Зазначимо, що конфліктологія, яка викладається майбутнім офіцерам, акцентує увагу на соціальних та психологічних чинниках конфлікту, але питання мовної поведінки залишаються за її межами, а часто саме мова відіграє вирішальну роль у розвитку конфліктної ситуації і подальшому плині подій. У зв'язку із згаданою проблемою має бути вивчений досвід мовного спілкування в ситуаціях конфлікту, відтворений в архівних матеріалах. Цей досвід слід глибоко проаналізувати, визначити мовні індикатори загострення конфлікту і його усунення. Корисним буде знайомство з аналогічним досвідом у діяльності відповідних структур зарубіжних країн. Наприклад, інформація про досвід ФБР у переговорах з терористами подана в роботах Г. Почепцова [16 та ін.]. Необхідно створювати моделі мовної поведінки, спрямованої на нейтралізацію конфлікту.

Український офіцер має бути добре обізнаним, по-перше, з об'єктивними законами, яким підкоряються конфліктуючі сторони, по-друге, з мовними сигналами загострення конфлікту, по-третє, з мовними

засобами його усунення. Стратегія і тактика мовної поведінки, спрямованої на усунення ворожнечі і протизаконних дій, будуть відрізнятися в умовах міжетнічного, міжрелігійного конфліктів, конфліктів, зумовлених спортивними переживаннями, музичними вподобаннями осіб і т. ін. У кожному випадку важливо вивчити роль субкультур і варіантів соціального контексту у виборі тактики мовної поведінки – проблему, яка зовсім випала з поля зору науковців.

3. Мовна поведінка в екстремальних ситуаціях. Екстремальні ситуації за участю мас досліджувалися переважно у психології в аспекті поведінки людей, реалізації їхніх вольових якостей. Мовний аспект вичерпно не досліджений: не виявлені чинники, які зумовлюють ефективність мовного впливу. Ця інформація має бути використана в комунікативній освіті офіцера.

Для усунення екстремальних ситуацій за участю окремих осіб, як правило, викликають психолога-переговорника. Але часто справу вирішують хвилини, тому офіцер має бути обізнаним з елементарними правилами вибору стратегії і тактики мовної поведінки.

4. Встановлення соціальної злагоди, комунікативна діяльність миротворчого спрямування. Миротворчий потенціал мовної комунікації майже не систематизований. Лінгвістика і теорія комунікації більше уваги приділяли мовному аспекту конфліктів. Пересічний громадянин легко знайде в літературі і електронних джерелах відповідь на питання, як перемогти в спорі, як переконати опонента, яка мовна поведінка визначає перемогу в конфліктній ситуації, як розпізнати маніпулювання опонента та інші. А ось як зупинити конфлікт, припинити спір і розійтися при цьому не ворогами, як потім підтримувати мирні стосунки, особливо в ситуації післяконфліктного синдрому – фрустрації, – на ці та інші питання відповідь знайти не просто. Вони досліджені або недостатньо, або ніяк. І навіть ті наукові праці, які ми маємо, адресовані переважно фахівцям-філологам, теоретикам комунікації, але не більшості громадян, від яких якраз і залежить встановлення і підтримання миру в сім'ї, колективі, країні. Тим часом люди прагнуть до миру і спокою. Сьогодні

завдання встановлення злагоди є надзвичайно важливим для України – і на рівні соціальних груп, і в міжособистісних стосунках. Осмислення мовного арсеналу миротворення особливо необхідним є для військових, оскільки вони за своїми функціональними обов'язками покликані захищати мир і спокій громадян, а отже, становлять своєрідну групу ризику, бо можуть опинитися в ситуації конфлікту і як військові, і як пересічні громадяни. Найкращим способом встановлення миру справедливо вважається несиловий, без застосування зброї, що фактично означає через мовну комунікацію. Отже, актуальною стає проблема систематизації знань про миротворчий потенціал мови і більш широко – мовної комунікації.

Другий комплекс проблем пов'язаний із культурою мовної поведінки офіцерів: відповідність загальнонародським і національним нормам моралі, нормам військового виховання, спілкування з аудиторією і т. ін. Пересічний громадянин сприймає офіцера як еліту суспільства, а тому постає проблема відповідності культури мовної поведінки офіцера соціальним запитам і вимогам. Перелік проблем, які потребують дослідження, можна було б продовжити. Питання мовної комунікації в діяльності українських силових структур не повинні залишатися в тіні і розглядатися як другорядні.

Розв'язання схарактеризованих завдань потребує осмислення проблем мовної комунікації, аналізу набутого досвіду і реального стану комунікативної компетенції офіцерів. Важливу роль відіграє знайомство з національними традиціями мовної поведінки, відображенням у мові комунікативних рис, притаманних українському народові. Слід пам'ятати: комунікативна грамотність військовослужбовців – гарант соціального спокою і демократичного розвитку України. Успішне здійснення страткому на державному рівні можливе за умов:

1. Введення посади фахівця з комунікації у військових частинах.
2. Включення до функціональних обов'язків офіцерів, відповідальних за роботу з особовим складом, діяльності щодо стратегічних комунікацій.
3. Внесення змін до програм підготовки майбутніх офіцерів і магістрів

– введення дисциплін «Комунікативний аспект діяльності командира», «Соціальні комунікації» (для бакалаврів) і «Стратегічні комунікації силових структур» – для військових магістрів (до речі, такий курс введено до програм підготовки офіцерів НАТО).

4. Проведення наукових досліджень проблем, пов'язаних із здійсненням стратегічних комунікацій.

5. Створення наукової спеціальності по захисту дисертацій «Мовна комунікація в діяльності ІСБО» в межах галузі «Державна безпека».

Висновки

Проблема здійснення страткому ІСБО України стала актуальною у зв'язку із соціальними умовами, що створилися на сьогодні в результаті гібридної війни, яку нав'язали Україні агресори.

Стратком інтерпретуємо як сукупність заходів, видів і форм комунікативної діяльності, спрямованої на досягнення ключових цілей соціального життя України, її соціальних інститутів або окремих галузей. Сутнісними ознаками страткому, що відрізняють його від схожих або суміжних понять, є такі: спрямованість на ключові цілі країни в цілому чи її інститутів, галузей; залежність від соціальних умов, актуальних завдань діяльності держави, інституту чи галузі; необхідність створення плану комунікативної взаємодії; різноспрямованість типу взаємодії: міжурядова, міждержавна, міжгалузева; урахування особливостей цільових аудиторій.

Створення плану страткому включає такі етапи роботи:

- аналіз комунікативного аспекту діяльності державних органів і силових інститутів та осмислення уроків, які слід засвоїти із помилок;
- формулювання ключових цілей;
- виокремлення цільових аудиторій і обґрунтування змісту комунікативних контактів із кожною з них;
- обґрунтування умов, за яких здійснення стратегічних комунікацій буде найбільш ефективним;

- обґрунтування рекомендацій щодо побудови ефективної комунікації в різних напрямках.

Аналіз сучасного соціального контексту засвідчив, що ключовими цілями страткому ІСБО є такі: корекція іміджу, виховання патріотизму, формування вміння розпізнавати негативні інформаційні впливи і протидіяти їм, встановлення соціальної злагоди.

Було виокремлено чотири типи цільових аудиторій за двома ознаками: віком, який тим чи іншим чином впливає на формування картини світу, життєвою позицією, яка часто не залежить від віку.

Для забезпечення ефективності страткому необхідно створити такі умови:

- ввести посаду фахівця з комунікації у військових частинах;
- включити до функціональних обов'язків офіцерів, відповідальних за роботу з особовим складом, діяльність щодо стратегічних комунікацій;
- включити до програм підготовки майбутніх офіцерів і військових магістрів дисциплін «Комунікативний аспект діяльності військового командира», «Соціальні комунікації» (для бакалаврів) та «Стратегічні комунікації інститутів сектору безпеки і оборони» (для військових магістрів);
- активізувати наукові дослідження проблем, пов'язаних із здійсненням стратегічних комунікацій;
- ввести наукову спеціальність по захисту дисертацій в межах галузі 21.07.00 «Державна безпека України» спеціальність 21.07.06 «Мовна комунікація в діяльності силових інститутів».

Список використаних джерел

1. Агрессия и психическое здоровье / [под ред. Т. Б. Дмитриевой, Б. В. Шостоковича]. – СПб. : Юридический центр Пресс, 2002. – 460 с.
2. Акмасова А. А. Информационно-психологическая безопасность личности / А. А. Акмасова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.bla.by/public/conf/2/2003..>
3. Аносов В. Д., Лепский В. Е. Исходные посылы проблематики информационно-психологической безопасности / В. Д. Аносов, В. Е. Лепский // Проблемы информационно-психологической безопасности. – М.: Институт психологии РАН, 1996. – С. 7-11.
4. Бацевич Ф. С. Нариси з комунікативної лінгвістики : [монографія] / Ф. С. Бацевич. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2003. – 281 с.
5. Белова А. Д. Комунікативні стратегії і тактики: проблеми систематики / А. Д. Белова // Мовні і концептуальні картини світу : [збірник наукових праць]. – К. : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2004. – 305 с.
6. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел]. – К.; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2009. – 1736 с.

7. Галамба М. Інформаційно-психологічна складова терористичної діяльності / М. Галамба // Юридичний журнал. – 2006. – № 11. – С. 53-57.
8. Дмитрук О. В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англомовній комунікації (на матеріалі друкованих та інтернет-видань 2000-2005 років): автореф. дис. ... канд. філол. наук / О. В. Дмитрук. – К., 2006. – 80 с.
9. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М.: Эдиториал УРСС, 2002. – 426 с.
10. Кін Дж. Масмедіа і демократія / Дж. Кін. – К.: Інформація, Сервіс, 1999. – 413 с.
11. Кожушко Е. П. Современный терроризм: анализ основных направлений / Е. П. Кожушко. – Мн.: Харвест, 2000. – 280 с.
12. Колесов П. Ведение Соединёнными Штатами информационных войн. Концепция «Стратегических коммуникаций» / П. Колесов // Зарубежное военное обозрение. – №6. – 2010. – С. 9-14.
13. Комунікативна особистість військовослужбовця Національної гвардії України в сучасному соціальному контексті: [монографія] / [за ред. Л. М. Пелепейченко]. – Х.: Національна академія НГУ, 2014. – 221 с.
14. Мовна комунікація в діяльності сил охорони правопорядку. Теоретичні засади галузевої комунікації: [монографія] / [за ред. Л. М. Пелепейченко]. – Х.: АBB MBC України, 2009. – 272 с.
15. Павлуцька В. О. Політичний дискурс: особливості та функції / В. О. Павлуцька [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eprints.zu.edu.ua/2446/1/218-221.pdf>.
16. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. – К.: Київський університет, 1999. – 308 с.
17. Славова Л. Л. Комунікативні стратегії та тактики у сучасному масмедійному політичному дискурсі / Л. Л. Славова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eprints.zu.edu.ua/2210/1/06sllldzm.pdf>.
18. Харченко А. «Стратегические коммуникации» или просто «коммуникации»? / А. Харченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://olekskharchenko.com/2013/05/07/strategicheskie-kommunikatsii-ili-prosto-kommunikatsii>.
19. Харченко А. План стратегических коммуникаций // А. Харченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://olekskharchenko.com/2013/04/30/plan-strategicheskikh-kommunikatsii>.
20. Abraham A. J. The Strategic Communications Process – How to Get Our Message Out More Effectively / A. J. Abraham. – Washington: National Defense University, National War College Paper, 2004. – 244 p.
21. Arquilla J., Borer D. A. Information Strategy and Warfare / J. Arquilla, D. A. Borer / A Guide to Theory and Practice. – NY; London: Routledge, 2007. – 248 p.
22. Commander's Handbook for Strategic Communication and Communication Strategy. – Version 3.0. / US Joint Forces Command Joint. Warfighting Center, 2010. – 232 p.
23. Holtzhausen D., Zerfass A. The Routledge Handbook of Strategic Communication / D. Holtzhausen, A. Zerfass. – NY; London, 2015. – 63 p.
24. Laqueur W. No End to War: Terrorism in the Twenty-First Century / W. Laqueur. – NY.: Continuum, 2003. – 189 p.
25. Libicki M. C. What is Information Warfare? / M. C. Libicki. – Washington: D.C. National Defense University Press, 1995. – 169 p.
26. Reding A., Weed K. NATO's Strategic Communications concept and its relevance for France / A. Reding, K. Weed, J. J. Ghez. – RAND Corporation, 2010. – 63 p.
27. Stein G. H. Information Warfare / G. H. Stein // Airpower Journal. – 1995. – P. 83-99.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЗДІЙСНЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ НА РІВНІ ДЕРЖАВНИХ І БЕЗПЕКОВИХ ІНСТИТУЦІЙ

1. Діяльність силових структур України

1.1. Ввести посаду фахівця із комунікації, відповідального за планування та здійснення страткому у кожній військовій частині. На рівні структурних підрозділів військових частин планування та здійснення страткому доручити офіцерам, відповідальним за роботу з особовим складом.

1.2. Спрямувати стратком на такі ключові цілі: корекцію іміджу силових структур; виховання патріотизму; протидію загрозам інформаційної війни; встановлення соціальної злагоди.

1.3. Урахувати у плануванні страткому такі напрями: зовнішні зв'язки в межах країни, регіону, міста; міжнародні зв'язки; робота з особовим складом.

1.4. У плануванні і здійсненні стратегічних комунікацій враховувати різні цільові аудиторії.

2. Діяльність ЗМІ

2.1. Посилити соціальну відповідальність у підготовці інформації, яка має подаватися в ефір.

2.2. Поширити інформаційний вплив на різні соціальні типи адресатів.

2.3. Забезпечити канали зв'язку пересічних громадян і владних структур, силових структур та інших гілок соціальної взаємодії.

2.4. Створити програми, спрямовані на формування позитивного іміджу українських силових структур.

3. Діяльність владних структур

3.1. Зміцнити комунікативні контакти з громадянами України через громадське телебачення та інші ЗМІ.

3.2. Реагувати на всі сигнали тривоги з боку громадськості, що стосуються соціально-політичного життя України.

3.3. Пояснювати громадськості необхідність і логічність прийнятих рішень, в тому числі і кадрових.

3.4. Забезпечити умови для створення документальних кінофільмів, художніх кінофільмів, серіалів, які формують позитивний імідж українських військових та інших українських безпекових інституцій.

3.5. До програм підготовки офіцерів ввести дисципліни «Комунікативний аспект діяльності військового командира», «Соціальні комунікації» (для бакалаврів) та «Стратегічні комунікації силових структур» (для військових магістрів).

3.6. Активізувати наукові дослідження проблем, пов'язаних із здійсненням стратегічних комунікацій, і з цією метою ввести наукову спеціальність 21.07.06 «Мовна комунікація в діяльності силових інститутів» по захисту дисертацій в межах галузі 21.07.00 «Державна безпека України».

«СИТУАТИВНИЙ СТРАТКОМ» НЕДЕРЖАВНИХ УРЯДОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА ДЕРЖАВНИХ СТРУКТУР (НА ПРИКЛАДІ ГРУПИ «ІНФОРМАЦІЙНИЙ СПРОТИВ»)

Дмитро Тимчук, Олексій Копитько, Юрій Карін

Вступ

У підручнику «Стратегічні комунікації. Витоки, концепції і поточні дискусії» К. Пол резонно зазначає, що певні особи «заохочують більш активне залучення громадянського суспільства до підтримки стратегічних комунікацій та громадської дипломатії», частково це пояснюється тим, що «більша частина знань, необхідних для ефективної громадської дипломатії, перебувають за межами уряду» [32]. Більш ефективно залучення громадянського суспільства дасть змогу пришвидшити загальний розвиток комунікацій, зокрема урядових, і підвищити рівень обізнаності в різних сферах національної культури [32].

Твердження К. Пола стало актуальним для України на самому початку гібридної агресії РФ: під час анексії Криму державна система протистояння була відсутня; інформаційні структури центральних органів виконавчої влади виявилися повністю паралізованими, оскільки були катастрофічно не готові до роботи в надзвичайних умовах [17].

Як і прогнозували, починаючи з 2008 р., експерти Центру військово-політичних досліджень (далі – *ЦВПД*, громадська організація, в межах якої була створена неурядова ініціатива «Інформаційний Спротив»), інформаційний простір України виявився гранично вразливим для інформаційної інтервенції РФ [27]. Водночас, держава була не готова до оперативної організації заходів з інформаційної протидії – як на українському, так й зарубіжному інформаційному полі, зокрема в зоні протистояння з РФ.

Наслідком цього стало те, що українські ЗМІ тривалий час широкомасштабно ретранслювали повідомлення російських інформангентств. У початковій стадії агресії це відіграло негативну роль: українські ЗМІ підхоплювали російську дезінформацію щодо подій у Криму, і в підсумку

інформаційний удар по Україні значно посилювався. Жертвами дезінформації стало не тільки українське, а й міжнародне співтовариство – адже, фактично, українські ЗМІ підігрували Кремлю, «підтверджуючи» деструктивні висловлювання.

Ціль інформаційної експансії – не території, а свідомість населення, яку агресори намагаються відкоригувати в необхідному для себе напрямку. Так, під вплив російської пропаганди потрапило російськомовне населення АР Крим, Півдня і Сходу України – Донбасу, Запоріжжя, Слобожанщини, Бессарабії тощо [9]. Аналіз конфліктів на пострадянському просторі довів, що інформаційна експансія не створюється за добу, її не можна розглядати як стрімку атаку на полі бою. Це комплекс інформаційних заходів, спрямованих на громадську думку, що мають на меті формування нових уявлень і смислів для досягнення певних результатів у будь-якій соціальній сфері.

Аналіз подій в Україні довів: ґрунт для інформаційної агресії формувалася весь час після здобуття Україною незалежності. Про це координатори групи ІС розповіли в книзі «Вторгнення в Україну: хроніка російської агресії» [28].

Активна фаза, тобто власне інформаційна експансія, почалася із серпня 2013 р. Саме в цей період В. Путін під час святкування 1025-ої річниці Хрещення Русі дав зрозуміти, що Росія ніколи не залишить Україну в спокої, і призначив В. Суркова – фахівця з масових комунікацій та «брудних» технологій – своїм помічником з особливо важливих доручень, головним завданням якого став контроль інформаційних операцій щодо України.

До цього часу в інформаційному просторі України, причому – відповідно до рекомендацій російських політтехнологів, формувалася штучний поділ населення держави на «сорт», на мешканців Заходу і Сходу. Надзвичайно наочно технологію штучного поділу було застосовано ще під час президентських виборів 2004 р.

Із приходом до влади В. Януковича в південно-східних регіонах України місцевими партійними осередками Партії Регіонів (далі – ПР) і органами зі зв'язків із громадськістю підприємств, що належали олігархату з ПР, здійснювалася підготовка ґрунту для реалізації планів російської пропаганди.

Так, не маючи до того жодних передумов, виборцям ПР насаджувався «антифашистський» рух, що зіграв згодом роль головного атрибута так званої «російської весни» – «колорадської стрічки». В окремих містах Криму й Донбасу впроваджувався «козацький» рух, який брав «під крило» навчальні заклади та підліткові організації.

В АР Крим зусилля правоохоронних органів штучно зосереджувалися на «непридатних» об'єктах – представниках «ісламізму», «фундаменталізму», ярлики яких навішувалися на кримських татар. «Хізб-ут-Тахрір» – яскравий тому приклад. Міф про зростання кількості його прихильників серед кримських татар був успішно впроваджений не тільки серед кримчан, але й у владних кабінетах, де ухвалювалися рішення щодо протидії загрозам державній безпеці.

Крім цього, у вересні 2013 р. у Росії відбулися навчання щойно утворених сил спеціальних операцій, підрозділів ІПСО та кіберфахівців, що мали забезпечувати інформаційну складову гібридної агресії. Після навчань міністр оборони РФ С. Шойгу почав поспіхом формувати «інформаційні війська» (за деякими джерелами – кібервійська) [16], які комплектувалися програмістами, математиками, системними аналітиками, дизайнерами зі знаннями іноземних мов.

Важливо, що на початку 2013 р. начальник російського генштабу В. Герасимов поділився своїм баченням щодо методів ведення сучасної війни [7], які склали підґрунтя сценаріїв анексії Криму та окупації Донбасу.

Під час Революції Гідності російська пропаганда запрацювала на всю міць і була спрямована на вирішення таких завдань:

- радикалізацію мирного протесту, навішування нацистських і фашистських ярликів;
- дискредитацію українських ЗМІ, до чого доклали руку і «гаманці сім'ї» Януковичів, незадоволені розкриттям клептократичних апетитів влади;
- дискредитацію політиків, асоційованих із протестувальниками.

Результатом тримісячної кампанії стало повне несприйняття населенням українського Криму, Півдня і Сходу, глядачами російських засобів масової дезінформації в РФ, європейськими й американськими

країнами інформації від українських ЗМІ і навішування ярлика «хунта» на українську владу. Як писав Г. Почепцов, «в інформаційній війні істотним результатом є переведення населення на повністю протилежну картину світу. Прикладом тут може бути перебудова, яка «знищила» і Леніна, і соціалізм, хоча до цього інформаційні потоки були спрямовані тільки на них. Щоправда, агітація і пропаганда більшовиків до революції також була спрямована на прямо протилежну ідеологічну структуру, під яку повинна була змінитися держава» [23].

Отже, ґрунт для російського гібридного вторгнення в Україну під виглядом внутрішнього громадянського конфлікту був підготовлений. Позначилася сформована за довгі роки «інформаційна залежність», психологічна й ментальна готовність аудиторії на Півдні і Сході України та у Криму сприймати російський інформаційний вплив.

За умов повного паралічу урядових інформаційних структур функції держави щодо протидії російській інформаційній агресії змушено взяли на себе громадські організації.

«Ситуативний стратком»: група «Інформаційний Спротив». Історія виникнення, координація зі спецслужбами України й держструктурами

З огляду на ситуацію експерти ЦВПД підготували і 28 лютого 2014 р. передали новому керівництву РНБО України аналітичну записку, де було акцентовано термінову необхідність створення системи протидії інформаційним загрозам. Пропозиції містили два принципові пункти:

- створення під егідою РНБО України постійно діючої координаційної структури для оперативного узгодження інформації між ІСБО та іншими залученими відомствами;
- регулярне оперативне оприлюднення цієї інформації через офіційного спікера за принципом «єдиного голосу».

Після розгляду цих пропозицій була отримана відповідь, що є державні ЗМІ, які займуться цією діяльністю. Тоді експертами ЦВПД було ухвалено рішення створити добровольчу ініціативу «Інформаційний Спротив» (*далі – ІС*) [16] для виконання цих функцій.

Група ІС як неурядова ініціатива громадської організації ЦВПД почала роботу 2 березня 2014 р. і була першою волонтерською структурою, яка взяла на себе функцію оперативного інформування громадськості щодо російської агресії. Усвідомивши беззахисність України в інформаційному просторі перед пропагандою РФ, якою прикривалася спецоперація Путіна з анексії Криму, координатори групи ІС створили неурядову розвідувально-інформаційну мережу, до якої увійшли патріотично налаштовані мешканці Криму, а потім – Донбасу. Координатори ІС контактували з усіма – місцевими жителями, політичними діячами, журналістами, офіцерами військових частин, фахівцями прес-служб та керівниками вищої й середньої ланки ІСБО. І особливого секрету з цього не робили – більш того, перед подачею резонансних фактів намагалися їх обговорити з представниками державного сектору.

Завданням групи ІС були збирання і перевірка фактів та оперативне інформування української та міжнародної спільноти щодо подій спочатку в Криму, а з квітня 2014 р. – на Донбасі. Ця мережа ефективно діє і сьогодні, чимала частка зібраної та перевіреної інформації щодо дій російсько-терористичних військ не підлягає оприлюдненню й передається спецслужбам України [18].

Інформація, що надходила до ІС, перед подачею в ефір або передачею фахівцям ІСБО проходила перевірку за двома-трьома незалежними одне від одного джерелами. Були спроби використати групу ІС «втемну», які оперативно припинялися і більше ніколи з цими суб'єктами відносини не підтримувалися. Одним із показників ефективності роботи групи ІС стали неодноразові спроби дискредитації її координаторів. Наприклад, російська пропаганда кілька місяців наполягала на тому, що Дмитро Тимчук є вигаданим персонажем, за яким стоїть таллінський кіберцентр НАТО [5].

За умов обмежених фінансових можливостей єдиними каналами поширення інформації про російську агресію спочатку були соціальні медіа. Інформація подавалася через ФБ сторінку Дмитра Тимчука, прив'язаний до нього акаунт у Твіттері і канал групи ІС на YouTube.

У контексті інформаційного голоду й недовіри до повідомлень держструктур за перший місяць діяльності підписувачами групи ІС стали

близько 200 тис читачів, а Д. Тимчук потрапив у ТОП-5 українських блогерів [26]. Кількість щоденних посилань на групу ІС і Д. Тимчука досягало 600-800 згадок в українських і зарубіжних ЗМІ. «Брехати нам не має сенсу. Брехня потрібна агресорам, щоб прикрити свої злочинні наміри. Відповідати брехнею на брехню буде тільки ідіот – як ми бачимо, російська пропагандистська брехня дуже скоро розкривається (згадаємо байки про натовпи «перебіжчиків» з українських військових частин або про зміну українського прапора на російський на флагмані ВМС України фрегаті «Гетьман Сагайдачний»). Наша зброя – правда», – так схарактеризував принципи роботи групи ІС Д. Тимчук в одному з перших інтерв'ю українським ЗМІ.

Метою групи ІС було показати всьому світу, що конфлікт у Криму не є внутрішньою проблемою України, це пряма російська агресія з метою анексії півострова.

На тлі повного заперечення офіційною Москвою присутності окупаційного корпусу в Криму, координатори ІС розповідали про щоденне перекидання російських військ через Керченську переправу та морським шляхом, про блокаду військових частин ВМС України «зеленими чоловічками», серед яких були й однокурсники українських офіцерів ще з військових вишів колишнього Радянського Союзу. Також оперативно відстежувалася і спростовувалася інформація щодо чисельних переходів українських військових моряків під російські прапори. Добувалися і поширювалися через YouTube-канал групи ІС відеодокази російської агресії.

Відтак, наші емісари були єдині, кому вдалося зняти блок-пост на виїзді з АРК, нібито контрольований зрадниками з колишнього «Беркута». Згодом волонтери групи «Інформнапалм» надали здобуті ними докази того, що насправді під виглядом колаборантів з «Беркута» на блок-посту перебували російські військовослужбовці.

Також через відеоканал ІС був поширений відеодоказ блокування РФ виходу українських кораблів із бухти Донузлав шляхом затоплення списаного корабля ЧФ ВМФ РФ ВПК «Очаків» [24]. Пізніше були викладені відеосвідчення російських десантників, захоплених у полон під час прямого вторгнення регулярних військ РФ на Донбас у серпні 2014 р. Кількість переглядів окремих відео, що підтверджували злочини російського агресора, досягала 2 млн упродовж тижня.

Природно, що частина одержуваної групою ІС інформації не була оприлюднена. Деякі малоцікаві пересічному громадянину оперативні дані надавалися розвідтовариству. Новопризначеному керівництву МО України група ІС намагалася донести інформацію, що стосувалася морально-психологічного стану особового складу на окупованій території, який піддавався агресивному інформаційному впливу з боку ФСБ РФ. Ними фіксувалися спроби підкупу, шантажу банального залякування командного й рядового складу ВМС України. Так, були зафіксовані фейкові повідомлення РФ, ніби військовослужбовців ВМС України *(які вже отримали дозвіл, по можливості, самостійно висуватися на територію континентальної України – Ю.К.)* після прибуття на територію Херсонської області заарештовують співробітники військової прокуратури за те, що вони залишили в окупації закріплену за ними зброю та військове майно. Цю, як, утім, і багато інших «страшилок», ФСБ військовим керівництвом не було розвінчано, як результат – істотно знизилася кількість військовослужбовців, які вирішили продовжити службу в лавах ЗС України.

Група ІС, яка на той момент вже мала репутацію достовірного джерела, активно співпрацювала з фахівцями ІСБО. У постмайданний період єдиним способом зірвати плани РФ із дестабілізації ситуації в Україні було оприлюднення їхніх намірів, природно, після повної перевірки інформації, чим і опікувалися координатори групи ІС.

Починаючи з березня 2014 р., для демонстрації агресивних намірів Путіна щодо України група ІС почала щомісяця (а в період загострення ситуації і частіше) готувати інфозведення про присутність російських військ поблизу українських кордонів і на території нашої держави [6].

Фактично в березні-червні 2014 р. група ІС, будучи громадською ініціативою, виконувала функцію «єдиного голосу» з питань російської агресії, на який орієнтувалися і в Україні, і за її межами.

Так починався «ситуативний стратком» групи ІС із представниками держструктур і національної розвідки. Координатори неурядової ініціативи, мотивовані захистом держави в частині інформаційної агресії, сприяли владі у створенні державної системи інформування.

Участь групи «Інформаційний Спротив» у створенні єдиної системи інформування

У березні 2014 р. після зустрічей з в.о. Президента України О. Турчиновим і в.о. Голови Адміністрації Президента С. Пашинським координатори групи ІС були включені до складу робочої групи при Адміністрації Президента України (*дали – АП*). До групи також увійшли представники МО України та інших ІСБО. Групою ІС було розроблено такі пропозиції:

- створення робочої групи ІСО, що координується АП;
- створення керуючого й координуючого органу у вигляді відділу з 2-3 осіб у складі структурного підрозділу АП, який буде займатися інформаційно-аналітичною діяльністю;
- включення до складу групи фахівців зі структурних підрозділів Міністерства оборони України для посилення аналітичної складової.

Цей підрозділ мав координувати свою роботу з інформаційним центром СНБО України. Вироблені аналітичною групою меседжі пропонувалося реалізовувати через офіційний майданчик РНБО України, а неофіційну частину – через майданчики групи ІС.

На той час російський деструктивний стратком мав явні переваги в гібридному протистоянні. Прес-служби ІСБО були вже відновлені, але мали певні обмеження у трансляванні інформації щодо антитерористичної операції.

У період загострення ситуації в зоні АТО й заповнення інформаційного поля фейками російської пропаганди група ІС взяла на себе функцію інформування. Наприклад, у вихідний день 1 травня 2014 р. з 8 до 12 години координаторами групи ІС, котрі перебували в тісному контакті з представниками задіяних в АТО підрозділів, було видано понад 10 інформаційних повідомлень щодо ситуації в зоні конфлікту.

Під час участі в робочій групі при АП України за ініціативи координаторів ІС було підготовлено Указ Президента України про створення Інформаційно-аналітичного центру РНБО України [4] (фактично запрацював у червні 2014 р.) та розпорядження в.о. Президента України, на підставі якого було створено прес-центр штабу АТО [1].

ІАЦ РНБОУ у період 09.– 12.2014 р. очолював представник групи ІС Олексій Копитько. Аналітичною роботою в складі медіацентру також займалися експерти ЦВПД Костянтин Машовець і В'ячеслав Гусаров.

Решта координаторів продовжили роботу з інформування громадськості про перебіг АТО в тісній взаємодії з прес-центром штабу АТО. На той момент існували домовленості про обмін оперативною інформацією між групою ІС і всіма українськими ІСБО (за винятком НГ України).

Працюючи практично в цілодобовому режимі, нам вдалося організувати оперативне інформування таким чином, щоб позбутися ролі наздоганяючих. Щодобові зведення про стан бойових дій група ІС видавала до початку мовлення російських ЗМІ. Протягом кількох годин ця інформація підтверджувалася офіційною заявою прес-центру штабу АТО з виходом спікера в прямий ефір. Близьче до обіду проходив брифінг спікера ІАЦ РНБОУ України з деталізацією ранкової інформації, посилений виступом представника СБО країни.

На майданчику «Укрінформу» також проводилися регулярні брифінги представників ІСБО (щотижня за «гарячою темою»). Паралельно працювала група, що готувала роз'яснювальні та довідкові матеріали для використання іншими спікерами.

У травні 2014 р. до наявних у розпорядженні групи ІС майданчиків поширення інформації додався інтернет-ресурс «Інформаційний спротив» (<http://sprotyv.info>). У період активних бойових дій на Донбасі його добова аудиторія становила близько 200 тис унікальних відвідувачів, і, відповідно, до мільйона переглядів.

Групі ІС вдалося налагодити систему моніторингу та оперативного реагування на події, що вже відбулися, а також на провокації з боку російсько-терористичних військ, що тільки готувалися. Була задокументована участь російських військ і застосування російської техніки та озброєння в процесі російсько-українського конфлікту. Група працювала на випередження – встигала розповісти про обстріл населеного пункту окупантами до того, як російська пропаганда звинувачувала в цьому ЗС України. Через ІС подавалася «невластива» для офіційних спікерів інформація – повідомлялося про

вторгнення колон із технікою і боєприпасами через неконтрольовану Україною ділянку державного кордону, використання окупаційними силами новітніх зразків озброєння й російської техніки.

Про трагедію рейсу МН-17 також першою повідомила група ІС, попередньо перевіривши інформацію про те, що борт дійсно був переданий під супровід ростовських авіадиспетчерів. На сайті ІС були оприлюднені фото евакуації російського «Бука» з місця злочину. Документувався й маршрут його переміщення. Після оприлюднення цієї інформації сайт групи ІС півтори доби перебував під потужною DDOS-атакою.

Серед причин недостатньої ефективності інформаційної відповіді України початкового періоду гібридної агресії РФ можна визначити такі:

- з кінця липня до середини грудня 2014 р. не було призначено Секретаря РНБО України, а тому ця інституція діяла з обмеженою ефективністю;
- ІАЦ РНБО не було остаточно формалізовано (не призначено штат і не покладено офіційних повноважень). Але навіть за таких умов почався інтенсивний міжвідомчий обмін інформацією в режимі реального часу, було встановлено горизонтальні зв'язки, які значно скоротили час перевірки даних і підготовки повідомлень.

У грудні 2014 р. без пояснення причин за наказом Міністра оборони України обмін інформацією між МО і групою ІС було припинено. Також у зв'язку зі створенням Міністерства інформаційної політики було ліквідовано ІАЦ РНБО, внаслідок чого було перервано першу частину «ситуативного страткому» групи ІС з урядовими структурами.

Таким чином, пропозиції щодо системи протидії інформаційним загрозам, сформульовані представниками групи ІС наприкінці лютого 2014 р., були повністю втілені, але із затримкою на 4 місяці. Після ліквідації цієї системи виникла ціла низка проблем, які послабили інформаційну відповідь агресору.

Зокрема, було фактично втрачено функцію міжвідомчої координації і принцип «єдиного голосу». Із середини 2015 р. брифінги штабу АТО почали

відображати винятково позицію Генштабу та МО України, оскільки інші зацікавлені структури не брали участі в підготовці зведеної інформації та працювали на свій розсуд. Кожне відомство, в межах власного розуміння інформаційної політики, проводило заходи, які у певних випадках послаблювали спільну позицію. Була відсутня «генеральна лінія» і бачення ІСБО свого місця в ній.

Почастішали випадки, коли офіційні структури з невеликим інтервалом оприлюднювали суперечливі дані (щодо втрат, щодо оцінної кількості російських військ на Донбасі тощо). Це створювало хаос в інформаційному полі, підривало довіру до офіційних повідомлень.

Тобто фактично система інформаційного захисту за окремими параметрами «відкотилася» до стану весни 2014 р. Частково ситуацію виправляли регулярні брифінги представника ГУР МО України.

Утім, загалом, завдання оперативного інформування суспільства про події на Донбасі спільними зусиллями державних спікерів і групи ІС було виконано.

Після припинення роботи в складі ІАЦ РНБО група ІС повернулася до повсякденної діяльності з протистояння російській інформаційній агресії. Зважаючи на те, що функція оперативного інформування значною мірою забезпечувалася офіційними структурами, було прийнято рішення посилити аналітичну складову у структурі ІС та ЦВПД, перейти до формування наративів, які в подальшому розвиваються через ЗМІ та з допомогою інших інструментів.

В організаційному плані група ІС становить собою систему з координаційним центром у Києві, філіями в Харкові та Одесі, осередками в Донецькій, Луганській, Дніпропетровській, Запорізькій, Херсонській, Миколаївській та Сумській областях, а також мережею активістів на окупованій частині Донбасу та у Криму.

Функціонально група ІС складається з 6 секцій, кожна з яких спеціалізується на отриманні та обробленні інформації певного типу. Зокрема:

Секція Alpha – отримує і перевіряє оперативну інформацію від джерел в українських держструктурах;

Секція Whiskey – отримує інформацію від джерел у дипломатичних колах;

Секція Foxtrot – аналізує інформацію, отриману від емісарів у зоні бойових дій.

Інші секції збирають інформацію про терористичні групи, аналізують зовнішні загрози для України та економічні наслідки військових дій для Росії та України, проводять журналістські розслідування, в тому числі – щодо корупції та інших зловживань в ІСБО, тощо.

Головні напрямки діяльності групи ІС у 2015 – 2018 рр.:

- надання достовірної інформації про події на Донбасі та у Криму;
- розвінчання фейків російської пропаганди;
- підтримка сигналів держструктур, спрямованих на захист національних інтересів України;
- моніторинг ситуації у прикордонних з Україною районах РФ (присутність і кількість російських військ, озброєння і військової техніки);
- аналіз соціально-економічної ситуації на Донбасі та в Південно-Східних регіонах України, моніторинг ризиків і загроз;
- громадський контроль ІСБО та оборонно-промислового комплексу України.

Громадські проекти з протидії російській інформаційній агресії на прикладі міжнародного інформаційного консорціуму «Бастіон». Співпраця з міжнародними організаціями

Із 2015 р. група ІС вживає заходів з координації питань безпеки, головним чином на рівні профільних громадських ініціатив. Зокрема, в 2016 р. за ініціативи групи ІС створено Міжнародний інформаційний консорціум «Бастіон», до якого увійшли ключові українські (ІС, «Інформнапалм», Центр дослідження армії, конверсії й роззброєння тощо), а також деякі польські, естонські, литовські структури. Унаслідок цієї співпраці налагоджено обмін інформацією. Також українські фахівці регулярно їздять до Естонії, Польщі, інших країн на заходи, що стосуються інформаційної безпеки та протидії гібридній війні; налагоджено експертну співпрацю.

Ідея консорціуму «Бастіон» виникла після візиту до Києва представників Об'єданого центру передових технологій із кібероборони НАТО та Міжнародного центру оборони й безпеки (Естонія), що об'єднує зусилля НУО

і держструктур, яких цікавив досвід українських НУО щодо протидії російській пропаганді. Необхідність створення платформи «Бастіон» обґрунтована в меморандумі Міжнародного інформаційного консорціуму з протидії пропаганді РФ.

Блок 1. Меморандум про співпрацю НУО і створення Міжнародного інформаційного консорціуму з протидії пропаганді Російської Федерації «БАСТІОН»

НУО України, Грузії, Латвійської Республіки, Литовської Республіки, Республіки Молдова, Республіки Польща, Естонської Республіки (список може доповнюватися),

- усвідомлюючи відповідальність громадянського суспільства в сфері захисту національного і міжнародного інформаційного простору від руйнівного впливу російської пропаганди, що використовує потужні ресурси Кремля як на території РФ, так і за кордоном;

- з огляду на прагнення російських інформаційних служб чинити негативний вплив на інформаційну ситуацію в державах Європи, а також інших країнах, які керівництво РФ вважає такими, що входять до «сфери інтересів Росії», або є міфічно «загрозливими Росії» (далі – наші країни);

- прагнучи активно протистояти потокам дезінформації від пропагандистських ресурсів РФ, які цинічно перекручують поточні події в політичному і громадському житті наших країн, вдаючись при цьому до відвертої фальсифікації і брехні;

- категорично відкидаючи «мову ворожнечі», що активно використовується пропагандою РФ, метою якої є роздування міжнаціональної, релігійної, культурної нетерпимості, а також расизму і ксенофобії в наших країнах;

- переконуючись в життєво важливій необхідності для суспільства наших країн і національних інтересів, а також для захисту основоположних принципів демократії, в забезпеченні розуміння нашими громадянами суті і цілей маніпулятивних технологій, які використовуються пропагандою РФ;

уклали цей Меморандум про таке:

- об'єднати зусилля у моніторингу інформаційного простору (ЗМІ та ЗМК) на предмет поширення російськими і проросійськими інформаційними ресурсами дезінформаційних, провокаційних і фальсифікованих повідомлень, покликаних створити брехливу картину в контексті тих чи інших подій в політичному і громадському житті наших країн, а також подій в світі, освітлюваних в інформаційному просторі наших держав;

- виявляючи подібні дезінформаційні, провокаційні і фальсифіковані повідомлення в рамках масштабних інформаційних заходів, забезпечити їх викриття всіма доступними способами і доведення до громадськості фактів використання методик інформаційних маніпуляцій;

- спільно відстежувати і аналізувати тенденції інформаційного впливу російської пропаганди на суспільство з використанням тих чи інших інформаційних приводів;

- спільно оцінювати спроби, результати і можливі наслідки інформаційного впливу в плані дестабілізації ситуації в наших країнах, виявляючи можливі цілі та мотиви, які переслідує пропаганда РФ;

- регулярно обмінюватися даними щодо виявлення та аналізу маніпулятивних технологій, які використовуються російською пропагандою і мають на меті роздування міжнаціональної, релігійної, культурної нетерпимості, а також расизму і ксенофобії;

- забезпечити постійне поширення на національному рівні (в ЗМК) результатів аналізу тенденцій в пропагандистській діяльності РФ і відомостей про виявлені при цьому маніпулятивні технології;

- проводити спільні заходи (конференції, круглі столи, брифінги, прес-конференції) для обміну досвідом та інформацією по пунктах з представниками сторін, які підписали даний Меморандум, а також для інформування громадськості про свою роботу у вигляді результатів досліджень;

- на підставі результатів спільної діяльності надавати рекомендації як для національних державних структур, так і для інших НУО та ЗМІ щодо можливих варіантів реагування на інформаційні загрози, які несе в собі російська пропаганда;

- в разі перешкодження діяльності учасника Консорціуму, спрямованої на реалізацію положень даного Меморандуму, надавати допомогу у відстоюванні його професійних інтересів з використанням світових практик захисту творчих і журналістських об'єднань.

Список учасників Консорціуму залишається відкритим для підписання, приєднання нових членів здійснюється рішенням учасників Консорціуму способом спільною згодою (консенсусу).

[Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sprotyv.info/ru/news/kyiv/v-ukraine-sozdan-konsorcium-po-protivodeystviyu-propagande-rf-tekst-memoranduma>

Країни Балтії пропонують успішні приклади державно-приватного співробітництва в інформаційній сфері. Але в Україні діяльність консорціуму є ситуативною за відсутності державної фінансової підтримки. Задіяні в консорціумі організації продовжують діяльність на волонтерських засадах.

Із 2016 р. почалася співпраця ІС з офісом Урядового уповноваженого з питань Європейського суду з прав людини (далі – ЄСПЛ). Підготовлено низку матеріалів для позову України щодо російської агресії в Криму і на Донбасі, який буде розглядатися в ЄСПЛ (відповідний офіційний меморандум підписано між ІС і Міністерством юстиції України). До збирання доказів залучені всі ІСБО.

Також налагоджено взаємодію з офісом Спеціальної моніторингової місії ОБСЄ, координатори групи ІС провели низку зустрічей із головою місії А. Хугом та іншими представниками організації. За підсумками зустрічей досягнуто й реалізовано домовленості про обмін інформацією і консультаціями з актуальних питань.

Одним із найбільш вдалих прикладів взаємодії є реалізація спільного проекту групи ІС з креативним агентством TABASCO та Limelite Studio. У рамках інформкампанії до Дня перемоги над нацизмом у Другій світовій війні було створений пакет соціальних роликів [22]. Акція була проведена без залучення державних коштів і допомоги Міністерства інформаційної політики України. Наша ініціатива була гаряче підтримана українськими центральними і місцевими телеканалами, а також інтернет-спільнотою. Як

результат – роликами охоплено аудиторію 40 млн. осіб, із яких 15 млн. мешкають в Україні, а 25 млн. – у РФ (!!!). Ролики отримали професійне визнання, зокрема, Гран-Прі EFFIE Awards Ukraine як кращий продукт соціальної реклами у 2015 р. [34].

Створення концепції громадської системи оповіщення населення

Паралельно з цією роботою, група ІС у тісній взаємодії з державними інституціями (насамперед – спеціальними службами та розвідувальними органами України) відпрацьовувала кілька проєктів, які стосувалися сфери національної безпеки та мали за мету поєднати потенціал громадянського суспільства й державних структур у вирішенні завдань у цій галузі.

Починаючи з 2014 р., група ІС працювала над створенням і втіленням у життя концепції громадської системи оповіщення населення про ступінь небезпеки наявних і потенційних терористичних та сепаратистських загроз із широким залученням структур громадськості – НУО, незалежних ЗМІ, активних користувачів соцмереж, представників міжнародного експертного співтовариства, працівників державних структур України.

Відсутність адекватного інформування населення про існування таких загроз в окремих регіонах від самого початку гібридної війни, ініційованої РФ проти України, призвело до ескалації конфлікту як у військовій, так і в інформаційній сфері, і, як наслідок – до чисельних людських жертв та гуманітарної катастрофи у Південних і Східних регіонах країни.

Отриманий у процесі проєкту продукт – громадська система оповіщення населення про ступінь небезпеки наявних і потенційних терористичних загроз – повинна була сприяти впровадженню механізму ефективної взаємодії між інститутами громадянського суспільства та уряду на зразок концепції Unified Action Воєнної доктрини США [31].

До сьогодні спроб створити ефективний механізм взаємодії та координації між держструктурами й інститутами громадянського суспільства в питанні інформування населення не було зроблено ані державними

структурами, ані громадськими об'єднаннями. Не існує навіть концепції подібної взаємодії, не кажучи вже про відповідну законодавчу базу.

Своєчасне інформування населення підвищує рівень обізнаності громадян країни, що сприяє деескалації конфлікту й мінімізації ступеня небезпеки наявних і потенційних терористичних загроз.

Постановою № 92 від 18 лютого 2016 р. Кабінет Міністрів України затвердив порядок інформування населення про рівень терористичної загрози в регіонах. Рівень терористичної загрози тимчасово встановлюється для всіх або окремих суб'єктів боротьби з тероризмом і діє на всій території України, в окремих її місцевостях або на об'єктах можливих терористичних посягань. Залежно від наявної інформації про загрозу вчинення теракту встановлюються такі рівні терористичних загроз: «сірий» (можлива загроза) – за наявності чинників (умов), які сприяють вчиненню терористичного акту; «синій» (потенційна загроза) – за наявності інформації, яка потребує підтвердження, про підготовку до вчинення терористичного акту; «жовтий» (можлива загроза) – за наявності достовірної (підтвердженої) інформації про підготовку до скоєння терористичного акту; «червоний» (реальна загроза) – найвищий рівень терористичної загрози.

Проте проект, який із весни 2014 р. відпрацьовувала група ІС, мав бути набагато ширшим, і був закликаний не лише повідомляти про вірогідність здійснення терактів в окремих регіонах, але й визначати рівень соціально-економічної стабільності та вірогідність масових акцій протесту, які можуть використовувати у своїх цілях спецслужби держави-агресора (шляхом аналізу рівня незадоволення населення через затримки зарплатні на головних підприємствах регіону, локальні проблеми соціально-економічного характеру тощо), а також виявляти активність сепаратистських груп та агентури спецслужб РФ на місцевому рівні (шляхом збирання інформації через місцевих активістів і аналіз діяльності відповідних груп у соціальних мережах, у консультаціях із місцевими структурами МВС та СБ України).

У межах цієї ініціативи група ІС мала намір реалізувати низку заходів щодо створення громадської системи оповіщення населення про ступінь небезпеки наявних і потенційних терористичних загроз, зокрема:

1. Створення інтернет-ресурсу, блогу і профілів у соціальних мережах проекту «Traffic Light Public Alert System (Civil Society Initiative)». Мета: формування в майбутньому платформи таргетного (цільового) напрямку інформації про терористичні загрози згідно з моделлю, розробленою Homeland Security в США – «If You See Something, Say Something» [23].

2. Налагодження співпраці з експертами США, НАТО і ЄС. Мета: обмін досвідом – вивчення сучасних методик визначення ступеня небезпеки терористичних загроз, вивчення концепції взаємодії інститутів громадянського суспільства з урядом у рамках систем інформування населення про рівні терористичних загроз в розвинених країнах світу.

3. Аналіз отриманого матеріалу, організація низки дорадчих заходів – круглих столів із представниками міжнародного експертного середовища та працівників державних інституцій в Україні, що опікуються проблемами національної безпеки.

4. Розроблення проекту Закону про взаємодію органів державної влади з інститутами громадянського суспільства в рамках системи своєчасного оповіщення населення про ступінь небезпеки наявних і потенційних терористичних загроз.

5. Презентація проекту Закону громадськості.

До реалізації проекту планувалося залучити лідерів громадської думки, працівників незалежних ЗМІ, представників громадських ініціатив України та міжнародного експертного співтовариства, працівників державних структур України, що діють у сфері національної безпеки. Для цього, на думку фахівців групи ІС, необхідно було здійснити такі кроки:

1. Провести технічні роботи зі створення інтернет-платформи проекту.

2. Налагодити співпрацю з експертами розвинених країн світу.

3. Створити робочу групу для розроблення концепції системи оповіщення. Склад групи: громадські діячі, представники вітчизняного експертного середовища, працівники державних структур, що діють у сфері національної безпеки.

4. Вивчити отриманий від іноземних експертів матеріал.

5. Підготувати та опублікувати низку матеріалів, що стосуються механізмів взаємодії інститутів громадянського суспільства з урядом у

межах систем інформування населення про ступінь небезпеки терористичних загроз у розвинених країнах світу.

6. Провести низку досліджень із метою адаптації для української дійсності сучасних механізмів взаємодії інститутів громадянського суспільства з урядом у рамках систем інформування населення про ступінь небезпеки терористичних загроз у розвинених країнах світу.

7. Провести дорадчий захід – круглий стіл у форматі «Chatham House» зі співробітниками державних структур, що діють у сфері національної безпеки України. Мета – обговорення розробленого експертами Проекту концепції громадської системи оповіщення населення про ступінь небезпеки наявних і потенційних терористичних загроз.

8. Доопрацювати проект концепції громадської системи оповіщення населення України з урахуванням пропозицій громадськості, а також пропозицій співробітників державних структур, що діють у сфері національної безпеки України.

9. Розробити проект Закону про взаємодію органів державної влади з інститутами громадянського суспільства в межах системи своєчасного оповіщення населення про ступінь небезпеки наявних і потенційних терористичних загроз.

10. Опублікувати на сайті та в інших інтернет-ресурсах проекту Концепцію громадської системи оповіщення та проект Закону про взаємодію органів державної влади з інститутами громадянського суспільства в межах системи своєчасного оповіщення населення.

11. Провести комунікативний захід – прес-конференцію – з метою презентації громадськості проекту Закону про взаємодію органів державної влади з інститутами громадянського суспільства в межах системи своєчасного оповіщення населення й концепції громадської системи оповіщення населення України про ступінь небезпеки наявних і потенційних терористичних загроз.

Розроблення проекту Закону про взаємодію органів державної влади з інститутами громадянського суспільства в межах системи своєчасного оповіщення населення дала би змогу розробити і впровадити в Україні

ефективну систему оповіщення громадян – «Traffic Light Public Alert System (Civil Society Initiative)».

Як уже зазначалося, отриманий у процесі проекту продукт – Концепція громадської системи оповіщення – повинна була сприяти впровадженню механізму ефективної взаємодії між інститутами громадянського суспільства та уряду на зразок концепції Unified Action Доктрини армії США, а також налагодженню відкритого діалогу між державними структурами і громадськістю.

Проект дав би можливість знизити ступінь небезпеки загроз, підвищити рівень безпеки держави й захищеності її громадян, рівень освіченості/обізнаності серед населення, створити механізм швидкого реагування на конфліктні ситуації. Це мало посприяти започаткуванню створення ефективної структури взаємодії громадянського суспільства й уряду з питань протидії зовнішнім і внутрішнім загрозам національній безпеці України, територіальній цілісності держави. Проект «Traffic Light Public Alert System (Civil Society Initiative)» мав безпосередньо пришвидшити процес інтеграції країни в європейський безпековий простір. Своєчасне й адекватне інформування населення України про ступінь небезпеки наявних і потенційних терористичних загроз було покликане дозволити знизити рівень напруженості в конфліктних регіонах країни, запобігти конфліктним ситуаціям на ранніх стадіях і ефективно їм протидіяти протягом довгих років [29]. Отриманий у межах проекту «Traffic Light Public Alert System» досвід, матеріали досліджень, інструменти й механізми комунікації державних інститутів із громадськістю, безумовно, були б корисні експертному співтовариству і державним структурам інших країн світу.

Варто зауважити, що певні кроки з реалізації цього проекту групою ІС були зроблені ще з весни 2014 р. – у вигляді періодичної підготовки протягом 3 років аналітичних доповідей та інфографіки стосовно рівня загроз у регіонах, в основі яких була та сама система, що покладена в основу проекту «Traffic Light Public Alert System» – а саме, тісна взаємодія активістів громадянського суспільства та НУО в особі групи ІС із державними структурами. Проте самий проект «Traffic Light Public Alert System» (як і низка інших проектів у галузі

національної безпеки, які були розроблені групою ІС) потребував залучення фінансових ресурсів, яких знайти так і не вдалося.

Висновки

Інформаційна агресія РФ проти України – складова глобальної гібридної війни, зокрема проти країн Заходу, що є актуальною загрозою демократичним і людським цінностям, інститутам стримування й міжнародним системам безпеки (ООН, ОБСЄ тощо), які створювалися упродовж тривалого історичного періоду [12].

Аналіз характеру гібридної війни, сил і засобів РФ (2014 – 2018 рр.) дав змогу визначити основні цілі Москви [25]:

1. Досягнення переваги на світовій політичній арені (ностальгія за минулою значущістю СРСР).

2. Відновлення тотального впливу на країни пострадянського простору (республіки СРСР), головна мета якого на першому етапі – відновлення контролю над Україною.

3. Розхитування ситуації в країнах Заходу для переключення уваги на внутрішні проблеми, що в подальшому ускладнить адекватний опір територіальній експансії та досягненню впливу Росії у світі.

4. Поширення корупційних практик в економіці як найбільш комфортних для відстоювання російських інтересів.

Концепція гібридної війни базується, насамперед, на двох принципах – «боротьба за умі й серця» та «розділяй і володарюй» – шляхом проведення інформаційно-психологічних операцій різного масштабу та тривалості, спрямованих на весь спектр соціальної стратифікації суспільства, які супроводжуються активними заходами, тому головний об'єкт інформаційних атак РФ – суспільство певної держави (електорат).

Основні фактори, які сьогодні знижують ефективність протидії Заходу інформаційній війні РФ:

1. Труднощі визначення прямої загрози та інструментів інформаційної війни, які призводять до втрати ініціативи.

2. Використання для підривної діяльності загальнодоступних сучасних технічних засобів доставки інформації.

3. Високий рівень інформації в загальному інформаційному просторі.

4. Уповільнена реакція західної демократії (що зумовлено законодавством і процедурами) на гібридну агресію РФ та миттєва реакція на будь-які події, навіть локальні, влади РФ (міністерств, відомств, спецслужб). Ця миттєвість зумовлена повним ігноруванням норм міжнародного права заради дестабілізації ситуації у світі.

5. Західні партнери створили безліч різноманітних структур і робочих груп державного рівня, де ведуться дебати щодо протидії РФ, але досі виникає питання щодо практичних дій на всіх рівнях, насамперед – на оперативного-стратегічному.

Як наслідок, маючи значно більше ресурсів, ніж РФ, Захід не встигає застосувати адекватні заходи. РФ має переваги на пріоритетних інформаційних напрямках за рахунок швидкої концентрації. За роки російської агресії Україна отримала цінний досвід протидії, апробувала низку новітніх технологій, якими могли би скористатися західні партнери. Певні успіхи нашої держави в інформаційному протистоянні зумовлені розумінням того, що українська територія – перший рубіж стримування російської агресії. Геополітичне розташування, досвід українських фахівців, розуміння культури та ментальності росіян, а також відсутність мовного бар'єру дають можливість перетворити Україну в місце, де Росія зазнає фіаско.

Водночас, поточна ситуація в Україні створює стратегічні ризики для Заходу з ймовірністю відкотитися в часи «холодної війни», оскільки, безсумнівно, РФ намагатиметься забезпечити реванш проросійських сил під час виборчого циклу в Україні (весна 2019 р. – осінь 2020 р.). Сценарій, що нав'язується РФ, здатний якісно змінити обстановку на континенті, призвести до неконтрольованого розвитку ситуації в Україні (Захід України, столиця й активні групи на Півдні і Сході не приймуть реванш РФ аж до збройного опору).

У такій ситуації Кремль застосовуватиме раніше випробувані методи активного інформаційного впливу на суспільства країн Заходу, підкреслюючи,

що політичні еліти, які підтримали санкції проти РФ, припустилися великої помилки: не локалізували кризу в Україні, але при цьому завдали шкоди своїм громадянам та економіці. Така стратегія здатна дезорганізувати антиросійські сили в Європі. Відсутність опору гібридній агресії РФ може спровокувати зміну політичного ландшафту в кількох країнах ЄС, серйозно послабити НАТО, а також мотивувати до активних дій проросійські елементи на пострадянському просторі та в країнах колишнього «Варшавського договору». А це означатиме новий виток ескалації, залучення до конфлікту нових територій (країни Балтії, Балкан). ОРДЛО – ключовий важіль тиску на Україну і партнерів у цьому сценарії.

Пріоритетом РФ є ослаблення/скасування режиму санкцій, від яких її економіка серйозно страждає, що провокує зниження соціальних стандартів для широких мас і невдоволення еліт.

Також влада РФ зацікавлена в мирному проведенні Чемпіонату світу з футболу як способу поліпшити свій імідж. Унаслідок цього в 2018 р. будуть посилені спроби «повернути» окуповану частину Донбасу під формальний контроль України, але на умовах РФ. Щоб подати це всередині Росії як «перемогу», а в українському інформаційному полі – як поразку постмайданної влади і «зраду»; будуть нав'язуватися меседжі «українська влада програла війну»/«зрадила», «всі труднощі та злидні, всі жертви – все даремно» та посилено дискурс щодо необхідності якнайшвидшого відновлення зв'язків із РФ.

Ключове завдання українського страткому – не допустити розгортання «дискурсу поразки» в Україні, щоб виключити його використання для дискредитації української влади, і створити передумови для повернення контролю над ОРДЛО на умовах України. Важливу роль у цьому процесі відіграють громадські організації та рухи, які активно здійснюють заходи з інформаційної протидії, поширення корисної інформації, розкриття задумів інформаційних акцій РФ, створення груп підтримки в соціальних мережах і інше.

Отже, державне розуміння і підтримка діяльності громадських організацій з протидії інформаційним загрозам РФ – ключова умова для

ефективної взаємодії державного й недержавного секторів у проактивній протидії гібридним загрозам РФ.

Список використаних джерел

1. Указ Президента України «Про Інформаційно-аналітичний центр» № 398/2014 від 12.04.2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/U398_14.html.

2. Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України “Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)”» №133/2017 від 28.04.2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/1332017-21850>.

3. Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29.12.2016 р. “Про Доктрину інформаційної безпеки України”». № 47/2017 від 25.02.2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/472017-21374>.

4. Розпорядження Президента України «Про заходи щодо забезпечення інформування громадськості про антитерористичну операцію» № 862/2014-рп від 15.05.2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/ru/862/2014-%D1%80%D0%BF>.

5. А был ли Тымчук? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.peacekeeper.ru/ru/?module=news&action=view&id=19905>. Войска РФ на границе с Украиной на 27.02.2015 г. / Инфографика от группы ИС [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sprotv.info/ru/news/13703-voyska-rf-na-granice-s-ukrainou-na-27-fevralya-infografika-ot-gruppy>.

6. Герасимов В. Ценность науки в предвидении / В. Герасимов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.vpk-news.ru/articles/14632>.

7. Гусаров В. Как объединить усилия против российской пропаганды? / В. Гусаров [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sprotv.info/ru/news/kyev/kak-obedit-usiliya-protiv-rossiyskoj-propagandy>.

8. Гусаров В. Российская пропаганда исковеркала сознание сотням тысяч жителей Донбасса / В. Гусаров [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sprotv.info/ru/news/15083-rossiyskaya-propaganda-iskoverkala-soznanie-sotnyam-tysyach-zhiteley-donbassa-ekspert>.

9. Гусаров В. Журналистика, как элемент информационной войны / В. Гусаров [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sprotv.info/ru/news/zhurnalistika-kak-element-informacionnoy-voyny>.

10. Гусаров В. Россия усиленно осваивает тайные военные операции гибридного характера / В. Гусаров [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sprotv.info/ru/news/kyev/rossiya-usilenno-osvaivaet-taunye-voennye-operacii-gibridnogo-haraktera-analitika-gruppy>.

11. Гусаров В. Стандарты безопасности ОБСЕ бессильны против информационных и пропагандистских атак Кремля / В. Гусаров [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sprotv.info/ru/news/13248-standarty-bezopasnosti-obse-bessilny-protiv-informacionnyh-i-propagandistskih-atak>.

12. Довнар В. Порванные сети. Как Facebook и Twitter используются для распространения ненависти / В. Довнар [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://lb.ua/world/2017/11/21/382399_porvannie_seti_facebook.html.

13. Загальнонаціональне дослідження «Волонтерство в Україні», 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.un.org.ua/ua/publikatsii-ta-zvity/un-in-ukraine-publications/3982-zahalnonatsionalne-doslidzhennia-volonterstvo-v-ukraini>.

14. Иванова К. НВ презентує ТОП-50 українських лідерів думок в соціальних мережах / К. Иванова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://nv.ua/ukr/publications/ukrajinski-lideri-dumok-v-sotsialnih-merezah-kerujut-krajinoju-i-konkurujut-z-presoj-83345.html>.

15. Информационное сопротивление: о нас [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sprotv.info/ru/o-nas>.

16. Как бороться в информвойне с Кремлем: мнения экспертов и чиновников [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/kak-borotsja-vinformvojne-s-kremlem-mnenija-ekspertov-i-chinovn-243539>.

17. Кто такой Дмитрий Тымчук, и как работает «Информационное сопротивление» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://focus.ua/society/309859>.

18. Малинка В., Герман О. Волонтеры войны / В.Малинка, О.Герман [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://zn.ua/socium/volontery-voynu-html>.

19. Не купуй російське! Російські бренди, які прикидаються іноземними [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://espresso.tv/article/2014/03/24/ne_kupuy_rosiyske_rosiyski_brendy_yaki_prykydayutsya_inozemnymu.

20. Олександр Турчинов закликав створити інформаційну армію, що дасть гідну відсіч російській пропаганді [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rnbo.gov.ua/news/2622.html?PrintVersion>.

21. «Помним. Гордимся. Победим!»: как украинцы снимали социальную рекламу о Второй мировой войне [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://forbes.net.ua/lifestyle/1393377-pomnim-gordimsya-pobedim-kak-ukraincy-snimali-socialnuyu-reklamu-o-vtoroj-mirovoj-vojne>.

22. Почепцов Г. Пропаганда vs. информационные операции: сходства и различия / Г. Почепцова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://ms.detector.media/trends/1411978127/propaganda_vs_informatsionnye_operatsii_skhodstva_i_razlichiya.

23. Российские оккупанты затопили БПК «Очаков», чтобы перекрыть выход украинских кораблей из Донузлава / YouTube-канал «ИС» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=-xjWE5WLYeQ>.

24. Сазонов В. Основная цель путинского режима – воссоздание империи в границах СССР и заполучение Европы в сферу влияния / В. Сазонов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://sprotyv.info/ru/news/kiev/uchenyy-osnovnaya-cel-putinskogo-rezhima-voosozhdanie-imperii-v-granichah-sssr-i>.

25. Судольский Р. 5 блогеров, ставших звездами Facebook после Евромайдана / Р.Судольский [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ain.ua/2014/05/06/5-blogerov-stavshix-zvezdami-facebook-posle-evromajdana>.

26. Тымчук Д. Украина в прицеле российской пропаганды: «информационная беззащитность» и ее результаты / Д. Тымчук [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://sprotyv.info/ru/news/2976-ukraina-v-pricele-rossiyskoj-propagandy-informacionnaya-bezzashchitnost-i-ee-rezultaty>.

27. Тымчук Д. Вторжение в Украину: хроника российской агрессии / Д. Тымчук, Ю. Карин, В. Гусаров, К. Машовец. – К. : Брайт Букс, 2016. – 240 с.

28. Угрозы на Востоке и Юге Украины на 03.06.2015 г.: оценка от группы ИС (инфографика) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://sprotyv.info/ru/news/ugrozy-na-vostoke-i-yuge-ukrainy-na-3-iyunya-ocenka-ot-gruppy-infografika>.

29. Чикалин В. Реабилитация участников АТО: Как работают правительственные и региональные программы / В. Чикалин [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://na.mil.gov.ua/files/pdf>.

30. Definition of «Unified Action» (US DoD) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://www.militaryfactory.com/dictionary/military-terms-defined.asp?term_id=5610.

31. Christopher P. Strategic Communication : Origins, Concepts, and Current Debates / P. Christopher ABC-CLIO, 2011 – Political Science – 240 p. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://www.researchgate.net/.../265784991_Strategic_Comm...

32. If You See Something, Say Something [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.dhs.gov/see-something-say-something>.

33. Tabasco получило Гран-При Effie Ukraine за социальную рекламу «Помним. Гордимся. Победим» <http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/45551/lang.ru>.

34. O'Shaughnessy N. The Death and Life of Propaganda / N. O'Shaughnessy // Journal of Public Affairs : Queen Mary College, University of London. – 2012. – Vol. 12. – №1. – P. 29-38 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : wileyonlinelibrary.com DOI: 10.1002 / pa.377.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ «СИТУАТИВНОГО СТРАТКОМУ» НЕДЕРЖАВНИМИ УРЯДОВИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ ТА ДЕРЖАВНИМИ СТРУКТУРАМИ

Досвід діяльності групи ІС дав змогу проаналізувати, яким чином українські громадські рухи протистояли гібридній агресії РФ протягом 2014 – 2018 рр. Можна виокремити такі чинники:

а) підтримка громадських рухів з боку підприємництва, бізнесу, фондів тощо:

- відкриття банківських рахунків допомоги ЗС України та перерахування на них коштів;
- організація збирання коштів через рекламу (TV, FM, зовнішня реклама, СМС-повідомлення та інше);
- забезпечення транспортом, паливом для відправки допомоги в зону АТО/ООС;

• створення пунктів збирання коштів і фінансової допомоги;

б) активні заходи економічного спрямування:

• блокування руху транспортних вантажівок російських перевізників через територію України;

• агітація в торгових центрах не купувати товари з Росії;

• блокада автозаправок російських брендів;

• акції щодо закриття російських банків;

в) публічна дипломатія:

• записи відеозвернень студентів до однолітків Росії та поширення відповідних відеокліпів через інтернет-джерела;

• активізація спілкування з громадськими організаціями в РФ;

• інформування про актуальні події українських діаспор у РФ;

г) військовий напрям:

• закупівля і відправка в підрозділи військового спорядження і приладів спостереження;

• відправка на фронт продовольства, будівельних матеріалів, медикаментів, предметів першої необхідності тощо;

• надання допомоги пораненим у лікувальних установах;

• допомога в транспортуванні поранених;

• пошук загиблих на війні та організація їх поховання;

д) освітньо-культурний напрям:

• організація курсів навчання демобілізованих воїнів АТО/ООС за напрямками ведення бізнесу, організації охоронного бізнесу, ІТ-графіки і дизайну, програмування тощо;

• театральні постановки (вуличний театр).

Досвід України довів необхідність на початковому етапі інформаційної експансії таких заходів:

а) моніторингу медійного потоку:

- медійних повідомлень (преса, радіо, TV). Результатом моніторингу може бути як акцентування уваги аудиторій на окремих напрямках в інтересах противника і, навпаки, замовчування актуальних і об'єктивних подій;

- джерел інтернет-комунікацій. Тут слід звернути увагу на створення груп у соціальних мережах, які поширюють інформацію, вигідну противнику, а також на активність їх тролів;

- чуток і громадських думок. До цього виду комунікації слід ставитися як до індикатора громадської думки, який відображає морально-психологічний стан аудиторії. «Явища, такі як YouTube або зростання впливу сайтів соціальних мереж, таких як Facebook і навіть можливе визначення відмінності між реальним і віртуальним світами – способи розширення можливостей приватних осіб у пропагандистській війні» [10].

Моніторинг медійного потоку дає можливість визначити момент загострення ситуації – в цей період спостерігається різке зростання кількості повідомлень та їхня агресивність. Цей аналіз відбувається, як правило, за двома критеріями:

- кількість інформаційних повідомлень за певною тематикою;
- рівень агресивності повідомлень.

Моніторинг та аналіз інформаційного потоку дозволяє зробити прогнози щодо розвитку інформаційної та політичної ситуації. Під час аналізу слід враховувати такі складові:

б) визначення ЛГД (лідерів громадської думки) в регіоні, які є джерелом чуток і генераторами соціальних настроїв. До ЛГД слід віднести:

- громадські організації, рухи, фонди;
- впливових персон – екс-політиків, державних діячів, людей науки та мистецтва, релігійних діячів, бізнесменів та інших авторитетних осіб.

ЛГД можна розподілити за трьома категоріями:

- союзники;
- нейтральні за поглядами;
- опозиційні ЛГД.

Головна особливість ЛГД – наявність у кожного з них своєї аудиторії, яка може бути використана як власний електорат. В ідеалі, слід із кожною категорією працювати окремо, але в інтересах інформаційних операцій необхідно:

- союзників – залучати до співпраці і до комунікацій із метою створення патріотичних настроїв у суспільстві і протидії ворожій пропаганді;

- нейтральних – спробувати зробити союзниками;

- недругів – намагатися максимально ізолювати від аудиторій. Як варіант – можна застосувати рекламну технологію «перехоплення аудиторії» (приклад: коли на порозі гіпермаркету представлено рекламу його конкурента);

в) створення обмежень інформаційного потоку РФ:

- адміністративно-технічні заходи обмеження ворожого інформаційного потоку. Слід розділяти: адміністративні заходи – введення

обмежень на рівні держави на діяльність російських ЗМІ і журналістів, і технічні заходи – радіопридушення (глушіння) сигналу TV або FM-передач, програмні заборони на діяльність сайтів тощо. Дуже важливо усвідомити, що ці заходи є тимчасовими, оскільки противник буде постійно шукати варіанти подолання перешкод;

- заповнення інформаційного потоку національним якісним контентом. Цей захід є ключовим елементом у діях щодо обмеження інформаційного потоку. Без нього неможливо ефективно створити бар'єр ворожій інформації. Для розуміння: інформаційний потік слід уявити як поточну субстанцію, в якій немає пустот. Якщо вони створюються штучно, необхідно запропонувати варіанти їхнього заповнення корисною інформацією;

г) надання допомоги громадським організаціям і взаємодія з ними. Для реалізації цього пункту необхідні ефективні державні програми, які б передбачали:

- створення державного органу координації та взаємодії з громадськими організаціями, які б працювали в інтересах України;

- створення фонду грантової допомоги для підтримки організацій тощо.

В Україні завдання активної інформаційної протидії виконують такі державні органи:

- спеціальні інформаційні підрозділи силового блоку – МО України, МВС України, СБ України;

- структури зовнішньої політики – МЗС України;

- структури формування культурної політики – Міністерство культури України;

- координаційний орган – Міністерство інформаційної політики України.

Ці інституції мають певні повноваження, штат фахівців і необхідні інструкції. Однак, державний сектор має і певні недоліки: по-перше, високий ступінь бюрократизації, що впливає на оперативність у прийнятті рішень; по-друге, система військового менеджменту й управління розвинена на недостатньому рівні, що, знову ж таки, залишає відбиток на ефективності планування та проведення заходів; по-третє, при проведенні інформаційних заходів завжди відчувається брак сил і засобів. Крім того, практика подібних заходів інших країн пропонує використання невійськового елемента в державних інтересах.

У зв'язку з цим рекомендуємо залучати до проведення інформаційних операцій громадські організації, об'єднання або рухи, що мають виконувати такі функції:

а) громадська організація журналістів (стрингерів – журналістів-фрилансерів, позаштатних репортерів, які співпрацюють з однією або кількома інформаційними і новинними агенціями індивідуально. Сьогодні стрингером може стати будь-який очевидець, що поширив певний фото-, відеоматеріал), діяльність якої ґрунтується на підтримці інформаційного порталу (сайту) і має завдання:

- продукувати й публікувати актуальні новини;
 - виявляти інформаційні заходи протидіючої сторони, які плануються і проводяться таємно;
 - виявляти дезінформаційні повідомлення противника та інформувати про це громадськість;
 - проводити журналістські розслідування та розкривати агресивну сутність держави-ворога тощо;
- б) громадська організація кіберфахівців, що має:
- фіксувати і знаходити уразливі місця в кібератаках з боку країни-агресора;
 - поширювати конфіденційну компрометуючу інформацію, здобуту на електронних ресурсах ворога;
 - здійснювати кіберзахист своїх інтернет-ресурсів та інше;
- в) громадська організація творчих осіб (так звана «м'яка сила»), яка здатна виконувати такі функції:
- презентувати твори образотворчого мистецтва патріотичного змісту, проводити виставки-покази;
 - створювати кліпи, анімаційні фільми, документальне кіно патріотичного змісту з можливим розміщенням цього контенту в YouTube;
 - готувати театральні постанови самодіяльних театрів тощо;
- г) громадські інформаційно-аналітичні та соціологічні центри, завдання яких такі:
- аналізувати зовнішньополітичну ситуацію, викривати деструктивні цілі РФ;
 - формувати прогнози розвитку ситуації;
 - здійснювати соціальні опитування тощо;
- д) групи в соціальних мережах, що мають виконувати такі дії:
- працювати з тролінговим контентом;
 - поширювати корисну інформацію.
- Цей перелік не є остаточним. Зміни будуть зумовлені новими викликами інформаційній безпеці нашої держави.

ПЛАНУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ У СЕКТОРІ БЕЗПЕКИ І ОБОРОНИ УКРАЇНИ

Олександр Заруба

Вступ

Стратком з початком його розвитку в Україні ще не став, але вже усвідомлюється як один із ефективних комунікативних інструментів інтеракції між державою та суспільством. Стратком прийшов до нас із США та інших країн НАТО і сформувався саме у середовищі ІСБО цих країн. В Україні під СБО розуміють «охоплену єдиним керівництвом сукупність органів державної влади, Збройних Сил України, Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України, Державної спеціальної служби транспорту, інших утворених відповідно до законів України військових формувань, правоохоронних органів спеціального призначення, діяльність яких за функціональним призначенням відповідно до Конституції та законів України спрямована на захист національних інтересів від зовнішніх і внутрішніх загроз національній безпеці України» [1].

Державні інституції і складові стратегічних комунікацій

Державний СБО представлений такими посадовими особами та інституціями [2]:

Президент України;

Рада національної безпеки і оборони України;

Міністерство оборони України;

Збройні Сили України;

Міністерство внутрішніх справ України;

Національна гвардія України;

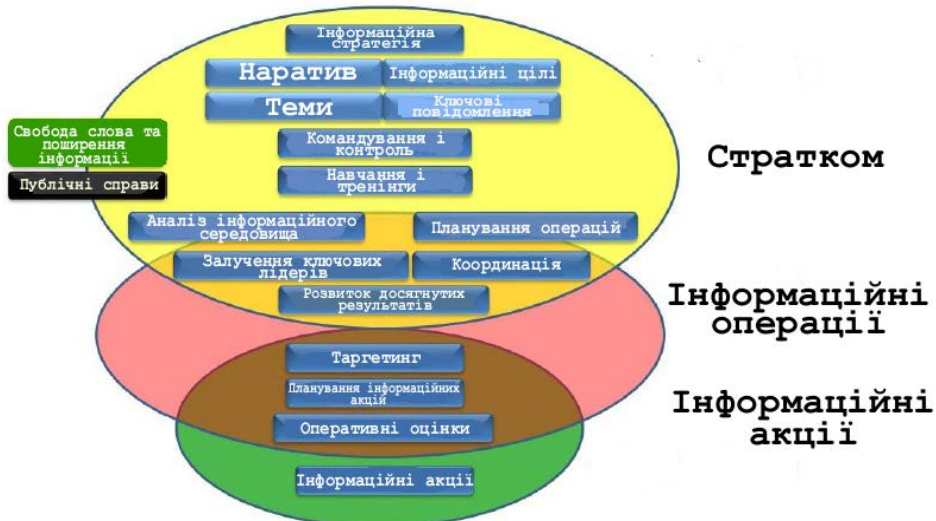
Національна поліція України;

Державна прикордонна служба України;

Державна міграційна служба України;

Державна служба України з надзвичайних ситуацій;
 Служба безпеки України;
 Управління державної охорони України;
 Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації України;
 Державна спеціальна служба транспорту;
 координаційний орган з питань розвідувальної діяльності при Президентові України та розвідувальні органи України;
 Апарат Ради національної безпеки і оборони України;
 центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну військово-промислову політику;
 інші складові, що визначені законами України.

Рисунок 1. Сфери ключових понять стратегічних комунікацій, інформаційних операцій та інформаційних акцій



Ми розглядаємо лише організації, які мають статус законних збройних формувань: ЗС України, СБ України, МВС України, НГ України, ДПС України. Недержавний СБО, до якого належать приватні охоронні структури, громадські організації та інші актори, у цьому дослідженні не розглядаються.

У Воєнній доктрині України, «стратегічні комунікації» визначаються як «скоординоване і належне використання комунікативних можливостей

держави – публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, військових зв'язків, інформаційних та психологічних операцій, заходів, спрямованих на просування цілей держави» [1]. Проводячи певне спрощення, можна сказати, що стратком є керівною надбудовою для інших напрямків інформаційної роботи (інформаційних операцій, акцій, впливу через ЗМІ), яка задає через формування інформаційної стратегії, наративів, ключових повідомлень, планування та координацію єдиного, «оркестрового» звучання багатьом комунікативним інструментам держави [13].

Складовими системи страткому у безпековому середовищі вважають [8]:

- зв'язки з громадськістю (англ. *Public Affairs and Military Public Affairs*);
- публічну дипломатію та військові заходи в підтримку публічної дипломатії (англ. *Public Diplomacy and Military Support to Public Diplomacy*);
- зв'язки зі ЗМІ (англ. *Press and Media*);
- інформаційні заходи міжнародного військового співробітництва (англ. *International Military Cooperation*);
- цивільно-військове співробітництво (англ. *CIMIC*);
- дії в кіберпросторі, включаючи соціальні мережі;
- залучення ключових лідерів до проведення інформаційних заходів (англ. *Key Leaders Engagement*);
- внутрішню комунікацію (роботу з особовим складом/внутрішній PR);
- інформаційні операції (англ. *InfoOps*);
- психологічні операції (англ. *PsyOps*);
- інформування про ситуацію (англ. *Visual Info/Situation Awareness*) та документування подій на полі бою (англ. *Combat Camera*);
- розвідувальне забезпечення проведення інформаційних заходів;
- демонстрацію сили (англ. *Show of Force*);
- введення в оману (англ. *MILDEC*);
- безпека проведення операцій (англ. *Operation Security*);
- фізичний вплив (англ. *Physical Attack*);
- протиборство в електромагнітному просторі (англ. *EMW*).

Перераховані складові за своєю природою реалізуються не у кожному ІСБО, проте у перерахованих нами організаціях практично всі знаходять своє застосування у різній мірі.

Планування страткому у загальній системі оборонного планування

Як і будь яка галузь діяльності, стратком повинен мати свою чітко визначену систему планування. Планування страткому є частиною загального процесу планування в ІСБО. Воно здійснюється у загальному управлінському циклі, який описується так званою «Петлею Бойда». Стосовно процедури планування та здійснення стратегічних комунікацій вона матиме наступний вигляд (рис. 2).

Рисунок 2. «Петля Бойда» в системі стратегічних комунікацій



Планування заходів у складових частинах страткому має певні особливості, оскільки вони розвивалися самостійно і лише згодом увійшли до системи страткому. За своєю природою вони вимагають планування та відпрацювання плануючих документів за такими напрямками:

- прості заходи та короткі терміни, наприклад, планування брифінгу в рамках зв'язків зі ЗМІ;

- більш тривалі і складні, багатокomпонентні за природою заходи (операції), наприклад, інформаційні чи психологічні операції;

- заходи, які проводяться на значних територіях чи навіть у масштабі держави протягом тривалого часу, наприклад, заходи публічної дипломатії чи цивільно-військового співробітництва у зоні конфлікту та прилеглих територіях.

Особливостями ІСБО є те, що у них, як правило, є чітко виокремлені рівні вирішення завдань і планування: стратегічний, оперативний, тактичний. Планування на кожному рівні має свої особливості і стосується різних за тривалістю, залученням кадрових, фінансових та інших ресурсів, змістом завдань. Інстанції (штаби, управління, командування), у яких проходить процес планування, мають різні ступені підготовки, укомплектованості, злагодженості і загальної готовності до планування стратегічних комунікацій. На сьогодні вони мають і різну культуру та методики планування.

Таблиця 1. Інстанції планування стратегічних комунікацій в ІСБО України на різних рівнях

Рівень/ІСБО	ЗС України	СБ України	МВС України	НГУ України	ДПС України
Стратегічний рівень	МО, ГШ ЗСУ, ООШ	Центральне управління СБУ	Апарат МВС	Головне управління НГУ	Адміністрація ДПСУ
Оперативний рівень	Оперативне командування, армійський корпус	Обласні управління СБУ	ГУ НП в області	Оперативно-територіальне об'єднання	Регіональні управління ДПСУ
Тактичний рівень	Окрема бригада, військова частина	Міжрайонні, районні та міські підрозділи СБУ	Територіальні підрозділи ГУ НП в області	Військова частина НГУ	Прикордонні загони, ескадрильї, заклади ДПСУ

В ІСБО України, де комунікативні функції зосереджені в одному департаменті (управлінні, секції штабу), процес планування страткому запровадити простіше. Там, де певними видами комунікацій займаються підрозділи різного підпорядкування, планування страткому матиме більше труднощів, оскільки єдині плануючі документи викличуть необхідність створення робочих груп і узгодження пунктів плану із багатьма управлінськими

ланками. У перерахованих вище ІСБО України впровадити повний цикл планування страткому буде простіше ніж у інших складових, оскільки всі керівні особи цих інституцій навчалися єдиній методиці прийняття рішень, заснованій на порядку роботи командира підрозділу (частини) ЗС України.

Слід зауважити, що планування страткому в ІСБО України знаходиться на початковій стадії розвитку і не досягло рівня країн НАТО. Елементарний пошук в інтернеті дозволяє знайти, наприклад, стратегічні комунікативні плани Військової академії Вест-Пойнта (англ. *United States Military Academy*) на 2013 – 2015 рр. [14], Корпусу морської піхоти США [13], інших військових організацій. Аналогічні плани у цивільних галузях існують для мерій міст, комерційних організацій, фірм, НУО та інших у будь-яких галузях. У той же час, аналізуючи стан сфери страткому в Україні у 2016 р. Д. Дубов та А. Баровська, які проводили опитування персоналу міністерств на предмет їх особистої комунікативної грамотності та функціонування системи комунікацій, констатують, що більшість опитаних невірно розуміли навіть ключові поняття страткому; також складним є стан стратегічнокомунікативних планів. «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» [7]. ІСБО стан справ краще, проте саме комунікативних планів не існує.

Слід розрізнити планування страткому в загальній системі оборонного планування, як комунікаційної частини самої організаційної структури інституції та планів її розвитку на роки наперед, і планування конкретних подій (комунікаційних акцій) чи їх певної послідовності протягом певного часу з єдиною метою (операцій). У першому випадку ми керуємося загальною теорією *стратегічного планування* (англ. *strategic planning*)¹ добре інтерпретованою і для сектору забезпечення національної безпеки України [6], у другому – теорією *оперативного планування* (англ. *operational planning*) [9].

¹Може виникнути певна мовленнєва колізія, оскільки у самому терміні «стратегічне планування стратегічних комунікацій» повтор слова *стратегічний* звучить недоречно. При скороченому терміні «стратком» цей вираз сприймається краще. Прикметник *стратегічний* по відношенню до планування і комунікацій був взятий з однаковою метою – підкреслити значення та рівень реалізації і відповідальності цих дій.

Планування страткому здійснюється у загальній системі оборонного планування: довгострокового (12 років), середньострокового (6 років) та короткострокового (2 роки) [5].

Довгострокове оборонне планування передбачає такі дії:

- визначення стратегічних завдань, домінуючих форм, інструментів та способів комунікації у відповідних інституціях на підставі аналізу стану та тенденцій розвитку воєнно-політичної, воєнно-стратегічної і соціально-економічної обстановки у державі та світі, характеру, форм та способів ведення збройної боротьби на наступні 10-20 років, тенденцій та довгострокових планів розвитку ІСБО;

- визначення (уточнення) засад інституційної політики у сфері страткому; необхідних спроможностей; порядку їх створення, утримання й розвитку;

- розроблення (уточнення) на основі нормативно-правових актів основних керівних інституційних документів страткому (стратегії, доктрини);

- створення нормативно-правової бази для середньострокового і короткострокового планування стратком;

- визначення пропозицій до прогнозних показників статей бюджету інституції, які стосуються страткому, на довгострокову перспективу; розроблення державних цільових програм зі страткому.

На **середньостроковий період** розробляються такі заходи:

- МО України: положення Стратегічної оборонної директиви з питань реалізації державної політики у сфері оборони у ЗС України та інших складових сил оборони, які стосуються страткому;

- державні цільові програми (за необхідності), спрямовані на розв'язання проблем у сфері страткому;

- Генеральним штабом ЗС України: комплексний документ з розвитку спроможностей ЗС України (у т.ч. у сфері страткому);

- іншими ІСБО України: аналогічні за змістом документи.

На **короткостроковий період** плануються такі заходи:

- щорічно розробляють плани утримання та розвитку ЗС України та інших військових формувань на два роки, в яких деталізуються плани щодо

структур, які здійснюють стратком, і, за необхідності, коригуються у встановленому порядку державні програми розвитку ЗС України та інших військових формувань (у т.ч ті, які стосуються страткому).

Відповідно до визначених кожній структурі завдань участь у плануванні страткому беруть більшість підрозділів центрального органу адміністративного управління. У деяких інституціях функції керування страткомом покладені на чітко визначену особу (табл. 2).

Етапи розробки плануючих документів зі страткому

Розробка довгострокових та середньострокових плануючих документів зі страткому проходить низку характерних етапів [11]:

- етап початку планування та залучення ключових посад управління інституцією до процесу планування;
- етап аналізу політики (головних завдань на майбутнє) інституції;
- етап аналізу сучасного стану комунікацій інституції;
- етап формулювання стратегічних завдань комунікацій інституції;
- етап формулювання завдань оперативного рівня;
- етап доведення плану до виконавців, збору критичних зауважень та удосконалення стратегічного комунікативного плану.

На *першому етапі* розпорядчим документом необхідно зобов'язати підрозділи, відповідальні за елементи страткому, делегувати представників та сформувати робочу групу чи призначити відповідальних осіб за розробку плану страткому. Слід впевнитися у тому, що призначені представники мають відповідну кваліфікацію і посади, а страткому входить до їх посадових обов'язків. У розпорядчому документі треба вказати терміни планування, порядок роботи (зборів), форму подачі робочих матеріалів та кінцевий результат планування.

Таблиця 2. Підрозділи або посадові особи ІСБО України, до функцій яких входить планування та здійснення страткому

№	ІСБО України	Підрозділ, посадова особа
1.	МО України та ГШ ЗС України	Генеральний штаб ЗС України, Головне управління розвідки, Департамент кадрової політики, Департамент міжнародного оборонного співробітництва,

		Департамент соціальної та гуманітарної політики, Управління комунікації та преси, Управління інформаційних технологій, Головне оперативне управління, Головне управління зв'язку та інформаційних систем ГШ ЗС України, Головне управління морально-психологічного забезпечення, Головне управління оперативного забезпечення, Управління цивільно-військового співробітництва, Управління зв'язків із громадськістю ЗС України
2.	СБ України	Центральне управління СБ України
3.	МВС України	Директор Департаменту комунікації МВС, уповноважений представник МВС з питань страткому
4.	НГ України	Головне управління НГ України
5.	ДПС України	Адміністрація ДПС України, Департамент організаційно-адміністративної роботи та аналітичного забезпечення

Робоча група опрацьовує графік своєї роботи, здійснює розподіл обов'язків, встановлює періодичність зборів (засідань), встановлює терміни подачі робочих матеріалів та відпрацювання документів.

Другим етапом передбачається: вивчення стратегії і політики інституції, ключових документів з реформи (розвитку) інституції, інших документів, які впливають на її завдання, цілі діяльності. На цьому етапі слід відповісти на низку запитань:

Які завдання виконує організація?

Який сучасний стан організації?

Яка структура і місія організації у майбутньому передбачається?

Як і якими засобами будуть досягнуті вказані цілі (стратегія)?

Спираючись на інші документи державної політики, внутрішні плануючі та інші документи організації можна внести певні нюанси, додаткові цілі, допомогти сформулювати внутрішні цінності організації, що дозволить коректніше планувати її комунікації.

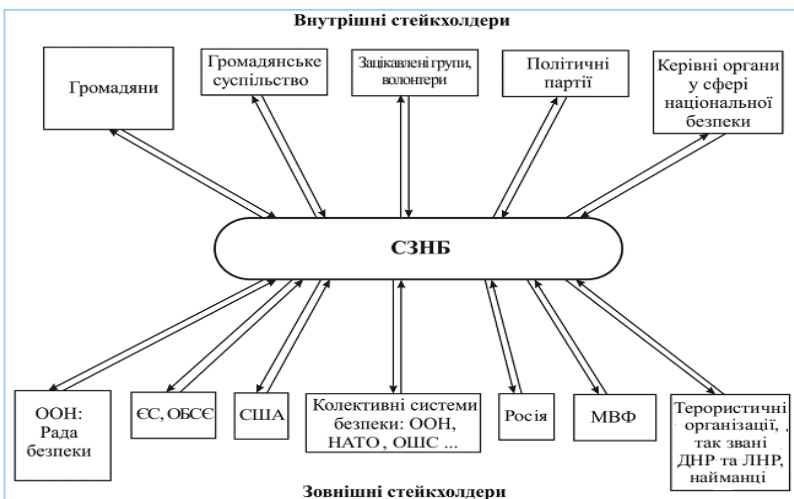
На цьому етапі аналізуються не лише внутрішні фактори, які впливають на комунікацію, але й зовнішні: міжнародне безпекове середовище загалом та воєнно-політична обстановка в регіоні; інтенсивність інформаційних впливів з боку держав, які вже проявили себе вороже; міжнародну допомогу, яка надається у безпековій сфері іншими державами; ступінь інтеграції та участі держави у військово-політичних союзах, миротворчих операціях; ступінь та заходи міжнародного співробітництва між ІСБО різних країн.

Протягом другого етапу можуть застосовуватися спеціальні методи аналізу, наприклад *SWOT-аналіз*. Він необхідний для визначення сильних та слабких сторін організації, її можливостей та загроз. Це дозволяє опрацювати стратегії розвитку організації, включаючи сферу страткому.

У СБО непогані результати дають *сценарні методи* планування. Саме завдяки певним сформованим сценаріям розвитку воєнно-політичної обстановки, бойових дій, розвитку внутрішніх загроз національній безпеці ми можемо спланувати майбутній обрис ІСБО. Виходячи із цього бачення, а також із прогнозів розвитку ЗМІ та тенденцій до їх використання (проникнення) ІСБО, можемо сформулювати наше бачення місця, ролі і функцій страткому у цих структурах, а також запропонувати обрис підрозділів і управлінських структур, які будуть ним займатися.

Важливою частиною другого етапу є *аналіз стейкхолдерів* (будь-яка особа, група або організація, що причетна чи має інтерес до діяльності відповідної інституції, її ресурсів чи результатів діяльності, а також впливає на її рішення та зазнає зворотного впливу). На рис. 3 приведені стейкхолдери системи забезпечення національної безпеки (СЗНБ) України, до якої входять інституції, які ми розглядаємо (рис. 3 – [8, с. 59]), перелік стейкхолдерів видозмінено автором у відповідності до реалій сьогодення).

Рисунок 3. Зовнішні та внутрішні стейкхолдери СЗНБ



Із більшістю внутрішніх стейкхолдерів у ІСБО мають бути встановлені комунікативні зв'язки, у багатьох випадках формалізовані у вигляді проєктів нормативно-правових документів, державних програм, планових звітів та ін. Інколи такі комунікативні зв'язки встановлюються і з зовнішніми стейкхолдерами, наприклад, програми співпраці між НАТО та ЗС України.

Протягом *третього етапу* здійснюється аналіз (аудит) комунікаційних можливостей ІСБО. Протягом цього аналізу слід дати відповідь на питання:

Хто?

Хто здійснює комунікацію від імені організації?

Яку роль відіграють комунікаційні служби (відділи, центри) в ІСБО?

Наскільки вони знаходяться під єдиним керівництвом (централізовані) чи децентралізовані?

Які інші інформаційні канали існують поряд із офіційними мережами?

Кому?

Кому призначена комунікація?

Що?

Яка інформація передається при комунікації?

Чому?

Яка мета комунікації?

Як?

Які інформаційні канали використовуються при комунікації?

Скільки?

Який бюджет комунікативних служб організації?

Скільки вони мають персоналу?

Скільки і які технічні засоби комунікації має організація?

Коли?

Коли (при яких умовах) здійснюється комунікація?

Наскільки часто здійснюється комунікація?

Чи є комунікація упереджуючою?

Аналізуючи зовнішню та внутрішню комунікацію ІСБО, слід відповісти на запитання:

Хто?

Хто з ключових персон інституції є найкращими комунікаторами?

Якими каналами комунікація здійснюється краще, а якими гірше?

До кого в ІСБО найперше звертаються, якщо необхідно отримати інформацію?

Із яких джерел отримують інформацію про ІСБО?

Кому?

До яких цільових груп (осіб) звертається ІСБО?

У якій мірі ці цільові групи (особи) для комунікації відповідають проаналізованим вище стейкхолдерам?

Чи всі групи (особи) є охоплені комунікацією?

Чи певні групи (особи) є проінформовані краще за інші?

Що?

Чи є Ваші меседжі достатньо зрозумілими і адекватними?

Яким чином вони розуміються (інтерпретуються) цільовими групами?

Чи вони відповідають початковим намірам?

Чому?

Чи досягаються цілі комунікації?

Чи базуються цілі комунікації на стратегічних цілях інституції?

Скільки?

Чи витрати на комунікацію відповідають цілям, які досягаються?

Чи можна витратити бюджетні ресурси більш ефективно?

Коли?

Чи завжди вступаємо в комунікацію, коли це необхідно?

Можливо комунікації мало (забагато)?

При такому аналізі важливими є кількісні оцінки: кількість відвідувачів на сайті, кількість репостів, оцінок публікації, кількість коментарів, цитувань у інших матеріалах, «лайків» і т.п. (Приклад 1 у висновках статті).

Проте якісні оцінки теж важливі. Їх можна отримати за допомогою опитування, фокус-груп, анкет, авторських оцінок та іншими методами.

Сама комунікація в ІСБО теж може вивчатися методами SWOT-аналізу.

Змістом *четвертого етапу* є формулювання стратегічної мети комунікацій вашого ІСБО. Вона витікає зі стратегічної мети ІСБО (Приклад 2 у висновках).

Важливо не сплутати стратегічні та оперативні цілі. Стратегічні цілі – довгострокові, їх можна розбити на кілька напрямків у різних галузях. Вони окреслюють мету комунікації самим загальним чином. Оперативні цілі – середньо- та короткострокові. Їх безпосередньо можна інтерпретувати у конкретні інформаційні (комунікативні) заходи.

На *п'ятому етапі* ми формулюємо оперативні цілі стратегічних комунікацій. Ці оперативні цілі на відміну від стратегічних повинні бути:

1. Специфічними (відмінними від інших, зрозумілими, точними і чітко визначеними).
2. Вимірюваними (досягнення цілей повинно констатуватися за низкою чітко вимірюваних критеріїв).
3. Прийнятними (цілі можна досягти наявними силами і засобами).
4. Реалістичними (цілі повинні враховувати наявні обмеження).
5. Окресленими у часі (мати чітко визначені терміни виконання).

Оперативні цілі можна представити у вигляді окремого проекту із призначенням відповідальної особи, зони відповідальності, комунікативних ресурсів, які виділяються, опису проекту та інших елементів. Вони можуть формулюватися відповідно до складових системи страткому (див. вище).

Для більшої деталізації оперативних цілей переходимо на тактичний рівень і плануємо конкретні комунікативні заходи.

Шостий етап призначений для перегляду стратегічного комунікативного плану, його уточнення та вдосконалення. Він полягає у доведенні його до всіх членів робочої групи та зборі їх критичних зауважень і пропозицій. Із планом мають ознайомитися ключові посадові особи ІСБО. Він має корелювати із іншими планами інституції: реформ, менеджменту, державними програмами та іншими. Процедура затвердження стратегічного комунікативного плану залежить від самої організації та прийнятих у ній адміністративних процедур.

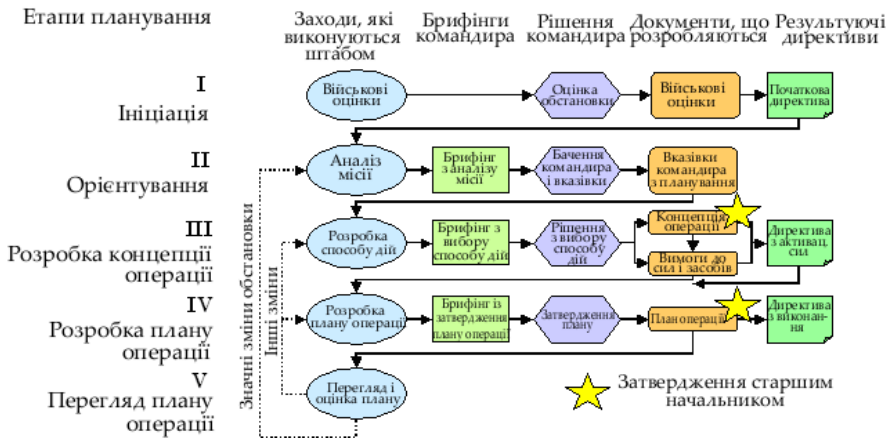
При розробці документів короткострокового планування частина описаних вище етапів може не проводитися. Адже короткострокове планування лише деталізує прийняті стратегічні рішення і оперативні плани (програми) їх реалізації.

На відміну від приведеного вище порядку розробки плануючих документів, які описують стратегічні цілі, розвиток організації та її стратегічних комунікацій на кілька років і включають всі складові, конкретна діяльність організації потребуватиме розробки планів конкретних інформаційних (психологічних) операцій (акцій) чи інших заходів, які відносяться до сфери страткому.

Їх планування проходить виходячи із загальних підходів теорії оперативного планування (англ. *operational planning*) чи традицій та затверджених форм документів конкретної складової страткому. Загальна послідовність оперативного планування приведена на рис. 4.

На кожному із етапів оперативного планування є перелік заходів, які стосуються страткому і які виконуються посадовими особами штабів (робочих груп), відповідальних за стратком. Наведемо цю послідовність.

Рисунок 4. Загальна послідовність оперативного планування у штабах НАТО



Протягом першого *етапу ініціації* посадові особи підрозділів страткому надають командувачу (командиру) необхідну інформацію

(наміри противника і як вони інтерпретуються у меседжах, морально-психологічний стан особового складу військ (сил), настрої місцевого населення і т.п.), яка необхідна йому для постановки завдань з розробки початкової директиви з планування операції.

Протягом другого **етапу орієнтування** посадові особи підрозділів страткому повинні:

- зрозуміти оперативну обстановку;
- знати стратегічний комунікативний план своєї інституції;
- зрозуміти початкові наміри командира, який планує операцію;
- зрозуміти перспективи заходів страткому у ході операції;
- визначити розвідувальні дані, необхідні для планування заходів страткому;
- провести аналіз обстановки зі страткому та визначити його завдання;
- сформулювати відомі факти та припущення, визначити операційні цілі та ефекти (наслідки) їх досягнення;
- сформулювати висновки із оцінки обстановки зі страткому: стан інформаційної сфери, каналів зв'язку, ключові лідери, вплив інформаційного середовища на військову операцію та ін.;
- допомагати командирі у переформулюванні цілей операції;
- впевнитися у тому, що нове формулювання завдань на операцію включає ключові теми;
- впевнитися, що вказівки командира щодо подальшого планування включають завдання зі стратегічного планування;
- зрозуміти комунікативну філософію командира і яким чином мають комунікувати члени групи планування;
- взяти участь у роботі робочих груп з планування операції.

Протягом третього етапу **розробки концепції операції** посадові особи підрозділів страткому повинні:

- взяти участь у опрацюванні варіантів способу дій у операції;
- визначити ключові точки із заходів страткому для варіантів способу дій;

- впевнитися у тому, що у запропонований спосіб дій органічно інтегровані ключові теми, меседжі та інші аспекти страткому;
 - запропонувати акції страткому до способу дій у операції;
 - взяти участь у роботі груп планування та брифінгу з вибору способу дій;
 - провести аналіз цільових аудиторій та стейкхолдерів;
 - розглянути перспективи розвитку обстановки;
 - переглянути штабні оцінки;
 - оцінити перспективи страткому при оцінках способів дій у ході воєнної гри;
 - представити необхідні дані для матриці синхронізації дій;
 - взяти участь в уточненні способу дій, виборі варіантів розгалужень операційних ліній та шляхів маневру;
 - взяти участь у виборі способу дій, який буде пропонуватися командирю як основний;
 - взяти участь у брифінгу командира з вибору способу дій;
 - взяти участь в уточненні способу дій та розробці концепції операції.
- Впевнитися у тому, що в концепції операції враховані всі ключові моменти заходів страткому.

Протягом четвертого етапу **розробки плану операції** посадові особи підрозділів страткому повинні:

- уточнити сили та засоби, необхідні для виконання заходів страткому;
- взяти участь у розробці додатків до плану операції, які стосуються заходів страткому;
- взяти участь у розробці плану операції, впевнитися що когнітивні аспекти всієї документації відповідають опрацьованим цілям страткому, а сплановані заходи синхронізовані із бойовим ритмом операції.

Протягом п'ятого етапу **перегляду та уточнення плану операції** посадові особи підрозділів страткому повинні:

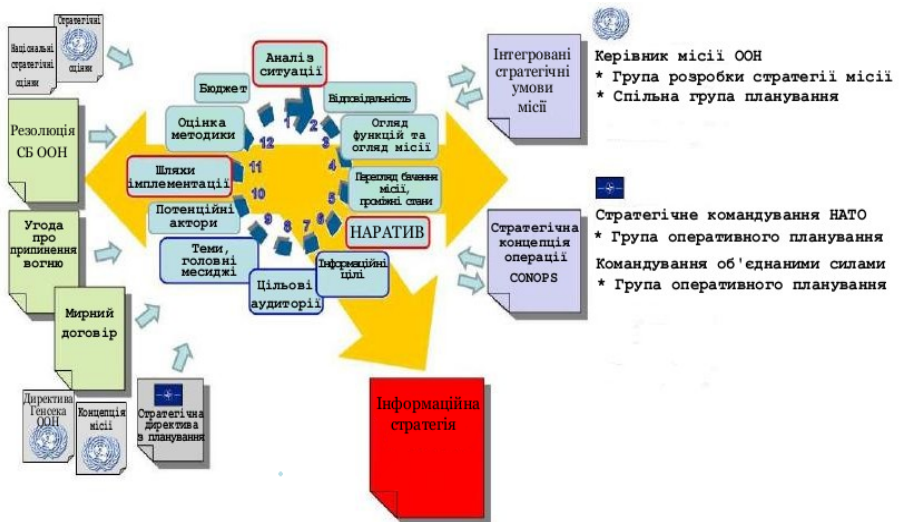
- бути в готовності виконати аналогічні дії при значних змінах обстановки;
- уточнити заходи страткому при незначних змінах та уточнюючих вказівках командира;

- забезпечити підтримку групі управління поточними операціями та планування майбутніх операцій.

У спільних міжнародних операціях, наприклад, миротворчих, опрацювання спільної *інформаційної стратегії* відбувається за схожим циклом (рис. 5) [13].

Розглянутий спосіб дій посадових осіб підрозділів страткому опирається на опрацьовану військовими методика планування. Для Об'єднаного командування ЗС США розроблений підручник зі стратегічних комунікацій [10], у якому деталізований процес планування заходів страткому при проведенні операцій. ІСБО України також можуть опиратися на приведену вище методику. Певні особливості планування у різних ІСБО можуть лише спростувати приведену схему, чи вносити в неї додаткові нюанси, проте не відкидають загальної ідеології планування.

Рисунок 5. Порядок опрацювання інформаційної стратегії для спільних міжнародних операцій



Певні труднощі можуть виникнути в ІСБО, які не мають достатніх потужностей штабів, оскільки приведена методика оперативного планування досить затратна з точки зору людських ресурсів. Практика роботи штабів за стандартами НАТО передбачає створення кількох робочих груп, які

відокремлено опрацьовують власний спосіб дій своїх сил та сил противника. При незначній кількості особового складу у штабах підрозділів (частин, з'єднань) ЗС України чи НГ України таку методику планування важко реалізувати, не вистачить людей. Проте з переходом на стандарти НАТО щодо складу та функцій штабів, що спостерігається як повсюди у ЗС України, так і в НГ України (полк «Азов») ця проблема буде вирішеною.

Якщо ж говорити про суто стратком, то слід констатувати, що мережа посадових осіб, секцій (відділів, управлінь) штабів чи інших органів управління ІСБО України, відповідальних за стратком, ще не створена. МО України у 2017 р. затвердило лише програму пілотного курсу підготовки спеціалістів зі страткому та мало видати наказ «Про основи політики Міноборони та Збройних Сил України у сфері стратегічних комунікацій» [4]. Проте в інституціях, які ми досліджували, вже є прес-центри, власні ЗМІ (газети, журнали, телепередачі), офіційні сайти, підрозділи зв'язку із громадськістю, підрозділи, відповідальні за міжнародні зв'язки і т.п. Висновки Д. Дубова та А. Баровської [7] щодо страткому в цивільних міністерствах цілком відповідають стану справ у ІСБО:

1. «Органи, відповідальні за реалізацію стратегічних комунікацій, наразі не функціонують як єдина система стратегічних комунікацій держави (і інституції також – прим. авт.) 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».

Висновки

Підсумовуючи, можна стверджувати, що вміло сплановані заходи страткому можуть стати важелем, фактором мультиплікації зусиль

ІСБО України. У той же час невдала, хаотична комунікація часто зводить нанівець реальні досягнення у багатьох напрямках національної безпеки.

Вдало проведені РФ інформаційні кампанії були руйнівними за своїми наслідками при анексії Криму та сприяли окупації окремих районів Донецької та Луганської областей. Вони подвоїли зусилля спеціальних підрозділів ЗС Росії, сприяли створенню так званого «ополчення» та прошарку протестного населення, яке чинило опір діям ЗС України на початку АТО. Цим кампаніям передував тривалий період соціологічних досліджень, планування, визначення цільових аудиторій, створення наративів, цілей і ключових меседжів інформаційних операцій. Підключення центральних російських телеканалів, створення цілої армії «кремлеботів», інші аспекти російського деструктивного страткому призвели до появи нового терміна – «гібридна війна».

Для ЗС України досить невдалими були інформаційні кампанії щодо підтримки кількох хвиль мобілізації. Успішними можна назвати кампанії з підтримки переходу на контрактну армію. Досить сильно і професійно організовані комунікації в ДПС України та НГ України. Особливо слід відмітити вміло організовані комунікації полка «Азов» НГ України, які дали йому можливість вистояти проти всіх звинувачень у «фашизмі» як з боку РФ, так і всередині України і перетворитися на одну із кращих військових частин. Їх проект створення дитячих таборів військового вишколу «Азовець» і вдала медійна підтримка цього проекту вже перетворили цілий прошарок підлітків та їх батьків на палких фанатів «Азова».

Для ІСБО важко зберегти баланс між необхідністю бути «в тіні» для того, щоб професійно виконувати свою роботу і побудувати комунікації в умовах інформаційної боротьби, звинувачень і провокацій. Адже у них багато таких же комунікативних завдань, як і для армії:

- інформаційні кампанії з рекрутингу і відбору кваліфікованих кадрів для служби на військових і цивільних посадах;
- установлення атмосфери довіри між населенням і службами в інтересах своєчасного інформування про всі випадки підготовки терактів, інших злочинів і порушень закону;

- установа ділових і постійних відносин з медіа в інтересах своєчасного і неупередженого висвітлення як повсякденного життя, так і надзвичайних подій і випадків у службі;

- комунікації з органами законодавчої, виконавчої та судової гілок влади України в інтересах інформування про свої завдання і стан справ, виділення своєчасного фінансування, усунення юридичних протиріч при вирішенні службових завдань співробітниками і т.п.

Медійні продукти СБ України під гаслом «Нова СБ України», телепередача «СБУ інформує» та інші проекти сприяють створенню атмосфери довіри до служби, установленню нормальних, ділових відносин між населенням та співробітниками СБ України. У подальшому це попередить випадки, коли регіональні управління СБ України в ході Революції Гідності штурмувало місцеве населення, бачачи у них «ворога».

Інформаційна кампанія СБ України «Повернись додому» – приклад успішної роботи на фактично ворожі цільові аудиторії у досить непростих умовах інформаційної війни. Правильне планування таких кампаній, формулювання конкретних гасел, змісту листівок, текстів у соціальних мережах (меседжів), термінів і способів їх розповсюдження дозволить значно покращити їх результативність.

ІСБО України мають нагальну потребу у розвитку «культури спілкування» і «культури планування». Недостатність чи навіть відсутність цих навиків у керівних кадрів, заборони, які діяли тривалий час (і діють певною мірою сьогодні) на будь-яке зовнішнє спілкування (ЗМІ, соціальні мережі) для представників ІСБО перетворили їх на «Grande Murette¹», Велику Німу – закриту і незрозумілу для зовнішнього світу організацію. Відсутність навичок аналізу та планування, «штабної культури» перетворює роботу багатьох структур у профанацію і озоамілювання, коли інформаційною операцією називається елементарне розміщення якогось тексту в інтернеті.

Такий стан не є нормальним. ІСБО України мають розвинути власні інструменти комунікації в інтересах виконання стратегічних завдань. Тільки

¹ Grande Murette (фр.) – Велика Німа. Так французи тривалий час (з 1870 по 1945 рік) називали свою армію через позбавлення військових права голосувати на виборах. У наш час цей вираз часто вживається для позначення заборон (суворої регламентації) військовикам висловлювати свою точку зору в ЗМІ.

так будуть реалізовані положення Дорожньої карти Партнерства у сфері стратегічних комунікацій між РНБО України та Міжнародним секретаріатом НАТО [14]. Планування страткому – органічна частина цього процесу.

Приклад 1. Кількість «лайків» на сайтах видів збройних сил Великобританії, Франції, України

Вид ЗС Франції	Дата реєстрації профілю	Кількість «лайків» на 26.11.2017	Вид ЗС Великобританії	Дата реєстрації профілю	Кількість «лайків» на 26.11.2017
Armée de terre (СВ)	07.2010 р.	661 508	British Army (СВ)	10.2009 р.	1 618 837
Marine Nationale (ВМС)	10.2010 р.	248 121	Royal Navy (ВМС)	11.2009 р.	586 542
Armée de l'air (ВПС)	04.2011 р.	239 059	RAF (ВПС)	09.2008 р.	602 489

СВ ЗС України на той самий час – 7 050 «лайків», ВМС – 19 467, ВПС – 2 472.

Приклад 2. Визначення стратегічної мети комунікації Збройних Сил України

Прикладом стратегічної мети комунікації Збройних Сил України може бути:

1. Забезпечення комунікативними засобами підтримки дій ЗС України на Донбасі населенням України.
2. Створення позитивного іміджу ЗС України як динамічної відкритої для спілкування інституції, здатної виконувати поставлені перед нею завдання.
3. Створення іміджу ЗС України, як сучасної армії, побудованої за стандартами НАТО.

Список використаних джерел

1. Воєнна доктрина України, затверджена Указом Президента України № 555/2015 від 24.09.2015 р., Доктрина інформаційної безпеки України, затверджена Указом Президента України № 47/2017 від 25.02.2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// zakon3.rada.gov.ua/laws/show/555/2015](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/555/2015).
2. Указ Президента України Про рішення Ради національної безпеки і оборони України «Про Концепцію розвитку сектору безпеки і оборони України» № 92/2016 від 04.03.2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/922016-19832>.
3. Дорожня карта Партнерства у сфері стратегічних комунікацій між Радою національної безпеки і оборони України та Міжнародним секретаріатом НАТО [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mfa.gov.ua/mediafiles/sites/nato/files/RoadmapUkr.pdf>.
4. Деталізований план заходів Міністерства оборони України з виконання плану пріоритетних дій Уряду на 2017 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.mil.gov.ua/content/other/PlanMOU_19082017.pdf.
5. Рекомендації з оборонного планування на основі спроможностей в Міністерстві оборони України та Збройних Силах України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.mil.gov.ua/content/other/Recommendationson_CBP_120617.pdf.
6. Горбулін В. П. Стратегічне планування: вирішення проблем національної безпеки : [монографія] / В. П. Горбулін, А. Б. Качинський. – К. : НІСД, 2010. – 288 с.
7. Дубов Д., Баровська А. Функціональний аналіз сфери стратегічних комунікацій (скорочена версія) / Д. Дубов, А. Баровська // Стратегічні пріоритети : [науково-аналітичний шоквартальний збірник]. – 2016. – №4 (41). – С. 108-109.
8. Ліпкан В. Роль стратегічних комунікацій в протидії гібридній війні проти України / В. Ліпкан [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://goal-int.org/rol-strategichnix-komunikacij-v-protidii-gibridnij-vijni-proti-ukraini.pdf>.

9. Allied Command Operations Comprehensive Operations Planning Directive, 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.cmdrcoe.org/download.cgf.php?id=9>.
10. Commander's Handbook for Strategic Communication and Communication Strategy Version 3.0. – US Joint Forces Command Joint Warfighting Center. – 24 June, 2010 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.dtic.mil/doctrine/doctrine/jwfc/c_hbk10.pdf.
11. Elaborer un plan de communication stratégique pour une organisation publique. Guide pour les communicateurs fédéraux. – COMM Collection. – Juin 2010 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://fedweb.belgium.be/sites/default/files/downloads/broch_commcollection_19_plan_com_strategique_fr.pdf
12. Military Strategic Communication in Coalition Operations : [A Practitioners Handbook], 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://toinformistoinfluence.files.wordpress.com/2016/10/2016-10-21_milstratcom_20practitioners_20handbook_20v0-2.
13. Strategic Communication Plan U.S. Marine Corps [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/usmc/strategic_comm_plan_2007.pdf.
14. USMA Strategic Communication Plan 2013-2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.usma.edu/dsi/SiteAssets/Strategic-Communication-Plan.pdf>.

РЕКОМЕНДАЦІ З РОЗВИТКУ СТРАТКОМУ ТА СПРОМОЖНОСТЕЙ ЗІ СТРАТЕГІЧНОГО КОМУНІКАТИВНОГО ПЛАНУВАННЯ У СЕКТОРІ БЕЗПЕКИ І ОБОРОНИ

1. СБО України та всі його складові мають нагальну необхідність у формуванні структур страткому. Наявні підрозділи, відповідальні за комунікацію інституцій, повинні органічно увійти складовими частинами до вертикально та горизонтально диференційованих елементів цих структур.

2. Особовий склад (військовослужбовці і працівники) структур страткому повинні пройти цикл навчання, починаючи від опрацювання єдиного бачення термінології до практичних навичок у конкретних елементах страткому. Складовою частиною такого навчання для управлінських посад є викладання методик планування заходів страткому.

3. Стратком ІСБО повинен стати органічною частиною системи урядових комунікацій (яка теж лише формується). Важливим елементом є схвалення на урядовому рівні, узгодження і відсутність протиріч у меседжах цивільних та військових структур.

4. Планування страткому у СБО України доцільно проводити спираючись на вже розвинуту нормативно-правову базу з оборонного планування. До цієї роботи мають долучитися всі інші ІСБО, крім МО України, які є фундаторами та ідеологами процесу оборонного планування. Ця робота має вилитися у розробку стратегічних плануючих документів галузі страткому.

5. Конкретні методики планування страткому можуть спиратися на теорію стратегічного планування для розробки документів довгострокового, середньо- та короткострокового планування та на теорію оперативного планування для розробки планів інформаційних (психологічних) операцій та інших багатовекторних дій протягом тривалого часу з єдиною метою.

Планування конкретних акцій інколи доцільно проводити виходячи із наявних традицій планування, при необхідності можна переймати методики, опрацьовані аналогічними структурами країн, де стратком дістав більший розвиток.

6. Обрання цільових аудиторій, опрацювання наративу та розробка ключових меседжів є серцевиною планування будь-яких інформаційних акцій і операцій. Всі вказані дії впливають із формулювання кінцевого стану, якого ми хочемо досягти у результаті комунікативного впливу, та критеріїв його досягнення. Опрацювання всіх трьох позицій має свої методики та правила, які у статті не викладалися за браком обсягу публікації та необхідністю винесення таких методик у окрему статтю.

Колись В. Липинський у праці «Листи до братів хліборобів. Про ідею і організацію українського монархізму» сформулював тезу про необхідність для українського народу створити власну «легенду про жовніра», головну ідею про те, чому, як і за що має воювати український народ. Фактично це заклик до розробки стратегічного наративу для ІСБО. Він залишається актуальним і дотепер.

ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ, ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ, ЦИВІЛЬНО-ВІЙСЬКОВІ ВІДНОСИНИ У СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

ЦИВІЛЬНО-ВІЙСЬКОВЕ СПІВРОБІТНИЦТВО В УКРАЇНІ: СТВОРЕННЯ ТА РОЗВИТОК У КРИЗОВИХ УМОВАХ

Наталія Васюкова

Вступ

«Щошвидше я зможу позбутися питань поза межами воєнної сфери, тим щасливішим я буду! Іноді мені здається, що я проживаю десять років щотижня, дев'ять з яких витрачаються на вирішення політичних та економічних питань, а ще відсутність водопостачання, харчування, палива, і трупи по всьому місту ...», – писав Д. Ейзенхауер. Ця ситуація є типовою для будь-якої території, ураженої як збройним конфліктом (внутрішнього чи зовнішнього характеру), так і будь-якою надзвичайною ситуацією. Військові, залучені до виконання безпосередньо військових завдань, мають безліч супутніх проблем, які доводиться вирішувати самостійно або за допомогою цивільних (місцевого населення, представників органів місцевої влади, місцевих неформальних лідерів, міжнародних або неурядових організацій).

Розуміння необхідності налагодження та підтримання взаємодії військового та цивільного компонентів у зоні конфлікту забезпечує якнайшвидший перехід від виконання військовими нетипових для них завдань та функцій, що, в свою чергу, суттєво підвищує ефективність виконання поставленої військової задачі, прискорює досягнення кінцевої мети і скорочує період перебування у зоні конфлікту та пов'язані з цим витрати.

Оскільки у ЗС України відсутнє чітке розуміння ЦВС як виду оперативного забезпечення військ (сил) і як важливого компонента процесу

оперативного планування операції та у зв'язку з необхідністю впровадження оперативних стандартів НАТО у повсякденну діяльність військ з метою досягнення взаємосумісності, слід проаналізувати досвід провідних країн світу та НАТО щодо ЦВС.

Розуміння цивільно-військового співробітництва

Стратегічний контекст ХХІ століття містить велику кількість етнічних, релігійних, ідеологічних та функціональних викликів, що вимагає від країн, виснажених конфліктами, стихійними лихами чи катастрофами пошуку підходів раціонального їх вирішення. Але такого вирішення неможливо досягти виключно військовими засобами. Внеском НАТО у концепцію комплексного підходу (англ. *comprehensive approach*) вважають налагодження взаємодії з цивільним сектором через систему цивільно-військового співробітництва. Така взаємодія надає можливість військовим досягти бажаного кінцевого результату шляхом координації дій, синхронізації зусиль та уникнення або вчасного вирішення конфліктних ситуацій між цивільними та військовими, поєднуючи, таким чином, військові операції та процес досягнення мети шляхом політичного врегулювання.

Цивільно-військове співробітництво як одна з функцій військового компонента є невід'ємною частиною сучасних багатовимірних операцій (англ. *multidimensional operations*), охоплює усі співпрацюючі сторони, задіяні у вирішенні конфлікту, та сприяє взаємній підтримці цивільного та військового компонентів. **Головний задум** такої взаємодії – досягти мети, поставленої та очікуваної всіма сторонами, з урахуванням інтересів місцевого населення, усіх цивільних гравців (представників міжнародної спільноти, міжнародних та неурядових організацій), і, в тому числі, Альянсу. Запорукою успіху такого співробітництва буде розуміння особливостей процесу планування та діяльності кожної зі сторін.

На тактичному рівні військові виконують завдання ЦВС, сприяючи воєнним зусиллям безпосередньо у районі виконання завдань. Процес

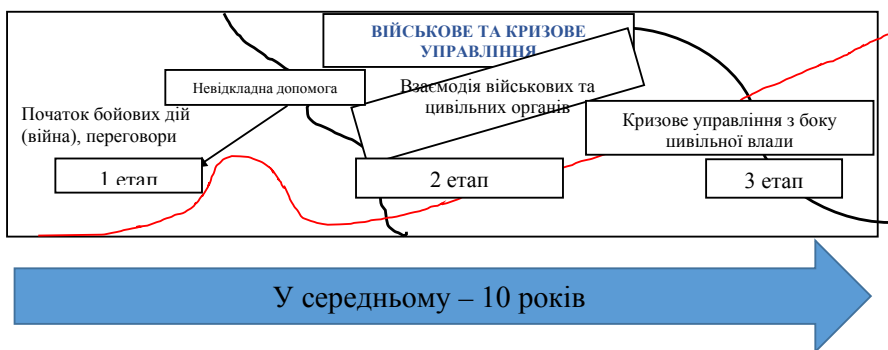
планування також вимагає внеску з боку ЦВС, так само як і з боку усіх складових військового компонента. Широкий спектр діяльності під час сучасної військової операції знаходиться під впливом ЦВС, оскільки значна увага військових зосереджена на цивільному секторі. Звісно, не вся діяльність військових стосується ЦВС, проте без нього втілення концепції комплексного підходу вважається неможливим.

ЦВС не розглядається як універсальний інструмент для досягнення перемоги, але він надає усім учасникам процесу відновлення миру низку переваг для можливості вирішення комплексних проблем.

Цивільно-військове співробітництво та управління кризами

Класичний варіант військового та кризового управління у стабілізації ситуації – це довгостроковий період, який триває до 10 років (рис.1), а іноді більше, і включає в себе три етапи.

Рисунок 1. Варіант кризового управління у стабілізаційній операції



Перший етап, запровадження миру, як правило, включає: розмежування сторін; стримування; демонстрацію сили; бойові дії; захист цивільного населення; надання невідкладної допомоги; підготовку до діяльності та створення органів ЦВС.

Другий етап, підтримка миру, складається з таких етапів: стабілізація ситуації та обстановки; стримування; бойові підрозділи як

фактор стримування та безпеки в зоні конфлікту; розбудова громадянського суспільства, створення цивільно-військових адміністрацій.

Третій етап, виведення військ, містить такі заходи: дієве громадянське суспільство; мінімальне стримування; наявність міжнародних спостерігачів; підзвітність місцевій владі.

Сфера інтересів та напрямки діяльності ЦВС у ході операції включають: налагодження комунікації з ключовими цивільними гравцями; налагодження та підтримку обміну інформацією; координацію діяльності військового компонента та координацію цивільно-військового співробітництва; укладення угод, проведення оцінки та відслідковування погоджених проведених робіт та інші види діяльності.

Налагодження комунікації (діалогу) – фундаментальний напрямок ЦВС, який найчастіше здійснюється через центри ЦВС, обладнані поза межами дислокації військових частин та підрозділів, доступ до яких відкрито для місцевого населення та представників цивільних організацій. Комунікація відбувається шляхом координаційних зустрічей, під час звернення громадян тощо.

Обмін інформацією – одна з функцій ЦВС для забезпечення командира достовірною, оновленою інформацією щодо діяльності цивільних гравців, організацій, які мають або можуть мати вплив на хід операції. Обмін інформацією відбувається також на рівні місцевих адміністрацій та органів управління, міжнародних організацій, урядових та НУО з метою створення сприятливих умов для планування та координації їх діяльності з діяльністю військового компонента. Обмін та поширення інформації відбувається через ЗМІ, радіо та телебачення з метою інформування місцевого населення та інших представників цивільного сектору щодо присутності та діяльності військових для запобігання протидії з їх боку.

Координація діяльності – ЦВС координує свою діяльність з усіма гравцями у зоні конфлікту та на всіх рівнях: місцевими адміністраціями, цивільними організаціями та населенням з метою об'єднання зусиль для оптимального та ефективного використання усіх можливих ресурсів.

Укладення угод пов'язане з діяльністю ЦВС через можливу участь в організації закупівель та прямому або опосередкованому наданні послуг, разом з бізнес-партнерами та іншими структурами. Укладення угод в рамках підтримки приймаючої країни (англ. *Host Nation Support*) разом зі спеціалістами з логістики має відбуватися у присутності або за погодженням з військовими юрисконсультами. Особовий склад підрозділу ЦВС може також укладати трудові угоди з місцевим населенням.

Підрозділом ЦВС проводиться постійна **оцінка** з метою відслідковування «настроїв» серед цивільного сектору загалом та місцевого населення зокрема щодо присутності військ, їх діяльності, з метою підтримання високого рівня обізнаності командира щодо ситуації навколо та для надання йому можливості приймати вчасні та ефективні рішення з убезпечення своїх підрозділів.

Інші види діяльності пов'язані з такими факторами:

- присутність **біженців та вимушених переселенців**, які завжди присутні у зоні конфлікту. Відповідно до Конвенції ООН від 1951 р. – це сфера відповідальності агенції ООН з питань біженців (англ. *UNHCR – United Nations High Commissioner for Refugees*). Але часто виконання завдань цією організацією відбувається за підтримки військових: ЦВС здійснює координацію та забезпечує транспортування, супроводження військовими конвоїв з біженцями, забезпечує підтримку тимчасових таборів для біженців та вимушених переселенців;

- надання **гуманітарної допомоги**: ЦВС виконує функції координації та забезпечення транспортування, супроводження військовими конвоїв, доставки до місць призначення гуманітарних вантажів та, іноді, розповсюдженням гуманітарної допомоги;

- **евакуацію цивільного населення**: незважаючи на те, що це насамперед завдання місцевих органів влади та міжнародної поліції, військові формування також виконують це завдання за умов надзвичайних обставин;

- **процесом роззброєння, демобілізації та реінтеграції** (англ. *DDR – disarmament, demobilization and reintegration*). Цей процес відіграє життєво

важливу роль у стабілізації зони конфлікту для ідентифікації колишніх учасників бойових дій та їх реінтеграції, повернення у суспільство та до мирного життя. Процес роззброєння, демобілізації та реінтеграції базується на співпраці та координації спільних дій цивільними та військовими: реінтеграція – це прерогатива цивільних, тоді як роззброєнням та демобілізацією опікуються, найчастіше, військові. Як правило, успішне завершення такого процесу забезпечує підґрунтя для проведення виборів;

- **проведенням виборів.** Підготовка та проведення виборів – це сфера відповідальності цивільних, але за підтримки військових у процесі їх підготовки. У Європі, зазвичай, цю функцію покладають на ОБСЄ, тоді як на світовому рівні – це прерогатива ООН. У процесі підготовки до виборів та їх проведення, за рішенням командира, представники ЦВС надають підтримку щодо налагодження та підтримання контактів з ОБСЄ, ООН та органами місцевої влади, визначення приміщень для проведення виборів, порядок транспортування та наявність транспорту для переміщення та доставки виборців, організації тренувань для забезпечення безпеки виборів, підтримки зв'язку та організації взаємодії зі штабом ОБСЄ, безпеки виборчих дільниць та виборців, забезпечення охорони транспортування виборчих бюлетенів до центральних виборчих дільниць для їх підрахунку.

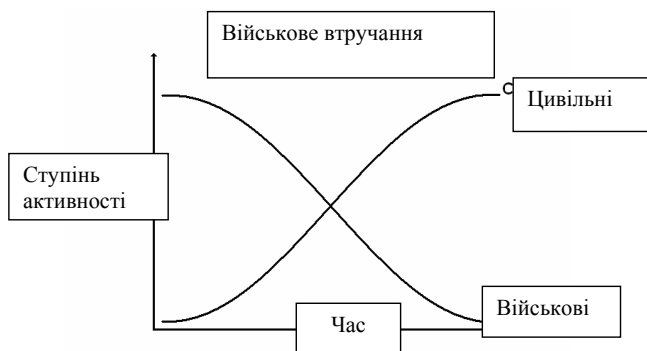
Взаємодія з міжнародними, урядовими та неурядовими організаціями

Важливість військового або цивільного компонента носить непостійний характер з перспективи актуальності на тому чи іншому етапі вирішення конфлікту. На початкових етапах надзвичайно важлива присутність та ефективна діяльність військових насамперед для забезпечення безпеки та створення належних умов для діяльності цивільних гравців.

На цьому етапі військові часто беруть на себе функції, притаманні за звичайних умов цивільним – місцеве управління, надання гуманітарної допомоги тощо. Проте така нетипова діяльність має зніматися з військових щонайшвидше, як тільки безпекова ситуація дозволить безпечно розгортання гуманітарних організацій та зробить можливим їх діяльність (рис. 2). За сучасних умов уникнути цивільно-військового діалогу та взаємодії практично

неможливо. Запорукою успіху такої взаємодії є взаєморозуміння учасників, розуміння задач та функцій один одного.

Рисунок 2. Етапи активізації діяльності військових та цивільних залежно від стадії безпекової ситуації



Діяльність цивільних організацій зосереджена насамперед на наданні гуманітарної допомоги¹ і підпорядковується гуманітарним принципам:

- гуманність (має на меті полегшити страждання людини будь-де та за будь-яких умов, особлива увага приділяється вразливим групам населення – дітям, жінкам та людям похилого віку);
- нейтралітет (гуманітарна допомога надається без втручання у протистояння та активні дії та за принципом непідтримання жодної зі сторін конфлікту з огляду на політичні, релігійні чи ідеологічні питання);
- неупередженість (гуманітарна допомога має надаватися без дискримінації за етнічними, гендерними, національними, політичними, расовими та релігійними ознаками).

Існує загальноприйнята класифікація цивільних організацій, а саме: міжнародні, урядові та НУО.

Міжнародна організація – це міжурядова, регіональна чи світова організація, яка керується міжнародним правом і створюються групою держав на основі міжнародних угод (ООН, ОБСЄ, ЄС, СОТ).

Неурядова організація – це приватна, неприбуткова організація, яка не належить жодному з урядів та може створюватися на місцевому,

¹ Гуманітарна допомога – це допомога, яка надається населенню в зоні лиха, та націлена насамперед на врятування життя та полегшення страждання цивільних.

регіональному чи міжнародному рівнях. Проте в порівнянні з міжнародними організаціями НУО вирішують менші за масштабом завдання, мають менший бюджет та можливості, але, водночас, є більш гнучкими у процесі прийняття рішень та можливості розгортання (мобільності). Найвідомішими є «Лікарі без кордонів», «Права людини», МКЧХ та багато інших.

Урядові організації фінансово залежать від спонсоруючих їх урядів, чії зусилля вони підтримують у зоні проведення операції. Їх діяльність вузькоспрямована – сфера управління, охорони здоров'я, економічного розвитку, відновлення інфраструктури, освіти (CIDA – Організація зі сприяння розвитку, Канада; GTZ – Організація з технічної співпраці, Німеччина).

Підтримка цивільних організацій охоплює широкий спектр діяльності підрозділу ЦВС. Іноді для цього задіюють багато військових ресурсів: особовий склад, матеріально-технічне забезпечення, обладнання, засоби зв'язку, експертну допомогу. Наприклад, супроводження гуманітарних конвоїв не є суто військовою задачею, проте може *покладатися на військових*, якщо органи місцевої влади не бажають або не в змозі забезпечити безпечне проходження гумконвою без використання військового супроводу; якщо гуманітарна ситуація у зоні відповідальності склалася так, що без цієї допомоги населення зазнає значних втрат; залучення військових не компрометуватиме діяльність організації та дотримання нею гуманітарних принципів.

Взаємодія з цивільними організаціями може відбуватися у зоні стихійних лих та надзвичайних ситуацій. В таких випадках військові здійснюють підтримку місцевої влади і їм ставляться чітко визначені завдання в межах наявних сил та засобів, а координація здійснюється через військові органи управління.

Досвід провідних країн світу у застосуванні підрозділів цивільно-військового співробітництва

Концепція ЦВС не нова для багатьох провідних армій світу. Розглядаючи різноманітні національні підходи до підготовки та принципів застосування підрозділів ЦВС, можна багато чому навчитися, зокрема на чужих помилках.

Безумовно аналіз та накопичення такого досвіду стане беззаперечним внеском у розвиток системи ЦВС у ЗС України та виведе їх на рівень взаємосумісності під час проведення багатонаціональних операцій, навчань.

Розмаїття національних підходів до ЦВС зумовлене різним досвідом тієї чи іншої країни за останні десятиліття, а також відображає різноплановість їх особистих, національних інтересів. Отже, попередній досвід участі країни в певному конфлікті та сукупність її національних інтересів впливають на вироблення поглядів на систему цивільно-військового співробітництва та особливості її функціонування. Тобто йдеться про раціонально-культурну сукупність змінних у формуванні концепції ЦВС, де раціональне формується на основі чітко визначених національних інтересів, а культурна складова формується набуттям нового досвіду, вивченням нової культури тощо.

США та Канада

Еквівалентом ЦВС у доктринах США та Канади є цивільно-військові операції (далі – ЦВО). Суміжні поняття – взаємодія з цивільними, цивільно-військові операції – мають такі визначення у ЗС США:

Взаємодія з цивільними – увесь особовий склад, який перебуває на дійсній службі або в резерві, отримує повною мірою необхідну підготовку для здійснення взаємодії з цивільними та підтримки ЦВО. Така діяльність: (1) посилює взаємини між військовими та представниками місцевої влади у зоні відповідальності військ (сил); (2) надає можливість залучення цивільних експертів для підвищення ефективності ЦВО.

ЦВО – діяльність командира з метою налагодження, підтримання відносин, здійснення впливу чи прагматичного використання відносин між військовими, урядовими та неурядовими цивільними організаціями, представниками влади, цивільним населенням на території проведення операції з позитивним, нейтральним або ворожим ставленням до військової присутності. Це здійснюється для полегшення військових операцій, консолідації зусиль та досягнення оперативних цілей США. ЦВО може здійснюватися визначеними цивільними гравцями, іншими військовими або поєднанням цих компонентів.

Проте існує концептуальна відмінність між доктриною США у галузі цивільно-військової взаємодії та доктриною ЦВС НАТО. НАТО вбачає у ЦВС насамперед можливість покращення координації з цивільним компонентом, а також доктрина НАТО не зосереджена суто на проведенні проєктів, хоча можливість здійснення гуманітарних проєктів на підтримку своїх сил не виключається. Підхід США зосереджується насамперед на здійсненні впливу на цивільне оточення з метою підтримки своїх сил. Під час ЦВО військові можуть виконувати функції цивільних органів влади. Тобто принцип США передбачає певне пристосування цивільних до потреб військових.

Королівство Данія

У ЗС Королівства Данія ЦВС відбувається за стандартами НАТО. Найширше вони застосовували ЦВС під час операцій по боротьбі з повстанцями (англ. *COIN, counterinsurgency*) в Афганістані.

Операції по боротьбі з повстанцями відрізняються від традиційних бойових дій тим, що ані повстанці, ані ті, хто їм протистоїть, не мають на меті відвоювати територію, проте намагаються відвоювати згоду та довіру місцевого населення, яке проживає на цій території. Це схоже на політику – два кандидати, що протистоять, всіма засобами намагаються переконати цивільних «стати на їхній бік».

Ще однією особливістю боротьби з повстанцями є те, що це протистояння відбувається в цивільному середовищі, а точніше, серед місцевого населення. Це ускладнює проведення військової операції, адже місцеве населення, «серця» якого намагаються завоювати (англ. *WHAM – Winning Hearts and Minds*), може легко надати притулок чи прихисток повстанцям. Важко розділити – хто повстанець, а хто місцевий житель, але саме це і треба зробити під час проведення операції по боротьбі з повстанцями.

Ще однією поганою новиною є те, що у такій операції час працює проти борців з повстанцями. Вважається, що перемогти у такій операції можна лише презентуючи себе як позитивну альтернативу повстанцям.

Тому в ній не слід вдаватися виключно до військових засобів, а це надає широке коло можливостей для використання ЦВС.

Тісна взаємодія з представниками міжнародних, неурядових організацій надає місцевому населенню те, за чим воно, зазвичай, звертається до свого уряду та представників СБО: можливість економічного розвитку та безпечне середовище, що є доброю альтернативою неспокою, який сіють повстанці.

Саме в такому середовищі доводилося працювати датським підрозділам ЦВС. Залежно від присутності представників цивільних організацій підрозділи ЦВС часто були єдиним інструментом командира у плануванні та проведенні некінетичних операцій (операцій без використання летальної зброї та прямих боєзіткнень). Це був чи не єдиний підрозділ, особовий склад якого пройшов спеціальну підготовку та мав необхідні сили та засоби для адекватної відповіді на запити цивільного населення у зоні відповідальності.

Королівство Норвегія

У виданні Білої книги Норвегії за 2000 – 2001 рр. були представлені такі основоположні елементи концепції оборони: 1) сучасна та гнучка система оборони, 2) співробітництво у галузі оборони між союзниками та на міжнародному рівні, 3) строкова служба, 4) цивільно-військова співпраця.

Проте останній елемент (цивільно-військова співпраця) не слід ототожнювати з ЦВС за стандартами НАТО, оскільки під такою співпрацею розуміють необхідність залучення цивільних і військових ресурсів для підтримання належного забезпечення інтересів та рівня безпеки країни.

Норвегія має досвід розгортання підрозділів ЦВС у операціях за стандартами НАТО з 2002 р., отож операції в Боснії, Косово, Іраку, Афганістані відбувалися за участю норвезьких підрозділів ЦВС. Окрім підтримки цивільних зусиль, направлених на допомогу місцевому населенню, відбудову інфраструктури та цивільних інституцій, Норвегія розглядала використання ЦВС у Іраку та Афганістані як важливий засіб боротьби з терором.

ЗС Норвегії забезпечують дотримання стратегії держави з виконання міжнародних зобов'язань шляхом участі у МО ПМБ, балансуючи між

політичними цілями, військовими засобами та виділеним бюджетом. ЦВС, як військовий інструмент, розглядається економічно вигідним. Як згодом було відображено у Білій книзі 2002 – 2003 рр., міжнародні військові зобов'язання, зокрема участь підрозділів ЦВС у МО ПМБ, сприяли підвищенню компетентності та покращенню якості ЗС загалом.

Налагодження системи цивільно-військового співробітництва у Збройних Силах України

Фахівцями з розробки доктринальних документів Об'єднаного командування ЗС НАТО Брюссум було запропоновано бачення системи ЦВС (для національних потреб) у ЗС України, оптимізоване для сучасних викликів та загроз. Ці пропозиції спиралися на такі фактори:

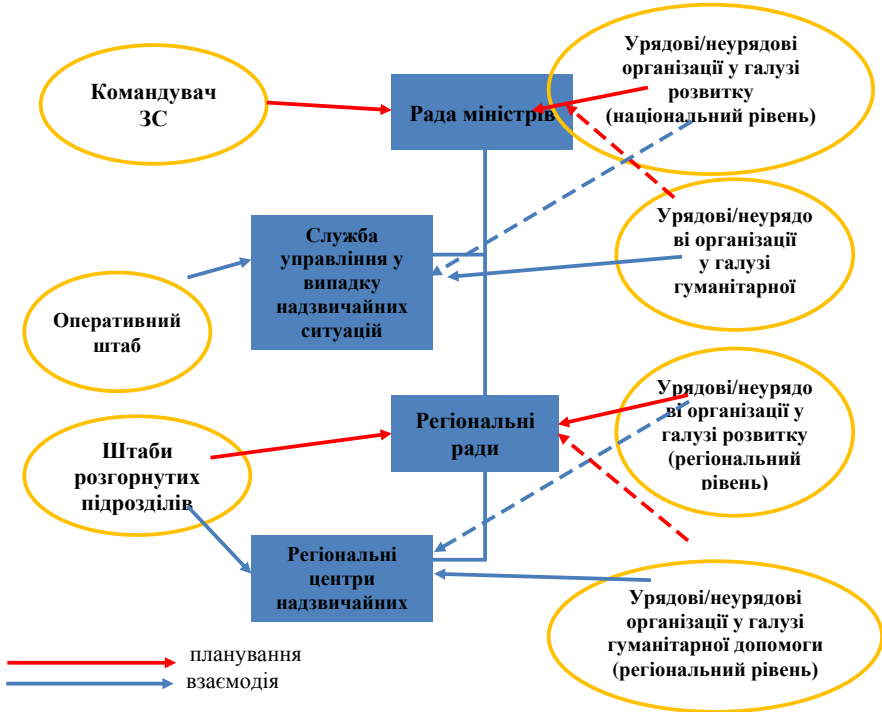
- ЦВС у ЗС України носить «внутрішній», національний характер (на відміну від ЦВС у МО ПМБ);

- проте такому ЦВС будуть притаманні ті ж функції, що і ЦВС за стандартами НАТО: в зоні першочергової уваги буде місцеве населення та органи місцевої влади, незалежно від їх ставлення до представників ЗС України. У свою чергу, військові мають враховувати специфіку регіону – делікатні теми для обговорення, релігійні чи культурні фактори, під час контактів із цивільним населенням та представниками місцевої влади;

- на державну владу покладаються обов'язки з організації, координації та проведення програм, направлених на надання гуманітарної допомоги, як це покладається на приймаючу країну у зоні проведення МО ПМБ. Застосовується принцип: що чим більше розвинені та налагоджені державні структури, тим більш керівну роль вони відіграватимуть у цьому процесі;

- координація діяльності з міжнародними та неурядовими організаціями залишається такою ж, як в МО ПМБ та має на меті мінімізацію або уникнення конфліктних ситуацій. Цей підхід включає найвищі рівні – державний та міжвідомчий (міжміністерський), проте існує і третій – місцевий (муніципальний). Його структура буде схожа на дві попередні та очолюватиметься мером або місцевим головою.

Рисунок 3. Структура цивільно-військового управління на випадок кризових ситуацій



Органи прийняття рішень на рівні міністерств або регіональних рад, зазвичай, зосереджуються на довгостроковому плануванні, тоді як на тактичному рівні оперативні центри задіяні у проведення короткострокового планування. Урядові оперативні центри відповідають за координацію усіх урядових та цивільних гравців, тоді як на тактичному рівні оперативні центри зосереджені на військових операціях. Тісна співпраця між такими оперативними центрами (яка може забезпечуватися через офіцерів зв'язку або, як мінімум, групу ЦВС, що складається з офіцера зв'язку та офіцера оперативної групи) необхідна для забезпечення комплексного підходу під час одночасного проведення воєнних та цивільних дій.

На всіх рівнях мають бути представлені підрозділи ЦВС та інформаційних операцій, які висвітлюватимуть для населення порядок, структуру та підходи, які використовуються у боротьбі з кризовими

ситуаціями. *(Довідково: у системі стратегічних комунікацій НАТО, ЦВС та психологічні операції є складовою інформаційних операцій).*

Оскільки проведення програм з надання гуманітарної допомоги, реконструкції та розвитку можливе лише після досягнення певного ступеня стабільності та безпеки в регіоні, тоді планування такої діяльності слід здійснювати заздалегідь, перед початком військової операції. Так мінімізується виникнення небажаних інтервалів у період між закінченням воєнної фази та початком стабілізаційного процесу. Важливо, щоб такі програми носили комплексний характер, а відповідні міністерства зробили внесок у планування, особливу увагу приділяючи системі управління, безпеки і законності.

Висновки

Внесок та задіяність представників міжнародних та неурядових організацій мають бути максимально включені у загальний міжвідомчий план у структурі управління кризовими ситуаціями.

Усім акторам слід зосередитися на розумінні важливості один одного у стабілізаційному процесі. Жоден з них не є винятковим і важливішим за інші, проте разом вони доповнюють зусилля один одного, роблячи їх ефективнішими та такими, що прискорюють подолання кризової ситуації. І навпаки, створення середовища «конкуренції», відмова від співпраці призводять до дублювання зусиль, збільшення витрат, залишають осторонь безліч невирішених проблем. Оптимізація співпраці, не конкурування, а обґрунтоване, обдумане співробітництво є запорукою прискорення досягнення поставленої мети з подолання кризи.

Список використаних джерел

1. NATO Public Affairs Doctrine Hierarchy: MC 0457/2, NATO Military Policy on Public Affairs; dated 8 February 2011; ACO Directive 095-001, Allied Command Operations Public Affairs; dated 4 June 2013; ACT Directive 95-10, Public Affairs Policy; dated 3 September 2008.
2. Public Affairs Handbook. – ACO/ACT, 2014. – 389 p.
3. Цивільно-військове співробітництво за стандартами НАТО : [навчальний посібник]. – К. : НУОУ ім. Івана Черняховського, 2015. – 87 с.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЗДІЙСНЕННЯ ЦИВІЛЬНО-ВІЙСЬКОВОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

Рекомендації державним органам

Ефективність співпраці залежить від швидкості прийняття рішень на кожному рівні. Оскільки налагодження ЦВС в Україні відбувається у національному масштабі, то питання координації зусиль та пов'язану з цим діяльність між усіма міністерствами, відомствами на державному та регіональному рівнях слід максимально спростити. Тому необхідно скоротити агенції чи відомства, які дублюють діяльність одне одного. Це сприятиме оптимізації процесу прийняття рішень, що особливо важливо у випадку кризової ситуації.

До початку військової операції слід розробити необхідну структуру та спланувати всі засоби, які можуть знадобитися для мінімізації кількості жертв та постраждалих з боку цивільного населення.

Рекомендації інститутам громадянського суспільства

Безпека кожної людини, кожного громадянина має бути взята за основу у функціонуванні будь-якого громадянського суспільства. Саме тому суспільство є однією з найбільш зацікавлених сторін у відновленні миру та безпеки. Цивільно-військове співробітництво за кризових умов набуває стратегічної важливості. Цивільно-військова взаємодія та співробітництво мають розглядатися як інструментарій для спільної праці у відбудові миру та відновленні безпеки. Запорукою ефективності такої співпраці є спільна підготовка (навчання на спеціалізованих курсах із залученням як військових, так і цивільних слухачів), спільне планування, участь у спільних проектах, взаємодопомога, спільний аналіз результатів такої співпраці та робота над слабкими сторонами, узагальнення інформації та урахування недоліків на майбутнє.

ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ ДИСОНАНС ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТЬ *БІЖЕНЕЦЬ* ТА *ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНА ОСОБА* В УКРАЇНІ ТА НІМЕЧЧИНІ

Андріанна Мільо

Вступ

«Як багато, наприклад, різних мов є на світі, і жадна з них не без значення! І коли я не знатиму значення слів, то я буду чужинцем промовцеві, і промовець чужинцем мені» (Перше послання святого апостола Павла до коринфян, 1:14:10, 1:14:11). Глибина значення окремого слова є унікальною, вона відображає національний менталітет, визначає стиль мислення цілої епохи. Лексема *біженець* має давню лінгвокультурну історію. Першими біженцями на Землі можна вважати Адама і Єву, які попри свою волю вимушені були покинути рай. Ще одна біблійна згадка про вимушену втечу і поневірвання стосується виходу ізраїльтян з Єгипту під проводом Мойсея (Вихід, 11:2-3). Історію про вимушену втечу Йосипа і Марії з Віфлєсму знаходимо у Біблії в українському перекладі І. Огієнка. «... *Ангол Господній з'явивсь у сні Йосипові та й сказав: Уставай, візьми Дитятко та матір Його, і втікай до Єгипту, і там зоставайся, аж поки скажу тобі, бо Дитятка шукатиме Ірод, щоб Його погубити. І він устав, узяв Дитятко та матір Його вночі, та й пішов до Єгипту»* (Євангеліє від Матфея, 2:13, 2:14).

Міграційним процесам в умовах сьогодення відведено значну роль. Історичний розвиток суспільства призвів до зміни причини біженства. Зокрема, в Україні поняття «внутрішньо переміщені особи» набуло особливої актуальності. Епіцентром шукачів притулку у Європі за останні декілька років стала Німеччина. **Мета** розділу – проаналізувати опис міграційних процесів в українсько- та німецькомовному просторі на предмет уживаних та визначених дефініцій, щоб прослідкувати еволюцію семантики міграційних термінів в Україні та Німеччині, а також запропонувати рекомендації щодо визначень

понять *БІЖЕНЕЦЬ* та *ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНА ОСОБА* в українському законодавстві. Висвітлення поняття *БІЖЕНЕЦЬ* крізь призму спеціальних лінгвістичних досліджень дозволить внести пропозиції у ґрунтовне тлумачення та визначення понять у галузі законодавства.

Лінгвістичне оформлення термінології набуває актуальності у дослідженнях міграційних процесів. Цікаво, що лобістами щодо формування одноманітної семантики міграційного поля на Заході переважно виступають політики і громадські діячі [26], а в Україні – науковці різних галузей знань, зокрема соціології та юриспруденції, які зробили значний внесок у розробку норм міжнародного права щодо статусу біженців, а саме: М. Буроменський, С. Бритченко, О. Гончаренко, Д. Іванова, Т. Квашилава, О. Малиновська, В. Новік. Напрямки міграції та категорії мігрантів досліджували О. Брайчевська, С. Єфимова, О. Комарова, Н. Марченко, А. Піскун, Ю. Римащенко, А. Ручко, В. Стешенко, А. Шлепаков; проблеми окремих груп мігрантів (депортованих, біженців, шукачів притулку) досліджено у роботах А. Габриєляна, В. Євтуха, А. Каблова, О. Малиновської, Ю. Олефіра, С. Пирожкова; форми і методи соціальної роботи з біженцями та вимушеними переселенцями розглянуто у дисертаційних роботах С. Астраханцевої, Н. Прокушевої; аналіз правових документів, що регулюють міграційні процеси в Україні, здійснено у працях С. Бритченка, Я. Кондратьєва, В. Новика, Т. Петрова, І. Прібиткової, В. Суботенко, О. Шамшура.

Лінгвістичні праці, де осмислюється поняття *БІЖЕНЕЦЬ*, малочисельні, хоча цей напрям досліджень набуває особливої актуальності в умовах глобалізації та сучасних реалій гібридної війни. Серед лінгвістичних досліджень щодо концепту *БІЖЕНЕЦЬ* у німецьких медіатекстах та особливостей висвітлення проблеми біженців у німецьких ЗМІ слід згадати наукові праці Ю. Мальцевої. У Німеччині сутність поняття *БІЖЕНЕЦЬ* (нім. *Flüchtling*) висвітлювали Ф. Епперт, К. Беке та Д. Шульце. П. Бюман (Швеція) у магістерській роботі досліджує вживання поняття *БІЖЕНЕЦЬ* у внутрішньополітичному дискурсі Німеччини у 1989 р.

Цікаво, що першопрохідцем у лінгвістичному оформленні поняття *БІЖЕНЕЦЬ* задовго до появи Женевської Конвенції, була А. Арендт, німецький філософ єврейського походження, яка сама пережила переслідування нацистського Рейху. У праці «Ми біженці» (1943 р.) вона описала цю категорію осіб, як тих «у кого є обґрунтований страх через переслідування» [16]. Сучасний світ стурбований питанням, наскільки відповідають критеріям біженців гуманітарні мігранти, які рвуться на Європейський континент. Одні вважають, що масові людські потоки складаються із тих, хто шукає кращого життя, інші говорять про них як про тих, хто шукає в Європі притулку і безпеки. Лінгвістична невідповідність призводить до диференціації міграційних стратегій країн ЄС, що дозволяє по-різному встановлювати обсяг прав і обов'язків людей, які мають устремління в Європі. В такі моменти чистота термінів, що використовуються, стає дуже важливою, адже гра словами *біженець* чи *внутрішньо переміщена особа* здатна створити хибне уявлення у громадськості. Недостатність та недосконалість термінів часто компенсується культурним впливом, і в такому випадку лінгвістичний опис явищ навантажується усталеними культурними образами: «Чорні німці» (нім. *Schwarze Deutsche*) [30, с. 13], «чорні», «чорнота», «звері», «сепари» тощо (Україна).

Лексема *біженці* набула статусу «слово 2015 року» у Німеччині (<http://www.gn-online.de/aus-aller-welt/fluechtlinge-ist-wort-des-jahres-2015-134258>), Польщі (<http://www.polradio.pl/38/Artykul/235216>) та Росії (<https://journals.urfu.ru/index.php/QR/article/view/195>). В Угорщині серед кількох актуальних слів 2015 р. стали *мігрант*, *паркан*, *біженець*, *міграція* та ін. (<http://civilhetes.net/ezek-lettek-2015-szavai>). У Великобританії, згідно з результатами щорічного дитячого конкурсу, що проводиться Видавництвом Оксфордського університету (Oxford University Press) та за підтримки Радіо ВВС, дитячим словом 2016 р. було слово *біженець*, у цьому ж році воно стало актуальним і у Франції (<http://blog.oxforddictionaries.com/2016/05/childrens-word-of-the-year-2016-refugee>). «Слова року – своєрідна брендова ідентичність року, яка системно виражена в яскравих і пізнаваних номінативних одиницях», а

слово *біженці* відповідає параметрам актуального слова і відображає світову дійсність» (<https://journals.urfu.ru/index.php/QR/article/view/195>). На думку «Товариства німецької мови» (die Gesellschaft für deutsche Sprache), це слово визначило політичне, економічне і суспільне життя 2015 р. (<http://gfd.de/wort-des-jahres-2015>).

Реченням року став вислів канцлера Німеччини Ангели Меркель під час прес-конференції 31 серпня 2015 р. щодо міграційної кризи у Європі «*Wir haben so vieles geschafft – wir schaffen das!*» (*Ми багато чого зробили – ми осилимо і це*). Цей вираз став слоганом, так званим саунд-байтом «нової культури доброзичливості» (нім. *Neuen Willkommenskultur*) німців. Стратегію Німеччини щодо потоку біженців сформулювала А. Меркель у новорічному зверненні 2016 р. до громадян ФРН: «*Wir schaffen das, denn Deutschland ist ein starkes Land*» (*Ми осилимо це, оскільки Німеччина є сильною країною*) (https://de.wikipedia.org/wiki/Wir_schaffen_das).

Національно-культурна історія лексем *біженець/Flüchtling*.

Етимологічна реконструкція

Сучасний стан проблеми біженства і відповідно використання поняття *БІЖЕНЕЦЬ* зумовлені комунікативною історією націй.

Етимологічну реконструкцію лексем *біженець/Flüchtling* здійснено на основі аналізу етимологічних та історичних словників, зокрема, україномовні: «Етимологічний словник української мови» (1982 р., 1962 – 1982 рр.), «Малорусько-німецький словар» (Є. Желехівський, 1886 р.), «Словник української мови» (П. Білецький-Носенко, 1966 р.), «Етимологічно-семантичний словник української мови» (1979 р.), «Словник староукраїнської мови XIV-XV ст.» (1977 – 1978 рр.), «Словник староукраїнської мови XVI – першої половини XVII ст.» тощо; німецькомовні: «Grammatisch-kritisches Wörterbuch der Hochdeutschen Mundart» (J. Chr. Adelung, 1793 – 1801), «Deutsches Wörterbuch von Jacob und Wilhelm Grimm» (1854 – 1961), «Allgemeines Teutsches juristisches Lexicon» (T. Hayme, 1738), «Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache» (F. Kluge, 1899, 1915, 1948, 1995, 2002),

«Deutsches Etymologisches Wörterbuch» (G. Köbler, 1995), «Etymologisches Wörterbuch des Deutschen» (W. Pfeifer, 1989) та інші.

В українській мові лексема *біженець* є похідним іменником від дієслова *бігти*. Похідними утвореннями від лексеми *бігти* є такі: *біглець*, *біженство*, *збіг*, *збіглець*, *перебіжчик*, *побігайка*, *побігач*, *убігач*. Етимологічними відповідниками до лексеми *бігти* зі слов'янських мов є *бегать*, *бежать* (рос.), *бегчы*, *бегаць* (бр.), *бѣгати*, *бѣжати*, *бѣчи* (др.), *biegać*, *biec* (п.), *běhati*, *běžeti* (ч.), *behat'*, *bežat'* (слц.), *běhać*, *běžec* (вл.), *běhaš*, *běžas* (нл.), *bezət* (полаб.), *бягам* (болг.), *бега* (м.), *бежати*, *бѣгати* (схв.), *bégati*, *bežáti* (слн.). Лексема *бігти* походить із праслов'янської мови, має спільний корінь та подібне семантичне значення у багатьох слов'янських та в окремих індоєвропейських мовах. Актуальним значенням для всіх давніх мов було 'бігти, втікати', 'рятуватися втечею', 'утікати зі страху, переляку' [7 (1, с. 191, 192)].

Блок 1. Історія формування значень (сем) лексеми *біженець* в українській мові

XV ст. – поч. XVII ст. – 'утікач', 'волоцюга', 'розбійник', 'перебіжчик (на бік ворога)', 'той, що втік від пана', 'полонений', 'бігли гірські монахи', 'монахи-жебраки(які просять гроші)', 'нічні злодії', 'грішники', 'блудники', 'гонець/посланець', 'віровідступник', 'збіглець'.

XIX ст. – 'втікач', 'збіг', 'прибулець', 'без роду і племені', 'той, що невідомо звідки взявся', 'збігалий', 'втіклий', 'збіглий', 'забіглий', 'бродяга', 'мандрівний', 'побігач', 'той, що поневіряється', 'жебракує', 'бігає від свого начальства', 'праздношатаючийся', 'той, що у бігах', 'бігкий', 'біглець', 'біглий', 'бігляк', 'той, що рятується втечею', 'дезертирує', 'перебіжчик', 'благодискусшение', 'козацтво', 'той, що біжить', 'ухиляється', 'втікає', 'мандрує', 'дає драла, тягу, дмухала'.

XX ст. – 'біженець', збігалий 'втікач'.

Етимологія німецької лексеми *Flüchtling* пов'язана зі субстантивованим словом *Flucht* ('бігство', 'втеча'), яке утворилося від сильного дієслова *fliehen* ('бігти', 'тікати'). Лексема *Flüchtling* з'явилася в німецькій мові у XVII ст. і є субстантивованим похідним словом від *Flucht* 'бігство, втеча', яке утворилося у VIII – IX ст. шляхом додавання непродуктивного суфіксу *-ling*. Лексема *Flucht* 'втеча' походить від давніх форм німецької мови: *vluht* (свн), *fluht* (двн, днн) і є похідним іменником від дієслова *fliehen* 'бігти, тікати', яке виникає у цей самий період і походить від *flïohan* (двн), *vliehen*, *vlien* (свн), *flïohan* (днн). Виникнення лексеми *flüchten* 'тікати' пов'язується із початком IX ст. і також походить від *fluhten* (двн), *vlühten* (свн). Отже, лексема *Flüchtling* походить із західногерманської групи мов. Її початкове значення має переважно негативну конотацію і пов'язується із боргами, втечею рабів, зрадою під час військової служби, віровідступництвом, легковажністю і зафіксоване у етимологічних словниках німецької мови як 'боржник-утікач', 'утікач(раб), дезертир, віровідступник', 'бродяга, легковажна людина, весельчак'. Пізніше значення лексеми *Flüchtling* розгалужується ('той, хто втік із своєї певної місцевості') і розширюється за категорією причини біженства ('той, хто перебуває у втечі чи втік з певних причин').

Початкове значення лексем *Flüchtling/біженець* мало переважно негативну конотацію і пов'язується із боргами, втечею рабів, зрадою під час військової служби, віровідступництвом, легковажністю, поневірянням, жебракуванням тощо. Незважаючи на більшу сформованість німецькомовної парадигми лексеми *Flüchtling*, лінгвокультурна історія становлення слова *біженець* в українській мові є унікальною і національно специфічною. Внаслідок глобалізації змінюється причина біженства.

Трансформація поняття *БІЖЕНЕЦЬ* в українській та німецькій лінгвокультурах

«Біженець» – міжнародно-правовий термін універсального характеру, визначений Конвенцією ООН про статус біженців і є чітко детермінованою категорією у міжнародному праві [9].

Блок 2. Визначення лексеми *біженець* українськими лексикографічними джерелами

Біженець *див.* біженці, БІЖЕНЦІ, -ів, *мн.* (одн. біженець, -нця, *ч.*; біженка, -и, *ж.*) 1. Люди, що залишають місце свого проживання під час війни або стихійного лиха. 2. Люди, які внаслідок обругтованих побоювань стати жертвою переслідувань за ознаками расової, національної належності тощо залишають місце свого проживання [4, с. 80].

Біженці, ів, *мн.* (одн. біженець, нця, *чол.*; біженка, и, *жін.*) Люди, що залишають місце свого проживання під час війни або стихійного лиха [12 (1, с. 179)].

Біженці та переміщені особи – категорії осіб, які після подій *Другої світової війни* були спеціально саме так визначені документами *Організації Об'єднаних Націй*. «Біженець» – це особа, яка покинула країну, громадянином якої вона є, чи попереднє звичне місце свого проживання, або особа, яка перебуває поза межами своєї країни чи звичного місця свого проживання і яка, незалежно від того, зберегла вона своє громадянство чи ні, стала жертвою нацистського чи ін. режимів, що брали участь у II світ. війні на боці гітлерівців, чи жертвою режимів, які допомагали Німеччині та її сателітам. Проблема біженців існувала і до II світ. війни, однак статус біженця не був юридично оформленим. Біженцями вважалися і вважаються нині також особи, які опинилися поза межами країни походження чи постійного місця проживання з причин расового, реліг. або етнічного характеру чи внаслідок політ. переконань. «**Переміщені особи**» – це ті, хто заходами нацистського режиму були вислані з країн свого громадянства або попереднього місця проживання з расових, реліг. чи політ. мотивів або вивезені з метою використання їх як дешевшої робочої сили. Окрім дорослих, певну ч. осіб, які опинилися поза межами своїх країн, склали діти-сироти, які також формально вважалися біженцями. Особи з тер. України склали значну ч. контингенту переміщених осіб – понад 200 тис. осіб. Справами Б. та п. о. спочатку відала ств. 1943 *Адміністрація допомоги і відбудови Об'єднаних Націй*, 1948 її замінила *Міжнародна організація у справах біженців*. Від 1951 й понині функціонує Управління Верховного комісара ООН у справах біженців. Розв'язання проблем біженців регулюється нині принципами й нормами гуманітарного права, спрямованими, з одного боку, на обмеження засобів і методів ведення війни, а з ін. – на захист прав людини в умовах збройних конфліктів, а також нормами, що передбачають кримінальну відповідальність за порушення законів і звичаїв ведення війни [6 (1, с. 271)].

У «Словнику німецької мови» («Duden») лексема *Flüchtling* зафіксована у значенні `особа, яка через політичні, релігійні, економічні чи етнічні причини поспішно покинула або змушена була покинути свою батьківщину, і при цьому залишила своє місце проживання` – (переклад – наш) [19].

Проведений компонентний аналіз лексем *біженець/Flüchtling* на основі дефініцій із лексикографічних джерел (загалом – 17) дав змогу виявити 55 значеннєвих компонентів цієї лексеми, порівняльний аналіз яких наводимо.

Було визначено такі причини зміни значеннєвого складу концепту *БІЖЕНЕЦЬ / FLÜCHTLING*: а) люди, відчуваючи побоювання, залишають місце свого проживання під час війни; б) мобілізація сил людей під час кризових суспільно-політичних ситуацій та стихійних лих; в) переслідування за ознаками: політичних переконань, расової належності, релігії тощо. Сутність таких побоювань полягає в тому, що страх мобілізує сили людини для активної діяльності, допомагає запобігти помилок і зменшує ризик стати жертвою обставин, захищає, оскільки є надзвичайно сильною мотивацією для пошуку безпечного місця для існування, дозволяє людині моделювати свою майбутню поведінку. Наслідком страху є втеча та порятунок.

Було визначено спільні і відмінні значеннєві компоненти концепту *БІЖЕНЕЦЬ* для української і німецької мов.

Спільні значеннєві компоненти для української та німецької мов: `людина, особа, категорія людей`, `особа, що залишає/покидає (місце свого проживання)`, `особа, що тікає/змушена тікати`, `особа, що покидає/залишає/втікає (місце свого проживання)`, `особа, що покидає/залишає/втікає (місце свого проживання під час/внаслідок певних подій`, `внаслідок обґрунтованих побоювань стати жертвою переслідувань за ознаками(через причини)`, `внаслідок обґрунтованих побоювань стати жертвою переслідувань за ознаками расової належності`, `побоювання через релігію, віросповідання`, `побоювання через національну належність`, `побоювання через належність до певної соціальної групи`, `побоювання через політичні переконання`, `побоювання через причини етнічного характеру`, `утікач/вигнанець (полит.)`.

Значеннєві компоненти в українській мові: `людина, особа, категорія людей`, `внаслідок обґрунтованих побоювань стати жертвою переслідувань за ознаками расової належності`, `особа, що залишає/покидає (місце свого проживання)`, `особа, що покидає/залишає/втікає (місце свого проживання)`, `перебуває поза межами своєї країни/місця свого проживання`, `особа, що покидає/залишає/втікає (місце свого проживання під час/внаслідок певних подій)`, `під час стихійного лиха`, `побоювання через релігію, віросповідання`, `побоювання через політичні переконання`, `не може/не бажає користуватися захистом своєї країни`, `побоювання через національну належність`, `побоювання через громадянство/підданство`, `побоювання через належність до певної соціальної групи`, `не може повернутися/не бажає повернутися`, `тікає/ змушена тікати`, `покидає країну, громадянином якої вона є`, `побоювання через причини етнічного характеру`, `унаслідок зовнішньої агресії`, `унаслідок окупації`, `унаслідок іноземного панування`, `унаслідок масових порушень прав людини`, `особа, яка після подій Другої світової війни була спеціально визначена як біженець документами ООН`, `незалежно від того, зберегла особа своє громадянство, стала жертвою нацистського чи інших режимів, які допомагали Німеччині та її сателітам`, `до Другої світової війни, особа без юридично оформленого статусу`, `людина, яка має міжнародний статус`, `особа, яка не має визначеного громадянства, `утікач/вигнанець`.

Значеннєві компоненти у німецькій мові: `людина, особа, категорія людей`, `особа, що залишає/покидає (місце свого проживання)`, `внаслідок обґрунтованих побоювань стати жертвою переслідувань за ознаками расової належності`, `через політичні переконання`, `особа, що покидає/залишає свою батьківщину`, `особа, що тікає/змушена тікати`, `побоювання через релігію, віросповідання`, `особа, що покидає/залишає/втікає (місце свого проживання)`, `особа, що покидає/залишає/втікає(місце свого проживання під час/внаслідок певних подій)`, `побоювання через причини етнічного характеру`, `побоювання через економічні причини`, `за сутністю ворог`, `гість(прибулець, приїжджий)`, `той, хто потребує захист`, `біжить`, `особа, що залишає/покидає країну свого походження`, `особа, що залишає/покидає все своє володіння чи його частину`, `внаслідок обґрунтованих побоювань стати жертвою

переслідувань за ознаками расової належності`, `побоювання через національну належність`, `побоювання через належність до певної соціальної групи`, `побоювання через особисті переслідування`, `побоювання через культурні причини`, `через фізичну загрозу/загрозу життю`, `щоб жити в іншій країні`, `здебільшого не з власної волі`, `через конфлікти`, `через скрутне становище`, `той, хто все втратив`, `солдат-відступник (негат.)`, `мародер`, той, хто приносить страждання, нещастя, зло`, антропоморфізований з літаючої тварини`, `той, що зрікається найкращих особистих інтересів, економічних і соціальних благ`, `характеристика особистості Фауста (вічно блукаючий єврей)`, `соціальний ренегат, відступник`, `утікач/вигнанець (позит.)`, `дезертир, який ухиляється від армії`, `мігрант`.

Отже, можна констатувати суттєві відмінності у тлумаченні актуального для сучасного глобального дискурсу поняття *БІЖЕНЕЦЬ*. Домінуючими в УЛК є семи, пов'язані передусім із визначенням міжнародного, правового та соціального статусу людей, які залишають місце свого проживання через побоювання з різних причин. Специфічною є сема `жертви нацистських чи інших режимів, що брали участь у Другій світовій війні на боці гітлерівців, чи які допомагали Німеччині та її сателітам`, яка відображає історію українського народу. Унікальними для НЛК є семи із негативною конотацією: `людина із нестійким, легковажним характером; безтурботна людина`, `солдат-відступник`, `мародер`, `той, що завдає страждань (нещастя, зло)`, `той, що зрікається особистих інтересів, економічних та соціальних благ`, `соціальний ренегат`, `дезертир, який ухиляється від армії`; а також, представлені у вигляді метафор, філософські характеристики людини: `антропоморфізований із літаючої тварини`, `характеристика Фауста (в контексті «вічно блукаючого єврея»)`.

Відмінності у тлумаченні поняття *БІЖЕНЕЦЬ* в українській і німецькій мовах пов'язані з розбіжностями у менталітеті народів. Характерною ознакою національної вдачі як українців, так і німців є індивідуалізм. Домінуюча для українців ідея свободи і незалежності, непримиримості до утисків, викликає зневіру та супротив, і, як наслідок, призводить до біженства. Українському народу притаманне емоційне,

чуттєве начало, спрямоване на внутрішній світ, а також релігійність. В свою чергу, німці – це дуже стримана в емоційному плані та потайлива по своїй натурі нація. Особливістю національного характеру німецького народу є порядок, пунктуальність, перфекціонізм та толерантність. Для німців нацистське минуле – це болюча тема, у зв'язку з чим, їм притаманна політична культура каяття.

Роль міжнародних інституцій у мовному оформленні концепту

БІЖЕНЕЦЬ/FLÜCHTLING

Легітимність і гуманність застосування термінів у міграційному полі стає дедалі більше актуальною темою дослідження на Заході. Міжнародними інституціями, зокрема Європейською Комісією, розроблено загальний глосарій термінів щодо міграції, які дають уявлення про значення і сутність тих чи інших дефініцій [17]. Окрім цього, уповноважений міграційний орган кожної країни ЄС вважає своїм обов'язком створити глосарій термінів у сфері міграції [22]. В Україні подібний словник «Міжнародна термінологія у сфері міграції : українсько-англійський тлумачний словник » (2015 р.) розроблений за сприяння Європейського Союзу та Міжнародної організації з питань міграції [9].

Блок 2. Визначення поняття БІЖЕНЕЦЬ в нормотворчих та міжнародних документах

Біженець (англ. *refugee*) – особа, яка через обгрунтовані побоювання стати жертвою переслідувань за ознакою расової належності, релігії, громадянства, належності до певної соціальної групи чи політичних поглядів знаходиться за межами країни своєї національної належності і не в змозі користуватися захистом цієї країни або не бажає користуватися таким захистом внаслідок таких побоювань; або, не маючи визначеного громадянства і знаходячись за межами країни свого колишнього місця проживання в результаті подібних подій, не може чи не бажає повернутися до неї внаслідок таких побоювань (*Женевська Конвенція 1951 року про статус біженців*) [9, с. 41, 43].

Біженець. Особа, яка не є громадянином України і внаслідок обгрунтованих побоювань стати жертвою переслідувань за ознаками раси, віросповідання, національності, громадянства (підданства), належності до певної соціальної групи або політичних переконань перебуває за межами країни своєї громадянської належності та не може користуватися захистом цієї країни або не бажає користуватися цим захистом внаслідок таких побоювань, або, не маючи громадянства (підданства) і перебуваючи за межами країни свого попереднього постійного проживання, не може чи не бажає повернутися до неї внаслідок зазначених побоювань (*Закон «Про біженців та осіб, які потребують додаткового або тимчасового статусу»*).

Внутрішньо переміщені особи (англ. *internally displaced persons IDPs*) – особи, групи осіб, яких змусили кинути або покинути свої домівки або місця звичайного

проживання, в тому числі в результаті або щоб уникнути наслідків збройного конфлікту, повсюдних проявів насильства, порушень прав людини, стихійних або викликаних діяльністю людини лих, і які не перетинали міжнародно визнані державні кордони (док. ООН E/CN.4/1998/53/Пр.2).

Внутрішньо переміщена особа – громадянин України, іноземець або особа без громадянства, яка перебуває на території України на законних підставах та має право на постійне проживання в Україні, яку змусили залишити або покинути своє місце проживання у результаті або з метою уникнення негативних наслідків збройного конфлікту, тимчасової окупації, повсюдних проявів насильства, порушень прав людини та надзвичайних ситуацій природного чи техногенного характеру (Закону України «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб», [1]).

Наприкінці 2014 р., створене медіа-агентство за сприяння Федерального бюро з питань міграції і біженців Німеччини (BAMF) розповсюдило глосарій найбільш уживаних понять, зокрема *біженець*, *внутрішньо переміщена особа*, *мігрант* тощо [30]. Власне сама його поява свідчить про новий рівень ставлення німецькомовних медіа до питань міграції. У глосарії пропонується опис прав і обов'язків індивіда в залежності від його правового статусу. Наприклад, указується визначення понять *біженець*, *переселенець*, *внутрішньо переміщена особа*, *німець з міграційним походженням* тощо, а також роз'яснюється їх історична, політико-правова та лінгвістична специфіка; розглядаються поняття *паралельне суспільство*, *іміграційне суспільство* тощо; описуються форми міграції, що ідентифікується з міграційним корінням у кримінальній хроніці.

Блок 3. Поняття *БІЖЕНЦІ* та *ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНІ ОСОБИ* в німецькій лінгвокультурі

Вигнанці, переміщені особи (нім. *Vertriebene*) (*переклад – наші*). Згідно з визначенням ООН, «*displaced people*», на позначення осіб, які внаслідок збройних конфліктів, порушень прав людини, природних катастроф чи катаклізмів були змушені покинути свою батьківщину, однак не перетинали міжнародно визнаний державний кордон; відповідно до тлумачення ООН, DPс є внутрішніми біженцями. Поняття, пов'язане з історією Німеччини, вживається на позначення колишніх в'язнів концентраційних таборів, полонених/ ув'язнених та висланих на примусові роботи після Другої світової війни) [30, с. 17].

Вигнанці (*переклад – наші*) – громадяни Німеччини або так звані «етнічні німці» (юридичний термін, Федеральний закон про переміщених осіб) та їх нащадки, які втратили місце свого проживання внаслідок подій Другої світової війни. Також «Переселенці, примусово виселені із попереднього місця проживання», і визнані у правовому полі як вигнанці. Вигнанці, переселенці(вимушені) чи пізні переселенці із країн колишнього східного блоку мають законне право бути прийнятими у Німеччині. У ФРН вони автоматично отримують так званий статус німця, після чого не вважаються іноземцями) [30, с. 20].

Біженці (*переклад – наші*) – відповідно до Женевської Конвенції про статус біженців вважаються «особи, які через обґрунтовані побоювання стати жертвою переслідувань за ознакою раси, релігії, національності чи належності до певної соціальної групи шукають захист в іншій країні». У правовому полі термін «біженці» та «особи, які мають право на притулок» застосовується щодо людей, які вже отримали статус захисту: особи, які мають право на притулок визнаються відповідно до «Закону про надання притулку» згідно з Конституцією, біженцями визнаються особи відповідно до Женевської Конвенції про статус біженців. Альтернативні терміни: утікачі, шукачі притулку або особи, які потребують захист [30, с. 49].

Внутрішньо переміщені особи (нім. *Intern Vertriebene* (auch: *Binnenvertriebene*, *Binnenflüchtlinge* oder aus dem Englischen *internally displaced people/IDPs*) (*переклад – наші*): (Intern (внутрішній), Vertriebene (вигнанці, ті, кого змусили покинути своє місце; примусові переселенці; переміщенці; виселенці) синоніми: *Binnenvertriebene* (Binnen – внутрішній, der Vertriebene – вигнанець; той, кого змусили покинути своє місце), *Binnenflüchtlinge* (внутрішні біженці), англійською *internally displaced people/IDPs* – особи, яких примусово/насилно виселили/ переселили/вигнали з їх історичної та законної батьківщини, і які, на відміну від біженців у межах правового поля, не перетинали державний кордон, а залишилися у своїй країні. Причинами такого внутрішнього переміщення є збройні конфлікти, насильство, порушення прав людини і стихійні лиха [26].

Flüchtling (*переклад – наші*): англ. *Refugee*, франц. *Réfugié*, загалом особа, яка змушена покинути свою батьківщину із-за війни і конфліктів, через політичне переслідування або інше існуюче скрутне становище (складні обставини) [23].

Displaced Persons (*переклад – наші*): скорочення *D. P.*, особи (прибл. 1 млн), насильно вивезені на примусові роботи до Німеччини у період Другої світової війни (з часом кількість тих, що знову повернулися на свою батьківщину збільшилася до 5,3 млн), і, яким у 1945 р. було відмовлено у поверненні до своїх, на той, час комуністичних країн [23].

Vertriebene (переклад – наші): англ. *Expellees* – всі групи або національні, расистські чи релігійні меншини, які були вислані зі своєї батьківщини. У німецькомовному ужитку, передусім, вживається щодо позначення німців, яких вислали після Другої світової війни зі східних областей Одер-Нейсе та Чехословаччини, а також щодо біженців із цих регіонів [23].

Згідно з роз'ясненнями Агентства ООН з питань біженців у Німеччині *внутрішньо переміщені особи* (нім. *Binnenvertriebene*) – цивільні особи, які були змушені покинути свою батьківщину, щоб уникнути збройного конфлікту, повсюдного насильства та порушення прав людини, а також, які стали жертвами стихійних лих. Статус і захист *внутрішньо переміщених осіб* не врегульований нормами міжнародного права, вони, як правило, опиняються у складній ситуації і можуть бути втягнутими у внутрішньополітичний конфлікт. Їхня доля залишається в руках уряду, який може кваліфікувати їх як «ворогів держави». Завершення періоду «холодної війни» призвів до зміни характеру конфліктів: від конфронтації між «наддержавами», з одного боку, і локальними внутрішньодержавними протистояннями, з іншого. З цієї причини останнім часом категорія

внутрішньо переміщених осіб набуває актуальності на геополітичному рівні. Однак не існує ні міжнародної Конвенції щодо захисту *внутрішньо переміщених осіб*, ні міжнародної організації з повноваженнями захисту (на відміну від УВКБ ООН – Управління Верховного комісара ООН у справах біженців), ні юридичної дефініції щодо визначення, але УВКБ ООН з гуманних міркувань включили їх до своїх програм. Специфіка *внутрішньо переміщених осіб* полягає в тому, що зазначена категорія людей, що є громадянами країни і залишаються на її території, знаходяться під виключною юрисдикцією і захистом своєї країни, навіть якщо держава не здатна забезпечити такий захист. Тому надання допомоги таким особам з боку міжнародних організацій може кваліфікуватися як втручання у внутрішні справи держави. Прикладами виникнення проблеми *внутрішньо переміщених осіб* недавнього періоду є колишня Югославія, Тімор, Колумбія, Конго, Ліберія, Ірак, Шрі-Ланка, Того, Афганістан тощо [21].

Останнім часом у Німеччині ведуться дебати щодо негативної конотації лексеми *Flüchtling* (біженець). Стосовно некоректності тлумачення поняття *біженець* у німецькій мові висловила свою думку лінгвіст Е. Велінг, яка в інтерв'ю інтернет-виданню газети «Zeit-online» зазначила: *(переклад – наш)* «Це фрейм, який політично спрямований проти біженців. Закінчення «-ling» (має зменшувальне значення) характеризує цих людей малими і знецінює їх, оскільки мале, у переносному значенні, часто означає щось погане, меншовартісне. Згадайте *Schreiberling* (писака) або *Schönling* (красавчик). Власне, такого роду поняття із позитивним значенням як «красивий», перетворюються за допомогою закінчення у негативне. Окрім цього, *Flüchtling* (біженець) – чоловічого роду, і відповідно до цього транспортуються чоловічі ознаки: біженець – скоріше сильний, аніж той, хто потребує допомогу, скоріше агресивний, аніж ввічливий. Нейтральніше було б говорити «die Geflüchteten» (ті, що втекли) або ще точніше «der Flüchtende» (той, що втікає): чоловік, що втікає; жінка, що втікає; дитина, що втікає. Так буде більш зрозуміло і недвозначно, а також без знецінювання». На думку Е. Велінг, «прості слова можуть бути інструментом маніпуляцій людьми, оскільки мова – «конструкція» не абстрактна. За формою слів щось криється. Щоб їх сприйняти, наш мозок активізує ціле сховище накопичених і запам'ятованих знань: відчуття, запахи,

візуальні спогади. Слова скеровують нас у політичному сенсі то ліворуч, то праворуч, навіть у той час, коли ми цього не усвідомлюємо» [31].

Останніми роками продукується думка щодо калькування української лексеми *біженець* з російськомовної *беженец*. Так, О. Пономарів наголошує, що «нерідко трапляється, що в близькоспоріднених мовах слова не збігаються в кількості значень. Наприклад, рос. *бежать* означає «прискорено пересуватися, швидко рухатися» (укр. *бігти*) і «рятуватися від небезпеки, поспішно відступати, самовільно лишати когось або щось» (укр. *тікати*). Від *тікати* походять *утеча* (*втеча*), *утікач*, *утікачка* (*втікач*, *втікачка*) тощо. З дієсловом *бігти* пов'язане й *біженець*, проте воно утворене не в нашій мові, а без достатніх підстав запозичене з російської. Його треба вилучити з ужитку, бо в українській мові на позначення цього поняття здавна існує семантично закономірніше *втікач* (*утікач*). Двозначне рос. *бежать* на кожне із своїх значень має окремий український відповідник. Невдалий вибір цих відповідників спричинює лексичні помилки на зразок «Чому біжать солдати?». У газетному повідомленні з таким заголовком ідеться не про змагання з бігу, а про втечу солдатів з будівельних батальйонів війська. Отже, правильний варіант – «Чому тікають солдати?» [11]. С. Караванський вважає, що «поруч із каліченням питомих українських слів продовж останніх десятиліть нашу мову засмічено неокковирними динозаврами – кальками, живцем здертими з російської мови, і наводить у списку «мовних динозаврів» лексему *біженець* та пропонує «нашу форму – краще *втікач*» [8, с. 77].

Аналіз етимологічних та історичних словників довів хибність зазначених позицій. Однак, на нашу думку, поняття *внутрішньо переміщена особа* в українській мові потребує переосмислення і більш коректного лінгвістичного оформлення, оскільки в зв'язку зі зміною причини біженства відбулася трансформація поняття зазначеного фрейму. В українській і німецькій мовах це поняття, пов'язане з історією, і вживається передусім на позначення людей, яких заходами нацистського режиму примусово були виселені із їх батьківщини, колишніх в'язнів концентраційних таборів, полонених/ув'язнених та висланих на примусові

роботи після Другої світової війни з метою використання як дешевої робочої сили, про що свідчать проаналізовані лексикографічні джерела. З точки зору гуманності і толерантності не коректно застосовувати термін *переміщені* стосовно людей, оскільки одним із значень «переміщати, переміщувати, перемістити» є «змінювати місцезнаходження чого-небудь; переносити з одного місця в інше» [12 (6, с. 228)]. Термін *внутрішній*, можна замінити на *вітчизняний* або *український*, а визначення «*Внутрішньо переміщена особа*» доречніше було б оформити як «*Внутрішній/вітчизняний/український біженець*», що співвідноситься із німецьким *Binnenflüchtling*.

Гібридна війна в Україні призвела до появи втікачів і шукачів притулку у межах нашої держави, у зв'язку з чим особливу актуальність набуває семантика гуманітарної міграції. Тому невідкладною є зважена оцінка термінології, що використовується. Правовий захист цієї категорії осіб регулюється Законом України «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб» [1]. Обидві категорії, як ВПО, так і біженці, часто вимушені покидати свої домівки через одні і ті самі причини. Осіб, які перетинають міжнародний кордон у пошуку притулку в іншій країні, називають «біженцями» і вони користуються захистом положень міжнародного права. В свою чергу, внутрішньо переміщені особи, через ті самі чи інші причини, залишаються на території своєї країни, однак часто не мають доступу до систем захисту і допомоги, яка надається біженцям [3].

Отже, статус біженця і внутрішньо переміщеної особи носить суперечливий характер. Уникнути лінгвістичних протиріч у тлумаченні можливо тільки шляхом уніфікації правового поля, однак законодавець дозволяє правникам самостійно визначати термінологію.

Висновки

Міграція – явище минулого, сьогодення і обов'язково майбутнього. Зростаюча мобільність людей, яка знаходить все нові траєкторії, вимагає формування легітимної (яка ґрунтується на праві), гуманної (толерантної і недискримінаційної), політично коректної семантики міграційних термінів для їх опису. В україномовному просторі міграційна термінологія широко використовується дослідниками міграції, політиками, журналістами, правниками, а також обивателями в різних ситуаціях мовної комунікації, через

те доцільно приділити особливу увагу детальному вивченню семантики міграційного поля. Усвідомлюючи, що міграційна термінологія є специфічним пластом професійної лексики, необхідно передусім її структурувати і детермінувати, виокремити від загальноживаних слів за допомогою укладання тематичних глосаріїв для законодавців, правників і журналістів.

Гуманність запропонованих для вживання дефініцій вимагає виключення із лінгвістичного обігу будь-яких термінів дискримінаційного характеру, узгодження єдиного змісту і значення уживаних міграційних дефініцій. Так, термін «внутрішньо переміщені особи», який визначений законодавством України і широко використовується для опису міграційних потоків із Донецької, Луганської областей та АР Крим, не відповідає реаліям. Створення єдиного лексичного поля національних законодавчих документів у сфері міграції слід проводити шляхом встановлення тематичної та понятійної одноманітності (уніфікованості) уживаної термінології.

Лінгвістична експертиза українського законодавства та міжнародних визначень свідчить про те, що поняття *внутрішньо переміщені особи* не зовсім чітко відповідає тлумаченню його й у німецькій мові, натомість є калькуванням та запозиченим терміном із англійської мови. Унаслідок цього впливає термінологічний дисонанс. У термінології та у її інтерпретації виявляється сама історія, оскільки будь-які визначення і висловлювання набувають певного змісту тільки в конкретній історичній ситуації.

Для формування позитивного іміджу України на міжнародній арені як країни, що здатна забезпечити права шукачів притулку в умовах гібридної війни, визначення коректної юридичної дефініції з урахуванням сутності поняття *біженця*, а також застосування міжнародних стандартів захисту та допомоги внутрішньо переміщеним особам є невідкладними і обов'язковими.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/921-19/paran8#n8>.
2. Конвенція про статус біженців [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_011.
3. Агентство ООН у справах біженців в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://unhcr.org.ua/uk>.
4. Великий тлумачний словник української мови / [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел]. – К. ; Ірпінь : Втф «Перун», 2005. – 1728 с.
5. Енциклопедичний словник з державного управління / [уклад. Ю. П. Сурмін, В. Д. Бакуменко, А. М. Михненко та ін.]. – К. : НАДУ, 2010. – 820 с.

6. Енциклопедія історії України / [за ред. В.М. Литвина]. – К. : Наукова думка, 2003. – Т. 1. – 685 с.
7. Етимологічний словник української мови : [в 7 т.] / [О. С. Мельничук, І. К. Білодід, В. Т. Коломієць]. – К. : Наукова думка, 1982. – Т. 1. – 632 с.
8. Караванський С. Секрети української мови / С. Караванський. – К. : УКСП «Кобза», 1994. – 152 с.
9. Міжнародна термінологія у сфері міграції : [українсько-англійський тлумачний словник] / Міжнародна організація з питань міграції. – К. : БЛАНК-ПРЕС, 2015. – 100 с.
10. Політологічна енциклопедія : [у 9 т.] / А. О. Карасевич, Л. С. Шачковська. – Умань : Фоп Жовтий О. О., 2016. – Т. 1. – 548 с.
11. Пономарів О. Культура слова: мовностилістичні поради / О. Пономарів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ponomariiv-kultura-slova.wikidot.com/synonymy>.
12. Словник української мови : [в 11 т.] / [за ред. І.К. Білодіда]. – К. : Наукова думка, 1970-1980.
13. Тлумачний словник української мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eslovnyk.com/біженці>.
14. Українська дипломатична енциклопедія : [у 5 т.] / [О. М. Андрєєва та ін.]. – Харків : Фоліо, 2013. – Т. 1 : А–Г. – 526 с.
15. Яременко В. Новий тлумачний словник : [у 2 т.] / В. Яременко, О. Сліпушко. – К. : Аконті, 2008. – Т. 1. – 926 с.
16. Arendt H. Wir Flüchtlinge / H. Arendt // Zur Zeit. Politische Essays. Aus dem Amerikanischen von Eike Geisel. Hrsg. von Marie Luise Knott. – Berlin : Rotbuch, 1986. – S. 7-21.
17. Asylum and Migration Glossary 3.0 / European Commission, European Migration Network, 2014. – 340 p.
18. Das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.dwds.de/wb/Flüchtling>.
19. Duden C. Das Online Wörterbuch / C. Duden [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.duden.de/rechtschreibung/Fluechtling>.
20. Duden C. Deutsches Universalwörterbuch, 6, überarbeitete und erweiterte Auflage / C. Duden. – Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich : Dudenverlag, 2006. – 2016 S.
21. Flüchtlinge und intern Vertriebene [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.unhcr.org/dach/de/faq-binnenvertriebene>.
22. Glossar zur Asyl und Migration 2.0 – Ein Instrument zur besseren Vergleichbarkeit / Europäische Kommission, Europäische Migrationswerk. – Luxemburg : Amt für Veröffentlichungen der Europäischen Union, 2012. – 246 S.
23. Großes Wörterbuch der deutschen Sprache: Rechtschreibung – wissen.de [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.wissen.de/lexikon/fluechtling>.
24. Hemmerling U. Von der Schwierigkeit, mit dem Begriff «Flüchtling» zu operieren / U. Hemmerling [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://userpage.fu-berlin.de/olfseif/verwaltet-entrechtetabgestempelt/texte/hemmerling_fluechtlingbegriff.pdf.
25. Hillary Clinton Pledges not to Use Term «Illegal Immigrants» again / The Guardian. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.theguardian.com/us-news/2015/nov/25/hillary-clinton-pledges-not-to-use-term-illegal-immigrants-again>.
26. Intern Vertriebene / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://de.wikipedia.org/wiki/Interne_Vertriebene.
27. Literally: the Words that have Defined This Year, 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.euronews.com/2016/12/15/countries-word-for-2016-offer-an-opportunity>.
28. Online-Wortschatz-Informationssystem Deutsch [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.politik-lexikon.at/fluechtling/> <http://www.owid.de/artikel/7455>.
29. Politik Lexikon für junge Leute [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.politik-lexikon.at/fluechtling>.
30. Vassiliou-Enz K. Glossar der Neuen deutschen Medienmacher. Formulierungshilfen für die Berichterstattung im Einwanderungsland / [K. Vassiliou-Enz, F. Ataman, A. Lanzke, Sh. Kumai]. – Berlin : Neue deutsche Medienmacher e.V., 2014. – 56 S..
31. Vorsicht vor diesen Wörtern. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zeit.de/2016/10/sprache-manipulation-elisabeth-wehling>.
32. Wikiwörterbuch [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://de.wiktionary.org/wiki/Flüchtling>.

РЕКОМЕНДАЦІЇ
ЩОДО УНИКНЕННЯ ТЕРМІНОЛОГІЧНОГО ДИСОНАНСУ
У ТРАКТУВАННІ ІМЕНУВАНЬ
БІЖЕНЕЦЬ/ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНА ОСОБА

1. Необхідно приділяти увагу розробленню рекомендацій щодо вживання міграційної термінології з урахуванням особливостей української мови з метою використання у законодавстві (державних інституціях, ІСБО тощо).

2. Семантичне значення поняття *БІЖЕНЕЦЬ* доцільно розширити з урахуванням зміни причини біженства і оформити таким чином:

Біженець – особа-іноземець або особа без громадянства, яка змушена рятуватися втечею і залишати місце свого проживання внаслідок певних подій через обґрунтований страх стати жертвою переслідувань за ознаками: політичних переконань, раси, релігії/віросповідання, національності, громадянства(підданства), через причини етнічного, економічного чи культурного характеру, належності до певної соціальної групи, особисті переслідування, внаслідок загрози її життю, безпеці чи свободі, унаслідок зовнішньої агресії, окупації, масових порушень прав людини, внутрішніх збройних конфліктів, через скрутне становище, приниження її честі і гідності; і не може чи не бажає повернутися до країни свого колишнього проживання внаслідок зазначених побоювань.

Термін *ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНА ОСОБА* доцільно трактувати як:

Внутрішній/вітчизняний/український біженець – особа, яка внаслідок так званих «гібридних загроз», внутрішнього збройного конфлікту та зовнішньої окупації змушена рятуватися втечею і залишати місце свого проживання у межах своєї країни через обґрунтований страх стати жертвою переслідувань за ознаками: політичних переконань, раси, релігії/віросповідання, національності, громадянства (підданства), через причини етнічного, економічного чи культурного характеру, належності до певної соціальної групи, особисті переслідування, внаслідок загрози її життю, безпеці чи свободі, унаслідок зовнішньої агресії, окупації, масових порушень прав людини, внутрішніх збройних конфліктів, через скрутне становище, приниження її честі і гідності; і зможе повернутися до місця свого колишнього проживання після припинення таких загроз або коли її життю не загрожуватиме небезпека.

3. На порядку денному – укладання словника для упорядкування семантики міграційного поля.

4. Укладання довідника-порадника з використання міграційної термінології у медіа буде корисним як інституціям, що опікуються питаннями біженців, так і особам, що перебувають у цьому статусі.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗВ'ЯЗКІВ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ У ЗОНІ ОПЕРАЦІЇ ОБ'ЄДНАНИХ СИЛ (ІЗ ДОСВІДУ ПРИКОРДОННИХ ПІДРОЗДІЛІВ)

Володимир Патола

Вступ

Антитерористичну операцію на Сході України часто російські ЗМІ представляли як внутрішній громадянський конфлікт, намагаючись таким чином приховати роль РФ у підтримки тероризму, ведення бойових дій та інформаційної війни проти України. Ця тенденція зберігається і тепер, в умовах проведення ООС.

Більшість сучасної літератури, у якій йдеться про забезпечення бойових дій під час проведення антитерористичних операцій, містить рекомендації щодо роботи з цивільним населенням. Але вони мають загальний характер та містять у собі загально-психологічні складові процесу спілкування військових (правоохоронців) з великими чи малими групами цивільного населення [1-5].

Інформаційно-психологічні засади комунікації з цивільним населенням у місцях дислокації прикордонних підрозділів

Враховуючи соціально-психологічні особливості значної частини населення Донбасу, а також важливість в умовах сучасної гібридної війни підтримки прикордонних підрозділів з боку місцевого населення, необхідна розробка та впровадження рекомендацій щодо роботи з цивільним населенням у місцях дислокації (несення служби) прикордонних підрозділів. Рекомендації повинні ґрунтуватися на психологічних особливостях інформаційної війни, що ведеться противником на Сході України.

Пропонуємо низку рекомендацій, яких варто дотримуватися під час комунікацій з населенням у місцях дислокації прикордонних підрозділів у зоні

проведення ООС. Рекомендації складені на основі досвіду оперативно-службової діяльності підрозділів ДПС України, що виконують завдання по лінії розмежування на території Донецької та Луганської областей.

Значна частина аргументації противника, особливо при роботі з контингентом, який володіє вузьким світоглядом та мало освічений, базується на асоціативних прикладах. У таких випадках інформаційна хвиля, запущена спецслужбами РФ, а часто несвідомо підтримана без негативного умислу українськими громадянами спекулює такими тезами:

а) соціально-економічне підґрунтя – невдоволеність, що мала місце у суспільстві і зараз позиціонується як причина виникнення «ДНР» – «ЛНР»;

б) асоціація з подіями громадянської війни 1917 – 1922 рр. Відсутність розпізнавальних знаків, нашивок, погонів у всіх учасників бойових дій з усіх боків, практично відсутність єдиної форми одягу у більшості підрозділів. Це викликано фактичною необхідністю (форма одягу вибирається бійцем індивідуально найзручніша для нього, як і спорядження, розпізнавальні знаки можуть стати причиною пріоритетної атаки, фізичного знищення, збирання інформації про військовослужбовця та подальшим його шантажем). Крім того, розпізнавальні знаки більшості військових формувань України розроблялися у мирний час, а у польових умовах демаскують військовослужбовця. Цим було мотивоване ставлення до розпізнавальних знаків та форми одягу у більшості сучасних та недавніх воєнних конфліктах, зокрема під час війни в Афганістані. Як приклад, ідеологами теорії громадянського конфлікту Сходу із Заходом наводяться більш давні події громадянської війни 1917 – 1922 рр., де також розпізнавальні знаки були непопулярними;

в) асоціація з подіями холодної війни. Оскільки ідеологія «ЛНР» – «ДНР» не розроблена та не існує у класичному значенні цього слова, то застосовується псевдоісторична аргументація. Паралельно актуалізується теза війни добрих християн «слов'ян» проти безбожників американців тощо. Ці питання стають матеріалом для спекулювання формальним позитивним ставленням світової громадськості до України у російсько-українському

конфлікті. При виникненні кризових ситуацій з цих питань у жодному випадку не рекомендується заперечувати тезу «американці, британці і т. д. – вороги». Єдиною антитезою може стати *«У нас своя держава, яку ми захищаємо від російських окупаційних військ»*, або *«Ми правоохоронці, боремося проти терористів і злочинців, захищаємо мирне населення. Прапори терористів значення не мають»*. При можливості, розмов на такі теми краще уникати;

г) спекуляції на тему «майдан – антимайдан», «одеська катинь» та ін. Соціально-економічні фактори, що викликали невдоволення широких суспільних верств (переважно низького та середнього достатку) і відігравали значну мотиваційну роль, були практично однаковими і для громадян, які брали участь в акціях протесту на Майдані Незалежності у Києві, і для тих представників східних регіонів, які на початку АТО використовувалися російськими диверсантами всліпу для масовості заходів і створення ілюзії підтримки терористів суспільством. Тим не менше, закореніла асоціація *«всі біди через Майдан»*, тези на кшталт *«і чому їм не жилося спокійно»*, досить сильно вкоренилися у свідомості значної частини місцевого населення зони конфлікту. У побутових розмовах цих тем слід уникати, оскільки вони небезпечні перспективою розвитку конфліктних ситуацій;

д) асоціація з подіями Другої світової війни, міф про «бандерівців-фашистів». Переважно місцеве населення не дуже розбирається в ідеологічних особливостях і будь-які концепції лівого спрямування сприймає як нацистські. Пояснювати різницю між націоналістами, фашистами, нацистами і расистами складно. Негативний імідж НГ України часто культивується представниками «ЛНР» – «ДНР» на основі однієї лише назви військової структури. З іншої сторони, міфи і спекуляції на цю тему швидко розвіюються після появи українських підрозділів в окупованих раніше незаконними збройними формуваннями населених пунктах та спілкування з місцевим населенням в індивідуальному порядку при повсякденних побутових справах;

є) асоціація з «бандитськими 90-ми». Відсутність ідеологічної політики в Україні сприяла тому, що вже кілька поколінь виростили на художніх фільмах на

кшталт «Інтердевочка», «Бригада» та ін. Романтизація криміналітету використовується сьогодні як складова ідеологічної політики незаконних збройних формувань. Представники законної української влади та ІСБО у зоні ООС представлені як негативні корумповані персонажі, проти яких борються герої – чесні представники криміналітету, які через створені ворогами (суспільством) життєві обставини змушені вести такий спосіб життя. Вони, начебто, являються сильними особистостями, не сприйнятими діючою українською владою та суспільством у довоєнний період. Використовується старий, хоча і дещо осучаснений штамп «Робіна Гуда». Так, за свідченнями осіб, які перетинають адміністративну лінію розмежування, практично весь радіоефір у підконтрольному незаконним збройним формуванням Донецьку зайнятий ідеологічними лозунгами на тему *«мы победим»* та музичними творами у жанрі шансон на кримінальні теми;

ж) штучно підкреслені відмінності між мешканцями східних та західних регіонів України, виділення самих понять «Схід» та «Захід», шовіністичні тези у ЗМІ, спроби принизити співрозмовника з іншого регіону за ознакою мови, діалекту, традицій. При цьому етнографічні дані, згідно з якими діалектна складова мови відрізняється у кожному окремому населеному пункті, як і місцеві звичаї та традиції, при чому, не лише в Україні, а й в усіх відносно не глобалізованих суспільствах – ігнорується.

Отже, враховуючи соціально-психологічні особливості значної частини місцевого населення, яке проживає на територіях, де проводиться ООС, а також важливість його позитивного ставлення до прикордонників та підтримки (збирання оперативної інформації, відсутність можливості для такого збирання з боку противника, виключення можливості переховування та перевезення цивільними особами терористів, запасів зброї, іншого майна незаконних збройних формувань та ін.) необхідно дотримуватися певних рекомендацій під час роботи з місцевим населенням у місцях дислокації прикордонних підрозділів у зоні проведення ООС.

Прикордонні підрозділи, де підтримується дисципліна та статутний порядок, викликають у місцевого населення повагу, спокій, впевненість у

завтрашньому дні, у тому, що представники таких підрозділів не будуть зловживати своїм становищем. Більш того, захистять таке населення від злочинів терористів, недобросовісних представників правоохоронних органів та ін. Вже сам цей психологічний фактор, як показує практика, дозволяє отримувати значну кількість цінної оперативної інформації, не докладаючи при цьому практично ніяких додаткових зусиль. Крім того, позитивна репутація підрозділу у пункті базування не є приводом для самозаспокоєння, але значно зменшує ймовірність нападів на окремих військовослужбовців з боку представників місцевого криміналітету чи заідеологізованого малоосвіченого контингенту з боку місцевого населення.

Висновки

Враховуючи значну кількість військовослужбовців, призваних по мобілізації в особливий період, які не вивчали правової основи поведінки військових у зонах конфлікту, а також військовослужбовців за контрактом і деяких офіцерів, які допускають відомчий правовий нігілізм та невиконання згаданих норм у зв'язку з їх «застарілістю, невідповідністю ситуації», пропонується при проведенні занять обґрунтовувати необхідність дотримання окремих правил поведінки практичним досвідом військових підрозділів у зоні ООС. Обороздатність України надзвичайно активно та ефективно підтримується волонтерськими, добровольчими рухами, громадськістю, що готова захищати державу. Ефективність взаємодії державних установ та ІСБО з цивільним населенням на всіх рівнях є визначальною умовою для успішності майбутніх інформаційних заходів оборонного характеру.

Список використаних джерел

1. Дії в умовах ведення спеціальних операцій : [навчально-методичний посібник] / [В. М. Муженко, Ю. Г. Даник, Ю. Л. Бондаренко]. – Житомир : Вид-во ЖВІ, 2014. – 162 с.
2. Поліщук М. М. Психологічні операції у зонах збройного конфлікту. Освітньо-наукове забезпечення діяльності правоохоронних органів і військових формувань України / М. М. Поліщук // Тези VII Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Хмельницький : Вид-во НА ДПС України, 2014. – С. 241.
3. Прокоф'єв Ю. Пам'ятка для вояків України : [посібник] / [Ю. Прокоф'єв, О. Андрієнко, О. Зарицький, О. Сосенко]. – Чернівці : Бурек, 2014. – 136 с.
4. Суботін В. О. Забезпечення прикордонної безпеки України в умовах збройного конфлікту / В. О. Суботін, О. В. Ананьїн // Наука і оборона. – 2014. – № 4. – С. 30-36.
5. Тютюнник В. П. Знайти компроміс / В. П. Тютюнник, В. К. Горovenko // Оборонний вісник. – 2014. – № 5. – С. 16-21.

**РЕКОМЕНДАЦІЇ
ЩОДО ЗДІЙСНЕННЯ КОМУНІКАЦІЙ
З МІСЦЕВИМ НАСЕЛЕННЯМ
У МІСЦЯХ ДИСЛОКАЦІЇ ПРИКОРДОННИХ ПІДРОЗДІЛІВ
У ЗОНІ ПРОВЕДЕННЯ ООС**

ЯК КОМУНІКУВАТИ З МІСЦЕВИМ НАСЕЛЕННЯМ	
Правильно	Неправильно
<p>Якщо територію підрозділу (блокпоста) бачать цивільні – вона повинна бути чисто прибраною. Це створює враження дисциплінованості підрозділу, де підтримується статутний порядок. Сміття вивозиться, спалюється або закопується.</p>	<p>Засміченість місць базування. Окрім небезпеки поширення інфекційних захворювань призводить до асоціації з місцем базування незаконних збройних формувань, особливо тих, яких називають «чеченськими». Викликає на підсвідомому рівні негативне ставлення місцевого населення.</p>
<p>Розпізнавальні знаки у не польових умовах повинні бути у вигляді нашивок (прапор якщо дозволяє ситуація, рід військ). Якщо військовослужбовець бажає приховати при виході у місто військове звання, погони використовуються у вигляді камуфльованих муфт з нашитими розпізнавальними знаками і при потребі перевертаються тильною стороною угору, інформаційною частиною – до плеча. Сама наявність розпізнавальних знаків і погонів підтверджує, що містом пересувається військовослужбовець, а не представник незаконного збройного формування чи невідомого партизанського руху. При відсутності необхідності маскуватися (вихід у місто) слід використовувати штатний головний убір (берет кольору, відповідно до роду військ, статутний, з кокардою). Довгі роки радянської популяризації героїв-прикордонників, десантників і т.д. зберегли неусвідомлену асоціацію</p>	<p>Відсутність розпізнавальних знаків, розпізнавальні знаки не встановленого зразка (стрічки на зброї, ін.). Зброя для військовослужбовця – не більше ніж робочий інструмент (психологічно), засіб виконання своїх обов'язків. Для представника криміналітету (терориста) зброя – предмет окремого культу і поклоніння, символ влади над цивільним населенням. Стрічка, причеплена до брудного автомата викликає асоціацію зі злочинцем, який поклоняється своїй зброї і може застосувати її для грабежу, створює негативне враження про статутний порядок у підрозділі, до якого належить військовослужбовець і вказує на можливість, за таких умов, вчинення ним зловживань щодо місцевого населення. Крім того, відсутність розпізнавальних знаків примушує насторожено ставитися інших представників українських правоохоронних органів та ЗС України.</p>

<p>довіри і позитивного ставлення до представників окремих родів військ, «зелених, голубих, крапових» беретів та ін.</p>	
<p>Охайний зовнішній вигляд. Охайний зовнішній вигляд – не лише вимога статутів, а й вагомий інструмент для підняття іміджу ІСБО та його представників, позитивного сприйняття місцевим населенням військовослужбовців. Якщо немає можливості привести в порядок форму одягу (проблеми з водою, відсутність змінного комплекту) повинно бути почищеним хоча б взуття.</p>	<p>Неохайний зовнішній вигляд. Неголеність (відпущена борода) довга неохайна зачіска, брудна, складена з різних зразків форма одягу створюють стабільну асоціацію з терористом, «моджахедом». Перемалювати такого військовослужбовця у терориста-націоналіста для уяви середньостатистичного зустрічного мешканця буде справою однієї хвилини.</p>
<p>Приховане носіння зброї при виході у звільнення. Якщо військовослужбовець відчуває потребу при виході у звільнення взяти з собою зброю – це повинен бути пістолет і носитися він повинен приховано. Ряд військових курток та бушлатів, особливо зарубіжного виробництва, мають спеціальні кишені, звідки пістолет витягується надзвичайно швидко і носить, не видаючи контурів зброї. Несподівано витягнута і приведена в бойову готовність короткоствольна зброя набагато ефективніша, ніж габаритний предмет озброєння, який видно. Може також приховано одягатися під верхній зимовий одяг бронезилет (4+ класу захисту типу ТЕМП 3000, під куртку поміщається без проблем і особливо не помітний). Відсутність видимої зброї чи спорядження говорить про те, що військовослужбовець не боїться (підсвідомо – не має причин боятися, нічого поганого не зробив) та не має наміру лякати зброєю когось (вбити, пограбувати і т. д.)</p>	<p>Відкрите носіння зброї та боєприпасів. При виході у звільнення відкрите носіння зброї викликають асоціацію з терористами та логічне питання у продавця, коли військовослужбовець заходить в магазин: «грішми чи погрозою застосування зброї з ним розрахуються за товар?». Автомат, як і гранати, не є засобами самооборони і можуть викликати лише бажання покалічити або вбити військовослужбовця для заволодіння ними. Слід пам'ятати, що при відкритому носінні зброї поза виконанням службових обов'язків, є демонстрацією озброєності, в той час як противник може підійти до військовослужбовця у цивільному одязі на відстань безпосередньої близькості для удару ножем чи пострілу з пістолета і при цьому буде не сприйнятий як людина, яка несе загрозу. У тисняві, на ринку, при близькому контакті автомат, особливо, якщо він на плечі, використати практично неможливо. Людина з автоматом в руках у місці, де не ведуться бойові дії чи</p>

<p>Слід зазначити, що пістолет у штатній польовій кобурі, особливо в офіцерів, зайвих питань та негативного ставлення також не викликає.</p>	<p>навчання, просто сприймається як неадекватна.</p>
<p>Командирам підрозділів необхідно суворо обмежити вживання спиртних напоїв.</p> <p>Відомі випадки, коли деякі волонтери припиняли надавати допомогу підрозділам ООС після того, як бачили обвішаних зброєю військовослужбовців, які у камуфляжі виходили з супермаркету з візком, повним горілки та пива. У той же час вони із задоволенням на такому контрасті допомагають підрозділам, де подібні факти не допускаються.</p>	<p>Придбання, розпивання спиртних напоїв, гучне святкування у громадських місцях у військовій формі.</p> <p>Нетверезий військовослужбовець у громадському місці викликає у мирного населення відчуття небезпеки, перестороги, ненависть, презирство і становить серйозну небезпеку для себе, товаришів та оточуючих.</p>
<p>Дипломатичність та впевненість, збереження власної гідності та репутації підрозділу при спілкуванні з місцевим населенням.</p> <p>У випадку явної провокації, спроби нав'язати конфлікт людиною похилого віку, особою, що перебуває в стані алкогольного сп'яніння – реагувати не рекомендується взагалі. У випадку, якщо співрозмовник адекватний – рекомендується наголосувати на спільних факторах та особливостях, а не відмінностях, що можуть бути приводом конфлікту. Фрази на кшталт «не уповноважений коментувати», «не маю права говорити», «не входить до моєї компетенції» часто дозволяють з гідністю вийти з неприємних ситуацій. Необхідно пам'ятати, представники ІСБО поза політикою, релігією національністю, мовою. Вони не можуть вести суперечку з цих питань і повинні не дозволяти собі та жорстко припиняти чужі спроби образити людину чи якимось</p>	<p>Дискусії, суперечки, конфлікти з місцевим населенням.</p> <p>Суперечка через світоглядні позиції, неправильно, на думку військовослужбовця, розуміння співрозмовником ситуації не припустима, оскільки це нижче гідності військовослужбовця. Застосовувати фізичну силу або зброю не при виконанні службових обов'язків та при відсутності явної загрози для життя – кримінально каране діяння (злочин). Переконувати першого зустрічного прихильника «ЛНР» – «ДНР» з числа цивільного населення у правоті своїх ідеалів, якщо ви не спеціально підготовлений фахівець, – заняття неефективне. Якщо ви спеціально підготований фахівець – це все одно неефективне заняття, оскільки на індивідуальну роботу з кожним представником місцевого населення і його кваліфіковане переконання часу не вистачить в усього штату українських психологів, соціологів та політологів разом узятих.</p>

<p>чином дискримінувати її за мовною, національною, расовою, релігійною ознакою.</p>	<p>Тим не менше, працювати з місцевим населенням, зокрема індивідуально – треба, чітко виділяючи при цьому випадки, коли це дійсно необхідно (особи, які мають значний авторитет у населеному пункті, особи, з якими працюють представники підрозділу з питань тилового, інформаційного забезпечення, ін.).</p>
<p>Контрольована взаємодія з місцевим населенням.</p> <p>У межах своїх повноважень посадові особи повинні вести роботу з приводу не лише належного логістичного забезпечення підрозділів, а й налагоджувати взаємодію з підприємствами, керівництвом місцевих органів державної влади та місцевого самоврядування, місцевих навчальних закладів, ЗМІ, особами, які мають авторитет серед населення, громадськими організаціями патріотичного спрямування з метою підтримання іміджу і престижу українських ІСБО, що представлені окремими підрозділами за місцями дислокації, нейтралізації засобів інформаційного впливу противника (контрпропаганда).</p>	<p>Ізольованість підрозділу.</p> <p>Безпека перш за все, але повністю обмежити взаємодію особового складу з зовнішнім оточенням у місці дислокації неможливо. Тому, краще контрольовано організувати таку взаємодію. Незнання керівниками та представниками їх розвідувальних підрозділів обстановки у місцях дислокації, настроїв, позиції місцевих авторитетів, підприємців, керівництва освітніх закладів, місцевих ЗМІ може мати згубні наслідки для підрозділу.</p>

ТОЛЕРАНТНІСТЬ ЯК ПРАГМАТИЧНЕ ПІДРУНТЯ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ БЕЗПЕКОВИХ І ДЕРЖАВНИХ ІНСТИТУЦІЙ

Людмила Юдко

Вступ

Міграційні процеси, глобалізація, надшвидкий розвиток інтернет-комунікацій, транснаціональні загрози (міжнародний тероризм, кібертероризм тощо) – всі ці фактори актуалізували необхідність дослідження міжкультурної комунікації, взаємопроникнення концептуальних картин світу різних націй, принципів формування єдиних когнітивних множин громадянського суспільства та державних інститутів.

Розуміння процесів сприймання та інтерпретації інформації, взаємодії носіїв різних лінгвокультур, принципів формування ціннісних систем людини, суспільства, держави відкриває шляхи подолання зазначених вище загроз.

Мета розділу – обґрунтувати дискурсоутворюючу роль концепту *ТОЛЕРАНТНІСТЬ* у комунікативних практиках сучасного суспільства як підґрунтя формування картини світу спільноти європейської держави.

Мовна та концептуальна картини світу як відображення свідомості нації

Як результат процесу пізнання людиною світу вбачає мовну картину світу О. Кубрякова. «Засвоєння будь-якої нової інформації про світ здійснюється кожним індивідом на базі тієї мови, якою він уже володіє. Створена таким чином система інформації про світ і є сконструйованою концептуальною системою» [19, с. 91]. Акцентуючи національно-специфічні аспекти мовної картини світу І. Голубовська запропонувала два терміни – *національно-мовна картина світу* та *національно-мовна модель світу*, тобто «виражене засобами певної мови відчуття та сприйняття світу, вербалізована інтерпретація мовним соціумом навколишнього світу та себе в цьому світі»

[14, с. 29]. «В кожній мові існують дві картини світу – *буденна, реальна, й міфопоетична*, які доповнюють одна одну», – зауважує Н. Слухай, наполягаючи, що з останньою співвідноситься авторська образна мовленнєва картина світу [27, с. 414], вивчення якої «дозволяє підняти завісу таємниці над міфопоетичними уявленнями етносу» [27, с. 253]. Способи сприйняття та концептуалізації світу формують єдину систему цінностей, колективну філософію, яка зумовлює комунікативну поведінку.

Розмежування мовної й концептуальної картин світу пов'язано насамперед із принципами відображення дійсності. «Мовна картина світу – це відображений засобами мови образ свідомості – реальності, модель інтегрального знання про концептуальну систему уявлень, які репрезентуються мовою. Мовну картину світу відмежовують від концептуальної, або когнітивної моделі світу, що є основою мовного втілення, словесної концептуалізації сукупності знань людини про світ» [19, с. 46].

Р. Джакендофф визначив поняття «*спроєктований світ*» (англ. *projected world*), що породжується внаслідок проектування дійсності на семантику природної мови. Він відрізняється від світу об'єктивної дійсності специфікою конкретних проявів культури. Науковець стверджує, що у мисленні людини існує єдиний концептуальний рівень, а вербалізовані концепти є семантичними сутностями в мові [39]. Мовна й концептуальна картини світу є когнітивним підґрунтям будь-якої інституційної комунікації, їхня узгодженість у системі адресант-адресатних відношень забезпечує прагматику взаємодії та зворотного зв'язку в діяльності будь-яких установ.

Стратегія публічної дипломатії

Сучасні комунікації ІСБО із громадянським суспільством базуються на стратегії *публічної дипломатії* (англ. *public diplomacy*) – комплексі комунікативних дій, спрямованих на досягнення позитивного результату на основі добровільної взаємодії адресанта та адресата комунікації (ІСБО – громадянського суспільства/державних органів тощо), а не примусу.

Американський політолог Дж. Найєм-молодший розробив стратегію публічної дипломатії, яку сформовано на основі концепції «м'якої сили»

(англ. *soft power*, в інших перекладах – «м'яка могутність»). Згідно з Дж. Найємом «м'яка сила» проявляється у спонуканні осіб до прийняття певних установок; на відміну від «жорсткої сили», «м'яка» здатна досягати тієї ж мети без примусу [41]. Отже, публічна дипломатія відтворюється на основі когнітивного узгодження концептуальних картин світу ІСБО і громадськості.

«Щоб бути переконливими, ми повинні викликати довіру; щоб викликати довіру, ми повинні бути чесними», – сказав колишній директор Інформагентства США Е. Мірроу [44]. К. Росс, колишній посол США в Сирії та Алжирі, сформулював основи публічної дипломатії після терактів 11 вересня 2001 р. Пропозиції К. Росса базуються на прагматичному принципі: забезпечення розуміння аудиторією політики в тому вигляді, якою вона є, а не як про неї говорять чи думають інші; необхідність роз'яснювати політику, показуючи її раціональність і обґрунтовуючи її фундаментальними цінностями. До основних цінностей віднесено питання безпеки, мирного розв'язання конфліктів, формування довіри та зворотного зв'язку [44]. Прагматика публічної дипломатії виражається в таких ілюкативних установках: забезпечення державних національних інтересів, посилення впливу на внутрішню й закордонну аудиторії, встановлення глибшого розуміння між ІСБО та громадянським суспільством шляхом поширення інформації.

Згідно з цими установками когнітивна узгодженість систем цінностей ІСБО і громадянського суспільства формується за такими напрямками:

- *узгодження мовної та концептуальної картин світу*, що передбачає створення єдиних когнітивних множин адресата й адресанта: впорядкування вербалізованої інформації в документах, що визначають корпоративні цінності, місію, завдання ІСБО, співвіднесення цієї інформації із запитами громадськості. Наприклад: «*The function of the Service shall be the protection of national security and, in particular, its protection against threats from espionage, terrorism and sabotage, from the activities of agents of foreign powers and from actions intended to overthrow or undermine parliamentary democracy by political, industrial or violent means*» [6]; «*Aufgabe der Verfassungsschutzbehörde ist die Sammlung und Auswertung von Informationen, insbesondere von sach- und personenbezogenen Auskünften, Nachrichten und Unterlagen über 1. Bestrebungen, die gegen die freiheitliche demokratische*

Grundordnung, den Bestand oder die Sicherheit des Bundes oder eines Landes gerichtet sind oder eine ungesetzliche Beeinträchtigung der Amtsführung der Verfassungsorgane des Bundes oder eines Landes oder ihrer Mitglieder zum Ziel haben, sicherheitsgefährdende oder geheimdienstliche Tätigkeiten für eine fremde Macht, Bestrebungen, die durch Anwendung von Gewalt oder darauf gerichtete Vorbereitungshandlungen auswärtige Belange der Bundesrepublik Deutschland gefährden, Bestrebungen und Tätigkeiten, die gegen den Gedanken der Völkerverständigung (Artikel 9 Abs. 2 des Grundgesetzes) oder das friedliche Zusammenleben der Völker (Artikel 26 des Grundgesetzes) gerichtet sind, im Geltungsbereich des Grundgesetzes, soweit tatsächliche Anhaltspunkte für den Verdacht solcher Bestrebungen und Tätigkeiten vorliegen» [5]; «До завдань Служби безпеки України входить попередження, виявлення, припинення та розкриття злочинів проти миру і безпеки людства, тероризму, корупції та організованої злочинної діяльності у сфері управління і економіки та інших протиправних дій, які безпосередньо створюють загрозу життєво важливим інтересам України» [2].

Отже, спецслужби апелюють до загальнолюдських концептів, важливих для громадян всіх держав – **МИР, БЕЗПЕКА, ПОПЕРЕДЖЕННЯ ПРОТИПРАВНИХ ДІЙ**. Національно специфічними є концепти **ПОДОЛАННЯ КОРУПЦІЇ (СБУ), ДЕМОКРАТІЯ (МІ 5), МУЛЬТИКУЛЬТУРАЛІЗМ (ФВОК)**, що є свідченням врахування в інституційних комунікаціях інтересів громадськості зазначених країн:

- *збереження вже отриманої та обробленої інформації як основи концептуальної картини світу, підсистемою якої виступає мовна картина світу. Вербалізовані знання, представлені концептами, вміщують не лише поняття, а й образи, схеми дій, гештальти та певні зображення. Цей напрям передбачає створення креалізованого тексту, який позиціонує ціннісну систему ІСБО на всіх семіотичних рівнях – текстів, дискурсів, зображень (фотографій, малюнків тощо), зокрема й у мультимедійному форматі;*

- *відповідність внутрішнього лексикону представників громадськості мовленнєвій організації інституційних дискурсів спецслужб. Концепція внутрішнього лексикону, сформульована О. Кубряковою [19], співзвучна*

положенням деяких сучасних зарубіжних лінгвістів – «моделям мислення» (англ. *patterns in the mind*) Р. Джакендоффа [39], «ментальним просторам» Ж. Фоконьє (англ. *mental spaces*) [37]. Основною функцією лексикону є використання його одиниць у мовленні. Отже, внутрішній лексикон – це структурована та впорядкована картина світу, що базується на вербальних мережах, пов'язаних між собою функціонально, формально та змістовно. Такими спільними лексичними одиницями на сучасному етапі стали вербалізатори концептів *ДОВІРА*, *ТОЛЕРАНТНІСТЬ*, *ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ*, *БЕЗПЕКА* та тематичні групи, які їх представляють.

Західні дослідники комунікацій ІСБО (Ф. Шреер, M. Goodman, V. Ratchev, L. Johnson, M. Warner) вважають, що робота в спецслужбах (військова професія) пред'являє унікальні моральні вимоги. Адже жодна інша група в суспільстві не має так багато свободи у визначенні своїх власних норм поведінки, жодна інша група так часто й відкрито не говорить про основні цінності, що визначають ці норми. Саме тому когнітивна узгодженість концептуальних картин світу спецслужб та громадськості «має поєднати державу і військових у суспільній свідомості з вимогами безпеки» [43].

Отже, когнітивна узгодженість мовних/концептуальних картин світу ІСБО та громадянського суспільства – основа формування ефективних комунікацій і як результат – дискурсу толерантності.

Концепти як філософсько-інтелектуальну платформу в пізнанні світу, дослідженнях та навчанні Л. Компанцева вважає «результатом діалогу людей, культур, релігій, ... однією з трьох означальних частин парадигми дія – концепти – метод», оскільки «ідея є завжди посередником між тим, хто пізнає, і самим процесом пізнання. Ідеї народжуються із розуміння» [18, с. 169-170].

Використання концепту в різних культурно зумовлених ситуаціях свідчить про його варіабельність, яка не виключає наявності в них певних «універсальних структур, що слугують містками між знанням, свідомістю та культурою» [26, с. 45]. О. Скидан вважає, що ці структури можна іменувати «категоріальними структурами», оскільки вони виконують

роль «фіксаторів предметності в її власній та ідеальній формі й способів буття цієї предметності» [26, с. 45].

Визначення категоріальних та субкатегоріальних ознак концептів можливе лише в дискурсивних практиках. Порівнюючи концептуальну організацію дискурсів різних ЛК, маємо можливість виявити спільні й лакунарні коди комунікації, що можуть послугувати як основою для когнітивно узгодженого, так і конфліктного спілкування.

Дискурс спецслужб як інституційний дискурс

Дискурс – одна з базових одиниць дослідження сучасного мовознавства, оскільки є свідченням мовного існування як окремої людини, так і певної спільноти.

Поняття *дискурс* запропонував американський лінгвіст З. Харріс у 1952 р. у статті «Дискурс-аналіз» [38]. Дискурс розглядався З. Харрісом як висловлення, надфразова єдність, що реалізується в певній комунікативній ситуації. Поняття *дискурс* в арсенал лінгвістики ввів швейцарський науковець П. Серіо. Серед запропонованих ним восьми визначень дискурсу активно розробляються сучасною лінгвістикою три: (1) «мовлення», тобто будь-яке конкретне висловлення; (3) у межах теорії висловлення або прагматики – вплив висловлення на одержувача і його внесення у «висловлювальну» ситуацію (суб'єкт висловлення, адресат, момент і певне місце висловлення); (7) позначення системи обмежень, які накладаються на необмежене число висловлень у результаті певної соціальної або ідеологічної позиції [25, с. 26].

Розуміння дискурсу як «системи обмежень» (7) визначає дискурс як «лінгвістичну медіацію подій, що детерміновані казуальними силами та механізмами, які, в свою чергу, продукуються існуючими незалежно від дискурсу соціальними структурами» [22]; як «один із способів володарювання, регуляції відносин субординації соціальних акторів» [37, с. 58]. Це дає можливість розглядати вплив дискурсів на позалінгвальну ситуацію як на особистісному, так і на інституційному рівні. «Дискурси впливають на соціальні, культурні й глобальні зміни – екологічні катастрофи, війни,

зміни політичного курсу. Більш локально – на появу нових соціальних груп, зміну місії організації, зміну рекламної політики, моду. Ці події стануть можливими у зв'язку з розвитком думок і переконань людей – тобто зміни дискурсів» [32]. Вивчення дискурсу як системи обмежень допомагає визначити прагматичні принципи організації та функціонування дискурсу (ін)толерантності в офіційних ресурсах спецслужб і його вплив на ефективність комунікацій з різними типами адресатів – представниками ЗМК, громадянським суспільством, міжнародною спільнотою.

Школою критичного дискурс-аналізу (далі – КДА) поєднані ідеї Ф. де Соссюра. У дослідженні концепту *ТОЛЕРАНТНІСТЬ* в комунікаціях спецслужб актуальності набувають такі положення КДА: дискурс є відображенням соціальних і культурних процесів та структур; аналіз дискурсу має бути спрямований на дослідження «влади в дискурсі й влади над дискурсом. Кожен окремих приклад використання мови відтворює або трансформує суспільство й культуру, включаючи ставлення влади ... Дискурс – це форма соціальної поведінки» [13, с. 56]; дискурс має ідеологічне забарвлення [42]. КДА визначає дискурс як інституційно закріплений вид мовлення. «Дискурс є цікавим суспільній практиці не як вираз, а як те, що слугує певним цілям: впливати через владу» [40, с. 2].

Н. Феркло було обґрунтовано співвідношення понять *дискурс* і *соціальний інститут*. Дослідник наголошував, що кожний акт комунікації має три виміри: текст (усний, письмовий, креолізований); дискурсивна практика, що вміщує виробництво й сприйняття текстів; соціальна практика. Дискурсивна практика виконує функції посередника між текстами та соціальною практикою, а дискурс – функції ідентичності, ставлення, означування [36, с. 109], тим самим він формує соціальну ідентичність, соціальні відносини й систему значень.

П. Бурдьє розглядає дискурс як габітус, що генерує соціальні практики, символічний капітал, що функціонує в соціальному полі [11]. Соціальні інститути, за П. Бурдьє, формують певну картину світу суспільства, відтворюють та транслюють дискурси (у вигляді різних символічних утворень – ідей, понять, цінностей тощо), формують фокусні

центри сприйняття світу суспільством. «Будь-який соціальний агент має відповідати певним принципами сприйняття й розподілу. Ми завжди приходимо в світ, і особливо у світ соціальний, з окулярами на очах. У нас «завжди вже» є категорії сприйняття, принципи бачення та розподілу, які самі частково є продуктом інкорпорації соціальних структур» [11, с. 51-57].

В. Карасик відзначає, що в інституційному дискурсі спілкування відбувається в певних межах статусно-рольових відносин на підставі двох ознак: мети та учасників спілкування [17, с. 14]. Так, можна визначити *політичний, дипломатичний, адміністративний, юридичний, військовий, педагогічний, релігійний, містичний, медичний, діловий, рекламний, спортивний, науковий, сценічний* тощо типи інституційного дискурсу. Цей список можна розширити, оскільки суспільні інститути суттєво відрізняються один від одного та не можуть розглядатися як однорідні явища.

Одне з основних комунікативних завдань інституційного дискурсу – транслявання стандартів статусно-рольової поведінки та закріплення «бінарних відносин (норма/ненорма, позитивне/негативне, припустиме/неприпустиме, благо/зло тощо) в моральних імперативах, ритуалах, традиціях, писаних і неписаних кодексах поведінки, правових актах» [24]. О. Русакова визначає в інституційному дискурсі такі складові:

1. Уявлення про соціальну місію – «формулювання Універсального Блага, яке несе кожній людині та суспільству певний соціальний інститут» [24].

2. Особлива мова, включаючи професійну. «Професійна мова виконує важливу роль пароля ідентифікації за схемою «свій/чужий» у символічному просторі інституційного дискурсу. Він задає не тільки систему понять, концептів і умовних позначень, необхідних для здійснення когнітивних та комунікативних завдань, які потрібні для конструювання інституційно заданої картини світу і способів її інтерпретації» [24].

3. Нормативна модель типово-подієвої статусно-рольової комунікації, до реалізації якої примушує конкретний інституційний дискурс. Ця модель включає такі компоненти: типову подію, типових учасників, час і місце комунікативних контактів, статуси типових учасників комунікації, рольові стосунки типових учасників комунікації, ситуативні контексти комунікації, офіційно прийняті норми комунікації, традиційні форми спілкування.

4. Система базових цінностей, які транслюються й закріплюються в масовій свідомості за допомогою інституційних комунікацій. Система цінностей визначається місією конкретного інституційного дискурсу і притаманними йому професійними кодексами.

5. Основні стратегії інституційного дискурсу «визначаються характером і напрямками діяльності конкретного соціального інституту, а також типовими для даного інституту особливостями жанрових комунікацій» [24].

6. Жанри інституційного дискурсу – «формалізовані конструкти стереотипних практик, отримують своє вираження в ритуальних актах, адміністративних процедурах, мовних і письмових формах» [24].

7. Прецедентні тексти – «структурні компоненти інституційного дискурсу, письмові та усні джерела, на основі яких вибудовується весь корпус внутрішньої й зовнішньої інституційної комунікації, визначаються її місією, кредо, базові стратегічні установки, нормативні положення, головні правила статусно-рольової гри» [24].

8. Типові дискурсивні формули (фразеологізми, анекдоти, жести, дрес-код тощо). «У них фіксуються відпрацьовані багаторічною практикою типові для інституційної комунікації вираження, жести, репліки, риторичні фігури, анекдотичні ситуації, зафіксовані в професійному гуморі» [24]. До типових дискурсивних формул спецслужб належать, наприклад, форма, професійний одяг, знаки військового звання, ордена, медалі та ін.

Наукові дослідження дискурсу ІСБО розпочалися недавно. До цієї проблематики зверталися такі науковці: Л. Компанцева, Л. Пелепейченко, В. Посмітна, І. Лисичкіна, Н. Васюкова, С. Полторак та ін.

В Україні сформувалося дві наукові школи, що розробляють проблему інституційного дискурсу ІСБО: наукова школа з проблем мовної комунікації в діяльності сил охорони правопорядку, що створена на кафедрі філології, перекладу та мовної комунікації Національної академії НГ України (засновниця – Л. Пелепейченко) та наукова школа з проблем

інтернет-лінгвістики, що започаткована на кафедрі теорії та практики перекладу Національної академії СБ України (засновниця – Л. Компанцева).

У традиціях наукової школи Л. Пелепейченко військовий інституційний дискурс, або дискурс армії, визначається як основа професійної комунікації військовослужбовців, як спілкування між військовослужбовцями в процесі професійної діяльності [23, с. 11]. Серед значущих параметрів галузевого дискурсу правоохоронців С. Полторак, Л. Пелепейченко та В. Посмітна визначають такі: галузевий контекст (виявлення особливостей діяльності галузі, її соціальних завдань, функцій суб'єктів діяльності), ілокутивну мету учасників комунікації, соціокультурні умови дискурсу, психологічні особливості комунікантів, стратегії та тактики мовленнєвої поведінки, мовні та позамовні засоби досягнення ілокутивної мети, перлокутивний ефект [23, с. 14]. У діяльності сил охорони правопорядку «всі названі чинники мають осмислюватися в аспекті їх ролі в забезпеченні правопорядку і громадського спокою, запобіганні конфліктам та прийнятті виважених рішень» [23, с. 14].

У науковій школі Л. Компанцевої першими визначили інституційний дискурс ІСБО Н. Васюкова та Н. Акульшина.

Досліджуючи рекламний дискурс військової сфери, Н. Васюкова робить висновок, що лінгвопрагматичним підґрунтям його виникнення є зміна в комунікативній парадигмі *держава – армія – суспільство* прагматики примусу на прагматику залучення до служби в армії шляхом впливу на суспільну свідомість. «На лексико-семантичному рівні цей процес простежується в диференціації визначень *military/воинский/військовий/militaire* (той, що стосується армії) – *wartime/военный/воєнний/de guerre* (той, що стосується війни, бойових дій), що склало підґрунтя розмежування пропагандистської та рекламної комунікацій у військовій сфері: об'єкт пропаганди пов'язаний із воєнними діями, тоді як об'єкт реклами – зі ЗС (насамперед службою за контрактом)» [12]. Н. Акульшина визначає «військовий дискурс як дискурс, який, в більшості випадків, застосовується на тактичному рівні (тактика –

наймасовіша галузь та найстаріша складова (як і стратегія) воєнного мистецтва, що охоплює теорію та практику підготовки й ведення бою підрозділами, частинами, з'єднаннями, а *воєнний* – на стратегічному та державному рівнях (стратегія від дав.-гр. *στρατηγία* – «мистецтво полководця» – мистецтво підготовки і ведення війни та великих воєнних операцій)» [9].

Формування дискурсів ІСБО світу, як зазначає Л. Компанцева, зумовлено на даний час низкою глобальних тенденцій, що фіксують особливості комунікативних практик сучасного суспільства:

- *глобалізація* «в результаті посилення комунікативних та інформаційних зв'язків, інтеграції народів, її результатом є мультикультуралізм» [20, с. 8]. Дискурсивна інституційна діяльність ІСБО має бути спрямована на інтеграцію з громадянським суспільством і захист національної державності в інформаційному просторі;

- *зростання транснаціональних загроз*, особливо транснаціонального тероризму, організованої злочинності, зокрема кіберзлочинності. Ці загрози ґрунтуються на асиметричних комунікаціях: «асиметрія означає відсутність загальної бази для порівняння, з погляду якості; нестандартність – наявність характерної або незвичайної моделі» [20, с. 8];

- *заміна інформаційної домінанти розвитку суспільства комунікативною*. «Доступ до інформації – ключовий ресурс як у сферах економіки, науки, так і безпеки і оборони. Із виникненням мережі ключовим механізмом, що забезпечує ефективний розвиток суспільства, стає комунікація: інформаційний ресурс втрачає свої позиції, оскільки кожний відвідувач мережі може за бажанням виконувати аналітичні функції – збираючи й аналізуючи необхідну інформацію, і функції створення контенту та впливу на цільову аудиторію» [20, с. 8];

- *мережева організація суспільства*. Мережецентричність (англ. *Net-Centric*) дає змогу децентралізувати й пришвидшити циркуляцію інформації, посилити мобільність комунікацій, оперативність розроблення рішень та їх якість» [20, с. 10];

- *комунікації державних інститутів*, зокрема ІСБО, в мережі з метою відтворення відкритого спілкування з громадянським суспільством і

трансляції власного іміджу. «Формується публіцитний капітал інститутів, який спрямований на вирішення кількох завдань: розуміння представниками громадянського суспільства залежності власної безпеки й якості життя від діяльності ІСБО; надання громадянському суспільству інформації, що є актуальною для його життєдіяльності; формування достатнього рівня довіри до діяльності інститутів; здійснення зворотного зв'язку між представниками громадянського суспільства та ІСБО» [20, с. 11].

Усі зазначені тенденції зумовлюють нові вимоги до інституційного дискурсу спецслужб. «Необхідні нові навички, які сприяють більшому обміну інформацією та співробітництву в мережах, цільових групах, осередках і командах. У професійному середовищі ХХІ століття влада належить тим, хто ділиться своїми знаннями і таким чином збільшує цінність своєї роботи – обмін інформацією дає могутність» [34].

Отже, концепти *ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ БЕЗПЕКИ, ДОВІРА, ТОЛЕРАНТНІСТЬ* набувають особливої актуальності в інституційних комунікаціях спецслужб. Концепт *ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ БЕЗПЕКИ* фіксує головну мету діяльності спецслужб, *ДОВІРА, ТОЛЕРАНТНІСТЬ* – принципи комунікації з громадськістю та міжнародною спільнотою.

Концепт *ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ БЕЗПЕКИ* є базовим для інституційного дискурсу спецслужб. Він сформувався на перетині низки дискурсів – безпекового, юридичного, військового, воєнного і зафіксований у законодавчих документах щодо спецслужб різних країн. Наприклад: «*Aufgabe der Verfassungsschutzbehörde ist die Sammlung und Auswertung von Informationen, insbesondere von sach- und personenbezogenen Auskünften, Nachrichten und Unterlagen über Bestrebungen, die gegen die freiheitliche demokratische Grundordnung, den Bestand oder die Sicherheit des Bundes oder eines Landes gerichtet sind ...*» [5]; «*На Службу безпеки України покладається у межах визначеної законодавством компетенції захист державного суверенітету, конституційного ладу, територіальної цілісності ...*»[2].

Перші спроби визначити параметри інституційного дискурсу спецслужб зроблено О. Завадською [16], до яких нею було віднесено такі: 1) *статусність відносин*; 2) категорія *особи*, виражена як експліцитне авторське *Я* і як сукупний суб'єкт *ми*, що позиціонує точку зору певної спецслужби;

3) *офіційність та певна формальність*, що демонструється корпусом інституційних кліше та прецедентних текстів; 4) *опозиція закритість/відкритість*. *Закритість* дискурсу спецслужб пов'язана із секретною природою діяльності цих органів, водночас активності набуває тенденція до більшої *відкритості* діяльності спецслужб і, як наслідок, до більшої відкритості інституційного дискурсу; 5) *інтердискурсивність*, що передбачає взаємодію елементів різних дискурсів спецслужб (юридичного, публіцистичного, біографічного, історичного); 6) дискурсоутворююча роль концепту *БЕЗПЕКА*; 7) стратегія на формування *кола своїх*. Вважаємо за можливе доповнити наведений перелік ще одним параметром – стратегія на забезпечення публічної дипломатії із громадськістю, що передбачає актуалізацію концептів *ДОВІРА, ТОЛЕРАНТНІСТЬ*. У науковому дискурсі *толерантність* позиціонується як цінність, що має стати посередником у взаємодії національної культури і викликами глобального світу. У мультикультурному світі концепт *ТОЛЕРАНТНІСТЬ* виконує функцію символізації універсальних цінностей, адаптуючи їх до системи цінностей національної культури.

Отже, під *інституційним дискурсом спецслужб* розуміємо стійку систему статусно-рольових взаємин, що склалася в комунікативному просторі спецслужб, система обмежень адресант-адресатних відношень у цьому типі дискурсу зумовлена дискурсоутворюючою роллю концепту *ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ БЕЗПЕКИ*.

Прагматична спрямованість дискурсу толерантності

Питання відносно категоріального статусу толерантності залишається дискусійним і розглядається як принцип мовленнєвого спілкування, що передбачає «готовність до позитивної взаємодії з людьми або групами іншого національного, релігійного, соціального середовища, інших поглядів, стилів мислення і поведінки» [35, с. 68], принцип культури мовлення [15], форма мовленнєвої поведінки [21], культурно-психологічна категорія, що означає «вміння утримувати суперечності у продуктивній конфліктній формі, що сприяє їх вирішенню» [31, с. 22], дискурсивна одиниця, що виконує змістовно-

прагматичні або комунікативно-прагматичні функції, оскільки є ознакою впевненості у собі й відчуття надійності власних позицій [33 с. 87].

Пропонуємо ще один рівень дослідження проблеми толерантності – дискурсивний. Надамо визначення *дискурсу толерантності*: тип соціальної поведінки, всі організаційні (психолінгвістичні, когнітивні, прагматичні) складові якої орієнтовані на забезпечення гарантованого правопорядку, що реалізується в комунікативних стратегіях підтримки й позиціонування норм і цінностей громадянського суспільства, реалізації права бути «іншим», демонстрації активної громадянської позиції, попередження конфліктів.

За Ю. Хабермасом [30], дискурс толерантності реалізується у двох вимірах – особистісному та інституційному. На особистісному рівні *дискурс толерантності* може бути визначений як тип дискурсивної поведінки, що передбачає активний діалог, горизонтальні комунікативні зв'язки, розуміння й прийняття «інакшості» іншої людини та спільнот, і, відповідно, мультикультуралізм, реалізацію ілюктивних установок на самовираження.

На інституційному рівні *дискурс толерантності* може розглядатися як інституційний дискурс, орієнтований на забезпечення гарантованого правопорядку, що реалізується в таких комунікативних стратегіях: підтримки й позиціонування норм і цінностей громадянського суспільства, реалізації права бути «іншим», демонстрації активної громадянської позиції, попередження конфліктів. Несуперечність цих видів дискурсу є запорукою формування когнітивно узгоджених комунікацій у суспільстві.

Прагматичну спрямованість дискурсу толерантності вивчав політолог М. Уолцер [29]. Він визначив п'ять груп комунікативних відношень, що можуть формувати дискурс толерантності: 1) відсторонено-смирнене ставлення до відмінностей заради збереження миру; 2) позиція пасивності, розслабленості, милостивої байдужості до відмінностей; 3) принципове визнання прав іншого, навіть якщо спосіб користування цими правами викликає неприязнь; 4) відкритість щодо інших, цікавість, можливо, навіть повагу, бажання прислухатися і вчитися; 5) захоплене схвалення відмінностей.

Аналізуючи наведені позиції, О. Михайлова зауважує, що жодна з них не відповідає прагматиці толерантності. Оскільки умовою виникнення дискурсу

толерантності є лише конфлікт, то не можна вважати толерантним пасивне ставлення до ситуації (п. 2); толерантність зумовлює напруженість між прихильністю власним поглядам і визнанням переконань інших, тому толерантність не тотожна терпимості (п. 1); не можна говорити про толерантність до поглядів, які імпонують суб'єкту, й навіть захоплення ними, тому пункти 4 і 5 також не відповідають прагматиці толерантності. Пункт 3 не фіксує ситуацію конфлікту, відповідно не позиціонує принципів толерантної поведінки [21]. Актуалізація дискурсу толерантності можлива лише за умови попередження або виникнення конфлікту. «Важливою виявляється аксіологічна складова взаємин, як і цінність предмета розбіжностей для суб'єкта. Не можна бути толерантним (або нетолерантним) до того, до чого нам немає ніякого діла. Парадокс толерантності полягає в тому, що ми згодні не погоджуватися з чимось справді для нас важливим. Толерантність зумовлює напруженість між прихильністю власним поглядам і визнанням переконань інших. Саме тому вона по суті своїй не тотожна байдужості» [21]. У західній концепції толерантності первинного значення набуває не сам конфлікт, а можливість його попередження. УЛК займає проміжну позицію, особливо в період загострення російсько-українських відношень. Для української ментальності є важливим як вирішення конфлікту, так і його попередження. Саме тому вважаємо за можливе віднести до прагматично значущих показників дискурсу толерантності 3 та 4 пункти, запропоновані М. Уолцером.

Отже, під дискурсом толерантності розуміємо дискурс, всі організаційні (психолінгвістичні, когнітивні, прагматичні тощо) складові якого прагматично орієнтовані на забезпечення гарантованого правопорядку, що реалізується в комунікативних стратегіях підтримки та позиціонування норм і цінностей громадянського суспільства, реалізації права бути «іншим», демонстрації активної громадянської позиції, попередження конфліктів.

Прагматичний аспект толерантності в законодавчих документах

Аналіз законодавчої бази АЛК, НЛК, УЛК, РЛК [1-7] дає змогу стверджувати: закріплення концепту *ТОЛЕРАНТНІСТЬ* у міжнародних нормотворчих і державних законодавчих документах є свідченням його

дискурсоутворюючої ролі в комунікативній практиці сучасного суспільства. Етнічний, соціокультурний, міграційний аспекти суспільно-політичної організації країн, мови яких досліджуються, зумовлюють актуалізацію концепту *ТОЛЕРАНТНІСТЬ* у дискурсивних практиках різного рівня.

Україна ратифікувала низку міжнародних документів у сфері боротьби проти расизму й нетерпимості, зокрема Європейську конвенцію про захист прав та основних свобод людини, Конвенцію ООН про статус біженців, Конвенцію Ради Європи про захист національних меншин, Міжнародну конвенцію про ліквідацію всіх форм расової дискримінації. Підписання Україною разом із 184 країнами-членами ЮНЕСКО «Декларації принципів толерантності» 16 листопада 1995 р. [7] розширило розуміння концепту *ТОЛЕРАНТНІСТЬ* в УЛК. Проте в українському законодавчому дискурсі Декларацію представлено російською мовою (<http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/995503>), що вносить дисонанс в українську концептуальну картину світу, оскільки позиціонує цінності РЛК. Показовим є переклад Декларації російською мовою з англійської. Лексему *Tolerance* перекладено як *терпимість*, що принципово змінює сутність тексту. По-перше, формується когнітивний дисонанс у фразі «*Прояв толерантності, який є співзвучним повазі прав людини, не означає терпимого ставлення до соціальної несправедливості, відмови від своїх або поступки чужим переконанням*» – «*Проявление терпимости, которое созвучно уважению прав человека, не означает терпимого отношения к социальной несправедливости, отказа от своих или уступки чужим убеждениям*». Логічний аналіз цього фрагменту доводить його алогічність: прояв терпимості, не означає терпимого ставлення.

По-друге, відбувається підміна понять, і, відповідно, підміна значень: *толерантність* («здатність до визнання або справжнє визнання та повага вірувань і звичаїв інших людей» [7] – тобто `визнання рівним собі`) на *терпимість* («здатність терпимо, поблажливо ставитися до чужих звичок, звичаїв, поглядів і т. ін.» [8], – тобто `зверхність ставлення однієї особи (спільноти) до іншої` (*поблажливо ставитися до чужих звичок..., поглядів*) [8].

Отже, на законодавчому рівні формується парадигма концепту ТОЛЕРАНТНІСТЬ, який виступає когнітивним базисом правового дискурсу. Надзвичайно важливим параметром парадигми толерантності в правовому дискурсі є визначення її чітких меж: «Держава гарантує всім національним меншинам права на ... створення національних культурних і навчальних закладів та будь-яку іншу діяльність, що не суперечить чинному законодавству» [1].

Толерантність як маніпулятивна категорія в деструктивних стратегічних комунікаціях

Інформація є формою інтерпретації дійсності, що містить людський досвід. Сайти спецслужб пропонують інформацію різних видів, де позиціонується їхня діяльність, інституційні цінності, місія тощо. Інформування характеризує первинний мовленнєвий акт і є базовою інтенцією в організації інституційних інтернет-дискурсів, оскільки їхнє первинне завдання – інформування як громадянського суспільства власної країни, так і міжнародної спільноти щодо власної діяльності. Згідно з Н. Арутюновою об'єктивна інформація отримує емоційну оцінку адресанта й набуває суб'єктивного статусу. Потім під час сприйняття інформації адресатом відбувається вторинна суб'єктивізація в результаті вторинної суб'єктивної оцінки [32, с. 164]. Актуальність інформації, яку пропонують сайти спецслужб, сприяє діалогу між спецслужбами та громадськістю.

Прикладом негативного впливу інституційного дискурсу на суспільну поведінку та створення ефекту так званої «луна-камери» можна розглядати ситуацію в Росії після збиття Туреччиною російського військового літака в листопаді 2015 р., який порушив її повітряний простір (www.rbc.ua/inosmi.ru/politic/20151124/234552863.html). Тоді між двома країнами зросла напруга, яка знайшла своє відображення в політичному, спортивному дискурсах і в дискурсі ІСБО. Заява В. Путіна 08 грудня 2015 р. мала генералізуючу прагматику, яка була в подальшому відтворена у політичних і медійних комунікаціях. *«Что бы мы ни узнали, отношение наше к содеянному турецкими властями не изменится. Мы относились к Турции не только как к дружественной*

стране, но и как к союзнику по борьбе с террором, и никто не ожидал вот этого подлого, предательского удара в спину» (<http://lifenews.ru/news/174164>).

Ключові лексеми виступу В. Путіна *подлое предательство, борьба с террором* було трансльовано в інші дискурси, що сприяло формуванню в масовій свідомості громадян РФ образу ворога. *«Для нас это, действительно, явилось таким актом, почти предательством, я бы это так назвал. Потому что мы совершенно не ожидали таких действий от людей, которые декларируют всему миру участие в антитеррористической операции с ИГИЛ, другими террористическими организациями на территории Сирии»*, – сказав Шойгу в Москві в ході зустрічі з міністром оборони Арменії Сейраном Оганяном» (<http://www.vz.ru/news/2015/12/23/785529>); *«Террористическая угроза может поджидать наши самолеты и наших граждан и в турецких аэропортах, заявил в интервью Pravda.Ru Николай Левичев, заместитель председателя Госдумы»* (<http://www.pravda.ru/news/accidents/25-11-2015/12836>).

Формування дискурсу нульової толерантності до Туреччини було закріплено указом В. Путіна від 28 листопада 2015 р. «О мерах по обеспечению национальной безопасности РФ и защите граждан РФ от преступных и иных противоправных действий и о применении специальных экономических мер в отношении Турецкой Республики» і закріплено в діях ФСБ (*«Федеральная служба безопасности (ФСБ) пришла 17 декабря с обысками в четыре турецких банка, расположенных в Российской Федерации, которые подозревают в отмывании денег. Об этом передает турецкое издание Hurriyet Daily News. Сообщается, что во время обысков представителям ФСБ не удалось найти ничего противозаконного»*. – <http://www.rbc.ua/rus/news/fsb-obyskala-chetyre-turetskih-banka-1450455980>) та повідомленнях ЗМІ (*«Может, следует слегка притормозить, не доводить дело совсем до греха, скривиться, вытащить турецкий нож из спины и попробовать как-то договориться, ну, не добивать хотя бы туркоманов?»*. – <http://www.Nova.yagazeta.ru/politics/70907.html>).

Виникнення метафор (*вытащить турецкий нож из спины и попробовать как-то договориться*) закріплює формування концепту ІНТОЛЕРАНТНІСТЬ і дискурсу інтолерантності на концептуальному рівні свідомості носіїв російської

мови, що підтверджується формуваннями розгорнутої метафори *нож у спину* в дискурсах соціальних мереж: «*От этих стран торгашей и неудивительно получают нож в спину!*» (<http://lifenews.ru/news/174164>); «*Турецкий удар в спину*» (https://www.google.com.ua/webhp?Sourceid=chrome-instant&rlz=1C1TSNO_enUA496UA496&); «*Турки как точили на нас ножи, так и точат*» (<nstarikov.ru/blog/60368>); «*Они будут тебе улыбаться, говорит, что ты друг и т.д., а за спиной будут держать нож*» (<cont.ws/post/152681>).

Переформатування дискурсу нульової толерантності в дискурс інтолерантності було завершено у спортивних комунікаціях. Під час товариського матчу з Туреччиною, що відбувався на території Росії (https://www.nak.com.../na_matche_s_tureckoy_komandoy_rossiyskie), російські фанати вивісили на трибуні плакат довжиною 30 метрів із написом «Зрадники» двома мовами (тур. *Hainler*). «*Фанаты устроили «антитурецкую» акцию 26 ноября 2015 г. Вскоре после начала матча многие болельщики начали демонстрировать принесенные с собой рукописные плакаты: «Правительство Турции – к ответу», «Удар в спину», «Правительство Турции, вы за или против ИГИЛ?», «Пособники террористов будут наказаны!»*» (<http://www.mk.ru/social/2015/11/26/predateli-na-matche-s-tureckim-klubom-vyvesili-provokacionnye-bannery.html>). У цих лозунгах також позиційовано розгорнуту метафору *нож в спину*.

Дискурс інтолерантності було зафіксовано і в діях певних громадян. «*Я шла с твердым намерением сжечь флаг Турции. И я сделала это. Все присутствующие меня поддержали. Но потом, когда я увидела совсем не по-доброму настроенных молодых людей, с камнями, тухлыми яйцами, йодом, зеленкой, предпочла уйти еще до погрома. Я против таких методов*» (<http://www.mk.ru/social/2015/11/25/na-akciju-u-posolstva-turcii-vyshla-radikalno-nastroen nayamolodezh>). Семіотика дій зі знищення державних символів – неповага до «інакшості» іншої спільноти, що формує інтолерантний дискурс.

Спроби відновити дискурс толерантності напередодні чемпіонату світу з футболу (2018 р.) та Кубка конфедерацій FIFA (2017 р.) були зроблені ФСБ Росії, що зафіксовано на офіційному сайті спецслужби. «*23 декабря 2015 г. состоялось очередное заседание Общественного совета при Федеральной*

службе безопасности Российской Федерации. Члены Общественного совета обсудили приоритетные направления участия институтов гражданского общества в обеспечении безопасности массовых спортивных мероприятий в рамках чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года и Кубка конфедераций FIFA 2017 года. Принято решение в целях противодействия распространению экстремистской идеологии в околофутбольной среде обратиться в Министерство спорта Российской Федерации с предложением проработать механизм привлечения футбольных болельщиков к общественно значимым проектам Оргкомитета «Россия-2018». Также нашла поддержку Совета инициатива использовать в качестве дискуссионных площадок для футбольных болельщиков редакции «Российской газеты» и «Комсомольской правды». В конкретном и тщательно продуманном плане работы отражены приоритеты деятельности Совета – расширение общегражданской поддержки деятельности ФСБ России и содействие воспитанию подрастающего поколения в духе искренней преданности Отечеству и высокой гражданской ответственности» (www.fsbru/single.html?_print%3Dtrue%26id%3D10437652@fsbMess). Дискурс офіційних сайтів спецслужб РФ є свідченням формування комунікативного сценарію інтолерантності: на імпліцитному рівні відбувається заміна концепту *ТОЛЕРАНТНІСТЬ* концептом *КОНТРОЛЬ*.

Висновки

Інституційний дискурс (ін)толерантності спецслужб не лише відображає позалінгвальну ситуацію в певній державі, але й може зумовлювати дискурсивну поведінку представників громадянського суспільства, свідченням чому є формування концептуальної парадигми *ІНТОЛЕРАНТНІСТЬ – ТОЛЕРАНТНІСТЬ – НУЛЬОВА ТОЛЕРАНТНІСТЬ*.

Сучасний світ для запобігання конфліктів вибудовує комунікації у парадигмі *ТОЛЕРАНТНІСТЬ – НУЛЬОВА ТОЛЕРАНТНІСТЬ*, що передбачає реалізацію певних комунікативних правил (імперативів – говори так/не говори так) щодо реалізації установки на толерантну взаємодію. Під *ТОЛЕРАНТНІСТЮ* пропонуємо розуміти здатність до визнання або справжнє визнання та повага вірувань і звичаїв інших людей; під *ІНТОЛЕРАНТНІСТЮ*

– приниження гідності людини або спільнот, невизнання права бути «іншим»; демонстрація переваг власної ціннісної (особистісної, національної тощо) системи над іншими; під *НУЛЬОВОЮ ТОЛЕРАНТНІСТЮ* – стратегію упередженого ставлення органів правопорядку до правопорушень різного рівня та правопорушників, зокрема потенційних, що передбачає максимально можливі згідно з законом обмеження і санкції.

Список використаних джерел

1. Конституція України / Закон України № 254к/96 від 28.06.1996 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254>.
2. Закон України «Про Службу безпеки України» № 2229-ХІІ від 28.12.2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2229-12>.
3. Федеральный Закон РФ «О федеральной службе безопасности» від 25.12.2008 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.fsb.ru/fsb/npd>.
4. Gesetz über den Bundesnachrichtendienst від 20.12.1990 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.gesetze-im-internet.de/bndg>.
5. Gesetz über die Zusammenarbeit des Bundes und der Länder in Angelegenheiten des Verfassungsschutzes und über das Bundesamt für Verfassungsschutz від 7.12.2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.gesetze-im-internet.de/bverfbschg.
6. Security Service Act 1989 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1989/5/contents>.
7. Declaration of Principles on Tolerance // Офіційний сайт UNESCO, від 16.11.1995 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : world.peace_library/UNESCO/HRIGHTS/124-129.HT.
8. Академічний тлумачний словник / [за ред. І. К. Білодіда]. – К. : Наукова думка, (1970–1980) : [в 11 т.] 1979. – Т. 10. – 660 с.
9. Акульшина Н. Т. Військовий vs воєнний дискурс в терміносистемі інтернет-лінгвістики / Н. Т. Акульшина // Інтернет-комунікація в діяльності інститутів сектору безпеки: теоретико-прикладний аспект : [кол. моногр.]. – К., Луганськ : Янтар, 2013. – С. 336-378.
10. Бергер П. Социальное конструирование. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – М. : Медиум, 1995. – 323 с.
11. Бурдьє П. Структура, габитус, практика / П. Бурдьє // Журнал социологии и социальной антропологии. – 1998. – Т. 1, № 2. – С. 44-59.
12. Васюкова Н. В. Лінгвокультурологічні та лінгвопрагматичні риси інтернет-реклами військової сфери (на матеріалі англійської, російської, української й французької мов) : дис. ... канд. філол. наук / Н. В. Васюкова. – К., 2014. – 380 с.
13. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика / Р. Водак. – Волгоград : Перемена, 1997. – 139 с.
14. Голубовська І. О. Етнічні особливості мовних картин світу / І. О. Голубовська. – К. : Логос, 2004. – 284 с.
15. Гольдин В. Толерантность как принцип культуры речи / В. Гольдин // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности / [под ред. Н. А. Купиной и М. Б. Хомякова]. – М. : ОЛІМА-ПРЕСС, 2005. – 542 с.
16. Завадська О. В. Інтернет-дискурс спецслужб : український вимір / О. В. Завадська // Інтернет-комунікація в діяльності інститутів сектору безпеки: теоретико-прикладний аспект : [кол. моногр.]. – К., Луганськ : Янтар, 2013. – С. 426-476.
17. Карасик В. И. Языковой круг. Личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М. : Гнозис, 2004. – 392 с.
18. Компанцева Л. Ф. Концепт и концептуальный анализ: аналитическая палитра (составительский анализ славянских лингвистических теорий и положений философской школы Бернарда Лонергана) / Л. Ф. Компанцева // Наукові записки Луганського національного педагогічного університету. – 2005. – Вип. 6. – С. 68-97.
19. Кубрякова Е. С. Язык и культура: факты и ценности / Е.С. Кубрякова, Т. Е. Янко. – М. : Языки славян. культуры, 2001. – 595 с.
20. Методологія досліджень та використання інтернет-ресурсів (для науковців сектору безпеки та оборони) : [підручник] / [за заг. ред. Л. Ф. Компанцевої]. – К. : Нац.

акад. СБУ, 2015. – 344 с.

21. Михайлова О. А. Толерантность и терпимость: взгляд лингвиста / О. А. Михайлова // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности. – М. : ОЛМА ПРЕСС, 2005. – 542 с.

22. Олянич А. В. Презентационная теория дискурса / А. В. Олянич. – Волгоград : Перемена, 2004. – 507 с.

23. Пелепейченко Л. М. Мовний вплив у військовому дискурсі : [монографія] / Л. М. Пелепейченко, В. В. Посмітна. – Х. : НАНГУ, 2014. – 150 с.

24. Русакова О. Ф. PR-Дискурс: Теоретико-методологический анализ / О. Ф. Русакова, В. М. Русаков. – Екатеринбург : УрО РАН, 2008. – С. 3-7.

25. Серю П. Как читают тексты во Франции / П. Серю // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса. – М. : Прогресс, 2002. – С. 14-53.

26. Скидан О. П. Математический концепт и его категориальная структура // Концепты : [научные труды] / О. П. Скидан. – Архангельск : Изд-во Поморского университета, 1997. – Вып. 1. – С. 36-52.

27. Слухай Н. В. Когнітологія та концептологія в лінгвістичному висвітленні : [навч. посібник] / Н. В. Слухай, О. С. Снитко, Т. П. Вільчинська. – К. : Вид.-поліграф. центр «Київський університет», 2011. – 367 с.

28. Тичер С. Методы анализа текста и дискурса / С. Тичер, М. Мейер, Р. Водак и др. – Х. : Гуманитарный центр, 2009. – С. 198-199.

29. Уолцер М. О терпимости / М. Уолцер, 2008 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://audio-knigki.ru/psihologiya/12106-uolcer-maykl-o-terpi-mosti.html>.

30. Хабермас Ю. Когда мы должны быть толерантными? О конкуренции видений мира, ценностей и теорий / Ю. Хабермас // Социологические исследования. – 2006. – № 1. – С. 45-53.

31. Хасан Б. И. Конструктивная психология конфликта / Б. И. Хасан. – СПб. : Питер, 2003. – 250 с.

32. Ширяева Т. Общекультурные и институциональные особенности дискурса / Т. Ширяева, 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.Psibook.com/linguistics/obschekulturnye-i-institutsionalnye-osobennosti-diskursa.html>.

33. Философский энциклопедический словарь / [ред.-состав. : Е. Ф. Губский, Г. В. Кораблёва, В. А. Лутченко]. – М. : Инфра-М, 1999. – 576 с.

34. Шреер Ф. Трансформування розвідувальних служб: як зробити їх більш сильними, динамічними і ефективними / Ф. Шреер [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.demlib.com>.

35. Южакова Ю. В. Толерантность массово-информационного дискурса идеологической направленности : дисс. ... канд. филол. наук / Ю. В. Южакова. – Челябинск, 2007. – 203 с.

36. Fairclough N. Analysing Discourse : Textual Analysis for Social Research / N. Fairclough. – London : Routledge, 2003. – 257 p.

37. Fauconnier G. Mental Spaces: Aspects of Meaning, Construction in Natural Language / G. Fauconnier. – Cambridge : Cambridge University Press, 1994. – 190 p.

38. Harris Z. Discourse Analysis / Z. Harris // Language. – 1952. – № 17. – P. 1-30.

39. Jackendoff R. What is a concept? / R. Jackendoff // Frames, fields, and contrasts. New essays in semantics and lexical organisation. – Hillsdale, 1992. – P. 629-643.

40. Jäger S. Text- und Diskursanalyse. Eine Anleitung zur Analyse politischer Texte. Mit zwei Beispielanalysen / S. Jäger. – Dortmund. : Pädagogische Arbeitsstelle, 1991. – 214 S.

41. Nye J. Soft Power: The Means to Success in World Politics / J. Nye [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.uffingtonpost.com/joseph-nye/smart-power_b_74725.html.

42. Pecheux M. Language, Semantic and Ideology / M. Pecheux. – London : Macmillan, 1982. – 247 p.

43. Ratchev V. Civilianisation of the Defence Ministry: Functional Approach to a Modern Defence Institution / V. Ratchev [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.dcaf.ch/Publications/Civilianisation-of-theDefenceMinistryAFunctionalApproachtoaModern-Defence..>

44. Ross C. Pillars of Public Diplomacy : Grappling with International Public opinion (Perspectives) / C. Ross. – Harvard International Review, 2003. – 230 p.

РЕКОМЕНДАЦІ ЩОДО КОМУНІКАТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ОФІЦІЙНИХ САЙТІВ ІНСТИТУТІВ СЕКТОРУ БЕЗПЕКИ І ОБОРОНИ ТА ДЕРЖАВНИХ ОРГАНІВ ЗА ПРИНЦИПОМ ТОЛЕРАНТНОСТІ

Сучасний світ задля запобігання конфліктів вибудовує комунікативні практики у парадигмі *ТОЛЕРАНТНІСТЬ – НУЛЬОВА ТОЛЕРАНТНІСТЬ*, що передбачає реалізацію певних **комунікативних правил** – конкретних рекомендацій щодо реалізації установки на толерантну взаємодію. Комунікативне правило має імперативну форму (говори так/не говори так) і є максимально конкретною рекомендацією в області комунікативної поведінки.

ТОЛЕРАНТНІСТЬ (англ. *Tolerance*) – здатність до визнання або справжнє визнання та повага вірувань і звичаїв інших людей.

ІНТОЛЕРАНТНІСТЬ – приниження гідності людини або спільнот, невизнання права бути «іншим»; демонстрація переваг власної ціннісної (особистісної, національної тощо) системи над іншими.

НУЛЬОВА ТОЛЕРАНТНІСТЬ (англ. *Zero Tolerance*) – стратегія упередженого ставлення органів правопорядку до правопорушень різного рівня та правопорушників, зокрема потенційних, що передбачає максимально можливі згідно з законом обмеження і санкції. В Україні стратегія нульової толерантності була оголошена по відношенню до проявів корупції.

ДИСКУРС ТОЛЕРАНТНОСТІ – тип соціальної поведінки, всі складові якої орієнтовані на забезпечення гарантованого правопорядку, що реалізується в комунікативних стратегіях підтримки й позиціонування норм і цінностей громадянського суспільства, реалізації права бути «іншим», демонстрації активної громадянської позиції, попередження конфліктів.

Для безпекових інститутів та державних органів актуальним є організація інституційного дискурсу за принципами толерантності.

ІНСТИТУЦІЙНИЙ ДИСКУРС – стійка система статусно-рольових відношень, що склалася в комунікативному просторі життєдіяльності певного соціального інституту, має визначену систему обмежень, здійснює конструювання соціальних відносин у парадигмі *адресант* (соціальний інститут) – *адресат* (громадянське суспільство).

Інституційний дискурс офіційних сайтів певних інститутів, організований за принципом толерантності, передбачає діалогічність – основний критерій толерантного дискурсу та має такі характеристики:

I. Дискурсивний рівень актуалізує адресант-адресатні відношення:

1) сегментація адресата: напр. жінки, чоловіки, діти, молодь, люди поважного віку, ветерани, представники певних професій, люди з особливими потребами, люди, що оступилися (але зрозуміли хибність поглядів), представники різних (національних, культурних) меншин;

2) дистанціювання адресантів від вираження негативної оцінки, імперсоналізації позиції;

3) «упаковка» медіатексту (заголовки, вступна частина, висновки)

маніфестує його ідеологічну спрямованість і значною мірою впливає на сприйняття всього тексту. Від тональності «рамки» залежить те, як відвідувач ресурсу сприйме запропоновану інформацію: зі знаком «плюс», «мінус» або просто прийме її до відома (сприйме нейтрально);

4) цитатія дозволяє реалізовувати негативну інтенцію (висловити негативне ставлення до об'єкта) використовуючи висловлювання інших людей. За допомогою цього прийому адресант дистанціюється від сказаного і виступає в ролі провідника переданої інформації, провідника чужої думки – неупередженого, об'єктивного, толерантного спостерігача;

5) реалізація ілюктивних установок на безконфліктність, некатегоричність, неімпозитивність комунікації:

а) установка на безконфліктність передбачає запобігання розміщення матеріалів, що можуть викликати суперечки, і конфліктам у певних групах громадянського суспільства, якщо ці суперечки спостерігалися в «реальних» комунікаціях безпекових і державних органів із громадянським суспільством, матеріали сайту мають бути спрямовані на їхнє врегулювання через *компромiс* і *збереження «обличчя»* двох сторін.

Установка на запобігання (профілактику) конфлікту реалізується в таких комунікативних правилах:

- переважання неконфліктної тематики спілкування;
- небажаність публічного позиціонування розбіжностей;
- недопущення відкритого протистояння, що може бути спровоковано матеріалами офіційних ресурсів;
- мінімізація матеріалів емоційного характеру;
- демонстрація поваги до різних цільових аудиторій (жінок, пенсіонерів, студентів тощо), зокрема менш захищених (біженців, інвалідів, переселенців), наприклад невикористання стверджень, які закріплюють гендерні стереотипи: *усі чоловіки – чудові керівники; усі жінки – відмінні підлеглі;*
- уникати «активного пошуку ворога», що втілюється за допомогою різних протиставлень, тобто амплітудної лексики: *свій – чужий, олігарх – злидень;*
- уникати використання стереотипів, особливо етностереотипів – тобто загальної сукупності уявлень про представників етносу, його інтелектуальний та моральний рівень.

Стратегія компромісу у поданні матеріалів передбачає такі установки:

- визнання права представників громадянського суспільства на інакшість – релігійну, гендерну, національно-культурну;
- установка на кооперацію під час висвітлення дискусійних питань;
- представлення дискусійних питань як таких, що спрямовані на спільне вирішення проблеми, а не на демонстрацію власної позиції.

Стратегія «збереження обличчя» передбачає виконання таких правил:

- жодна цільова аудиторія не має бути принижений в матеріалах сайту;
- позиція ІСБО і державних відомств на сайтах не має демонструвати зверхнього ставлення до певних цільових аудиторій;
- матеріали ресурсу не мають містити негативну оцінку цільових

аудиторій, якщо їхні дії не суперечать нормам права і закону; «залишати» аудиторію з цією оцінкою;

- обирати такі матеріали, які не можуть викликати конфлікт у громадянському суспільстві.

б) **установка на некатегоричність** реалізується за такими правилами:

- уникати різких оцінок дій представників громадськості;
- уникати яскравих оціночних емоцій в поданні матеріалів;
- пом'якшувати прохання і розпорядження, розміщені на ресурсах, звертається безпосередньо до тих аудиторій, на яких орієнтовано повідомлення;

- під час інтернет-опитувань уникати категоричних формулювань;

- не «роздавати оцінки» – ситуаціям, подіям, третій особі;

- не відносити людей до певних категорій, не навішувати ярлики;

в) **установка на неімпозитивність** передбачає визнання адресантом недоторканості адресата, демонстрацію ненав'язування йому офіційної позиції, рекомендований характер певних настанов, зокрема:

- ввічливе дистанціювання, невтручання;

- підтримання дистанції в комунікаціях;

- мінімізацію порад та розпоряджень;

- дотримання норм формального спілкування;

- дотримання формальної ввічливості, правил мовного етикету;

- неприпустимість несанкціонованого вторгнення в особисте життя адресата, висвітлення тем, що зачіпають особисті проблеми (де навчався, хто за професією, яка квартира, чи є машина і будинок, яке місце проживання, джерело існування, де жив раніше, чи є віруючим, до якої конфесії належить, за кого голосує).

II. Прагматичний рівень. Ретушування інструментальної мовної агресії, пом'якшення експліцитної негативної оцінки, тобто коригування вихідної інтенції суб'єкта висловлювання. Мовній толерантності сприяє все, що знижує експресивність, афективність та інтенсифікацію висловлювання.

До імпліцитних способів вираження негативної оцінки відносяться:

- іронія;

- опис діяльності об'єкта висловлювання як його непрямі характеристики, що володіє певною аксіологічною цінністю;

- апеляція до культурно, соціально, ідеологічно значущих концептів, що поділяють учасників описуваних подій на «своїх» і «чужих», з притаманними цим поняттям конотаціями; прийом контрасту – протиставлення діяльності «своїх» і «чужих»;

- посилання на авторитетні джерела;

- «тон розмови, вміння вислухати іншого, вчасно і доречно підтримувати тему. Ввічливість, уважність і чемність – основна вимога мовного етикету. Від чемного привітання, шляхетного потиску руки, невимушеної, ненав'язливої розмови вирашає обопільний».

III. Граматичний рівень передбачає використання синтаксичних засобів для вираження позиції адресанта; морфологічних – для зниження

категоричності висловлювання:

- використання питальної форми для ствердження;
- застосування негативних конструкцій для констатації факту;
- вживання описових конструкцій у формі підрядних означальних речень, що демонструють відносність інтерпретації подій;
- використання порівняльних конструкцій;
- застосування пропозицій з протиставним типом зв'язку;
- вживання складнопідрядних речень з підрядними уступки;
- використання морфологічних засобів (множини іменників, вищого ступеня порівняння прикметників і прислівників), також спрямовано на зниження категоричності висловлювання і пом'якшення вербалізованої оцінки.

IV. Лексичний рівень:

- зниження категоричності оцінки, що реалізується прямою вказівкою на суб'єктивність оцінки, деінтенсифікацією і виразом відносної істинності пропонованої оцінки;
- евфемізація, зокрема збільшення референційної невизначеності, зниження категоричності констатації факту (пом'якшення негативної оцінки);
- неупередженість до апріорних «особливостей» людини, пов'язаних з її віком. Наприклад, літніх людей прийнято називати «людина похилого віку»;
- контроль засобів мовленнєвого вираження, які посягають на гідність індивіда і утискають його права людини;
- «географічна толерантність», що вимагає неупередженого ставлення до жителів невеликих або провінційних міст, сіл і інших регіонів з боку столичних жителів і навпаки.

V. Словотвірний рівень. Використання засобів словотвірного рівня:

- негативних префіксів;
- подолання сексизму у контексті індивідуального або групового комікативно-поведінкового прояву, вирівнювання відносин між чоловічою та жіночою статтю, зокрема в титулах:
- шляхом вживання множини іменника: *парламентарій – парламентарії*; використання суфіксів *-ка, -ця, -са, -иня* та ін., напр. *полковниця, дисертантка, ворогиня*;
- класи означальних та неозначальних займенників (*всякий, інший, хтось, хто-небудь, будь-хто*) імпліцитно апелюють до чоловічого роду (*хтось сказав, подумав, вирішив*). Подолати опір можна використовуючи множину (*хтось казав – казали*). Замість *кожен із нас* можна вживати *кожна людина (кожна особа, кожна із нас – для жіночих колективів)*;
- використання стратегії нейтралізації: замість *українські студенти і українські студентки протестували – українське студентство протестувало*, вживання нейтральних слів *когорта, спільнота, особа, людина*.

Толерантність живиться почуттями людяності, гуманізму, солідарності, довіри. Толерантність особистості є запорукою формування толерантної атмосфери суспільства загалом, оскільки принцип толерантності є основоположним для розбудови цивілізованого демократичного суспільства.

СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ОКРЕМІ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНІ КАМПАНІЇ

ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОПЕРАЦІЇ РФ ЩОДО ДЕСТАБІЛІЗАЦІЙНИХ ДІЙ В УКРАЇНІ ЯК СИСТЕМНА РЕАЛІЗАЦІЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ

Мирослав Гай

Вступ

Інформаційно-психологічні операції РФ проти України мають системний, довгостроковий, стратегічний характер.

У цьому розділі запропоновано аналіз деструктивних дій РФ в інформаційному просторі за принципом від «меншого до більшого». Аналіз здійснено за матеріалами керівних документів РФ щодо дій в інформаційному просторі [2-4], словника Д. Рогозина «Війна і мир у термінах та визначеннях» [5], повідомлень ЗМІ, відео-свідчень захватницьких дій РФ в Криму, інтерв'ю різних років з президентом РФ В. Путіним.

Завдання цього розділу – продемонструвати не лише військовим експертам, а й пересічним громадянам системний характер деструктивних інформаційно-психологічних дій РФ; запропонувати певні рекомендації з аналізу, оцінки та протидії цим впливам.

Поняттєвий апарат інформаційної війни в науковому та медійному дискурсах РФ

Вперше про створення в РФ військ інформаційних операцій, до завдань яких, крім організації хакерських атак, віднесено пропаганду та ІПСО, було офіційно оголошено міністром оборони РФ С. Шойгу 22 лютого 2017 р. (<https://tvrzvezda.ru/news/forces/content/201702221448-lzgy.htm>). Проте безпосереднє створення

таких військ почалося набагато раніше. Публічно про них заговорили у 2012 р. (<http://iass.ru/politika/1179830>).

У воєнно-політичному словнику «Війна і мир у термінах та визначеннях» (<http://voina-i-mir.ru>) під загальною редакцією Д. Рогозіна – колишнього заступника голови уряду РФ, віце-прем'єра РФ. Д. Рогозін, персона нон грата в Україні за поданням СБ України, – один із провідних урядовців РФ, які безпосередньо причетні до агресії в Україні. Проти нього введенні персональні санкції США. Саме його називають «головним яструбом зовнішньої політики РФ», зокрема захватницького спрямування. Крім Д. Рогозіна до авторського колективу словника увійшли відомі політичні та військові діячі РФ – В. Семін (колишній керівник групи з воєнно-стратегічних питань Постійного представництва РФ при НАТО, професор, доктор технічних наук), Д. Лоскутов (керівник групи воєнно-технічної і оборонної співпраці Постійного представництва РФ при НАТО). Словник широко використовується військовими установами РФ, що наголошено в анотації видання: «... широко використовується у роботі Ради безпеки, Міністерства оборони, Міністерства іноземних справ, Генштаба ЗС, міжнародних секретаріатів СНД, ОДКБ (організації договору з колективної безпеки) і ШОС (Шанхайської організації співробітництва), у вузах, а також воєнними оглядачами провідних ЗМІ» (<https://archive.is/Cbqjm>). Словник закріплює поняттєвий апарат інформаційної війни не лише в науковій, а й національній російській картині світу.

Блок 1. Тлумачення поняття інформаційні операції, за [5]

ГЛАВА 3. ВІЙНИ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ

3.28. ІНФОРМАЦІЙНІ ОПЕРАЦІЇ

ІНФОРМАЦІЙНІ ОПЕРАЦІЇ – комплексний термін, що об'єднує поняття електронної війни, комп'ютерних мережевих операцій (радіоелектронної боротьби), психологічних операцій, воєнної дезінформації, що має на меті впливати, порушувати нормальну діяльність, пошкоджувати чи захоплювати засоби підтримки ухвалення рішень керівним складом противника, а також заходи, спрямовані на підвищення захисту від дій противника у відповідь.

Інформаційні операції здійснюються як на рівні автоматизованих комп'ютерно-інформаційних систем, так і на людському рівні для впливу на особовий склад ЗС противника, населення будь-якого регіону чи будь-яку соціальну групу.

Найважливіша частина комплексу інформаційних операцій – **психологічні операції**.

Аналіз наведеного фрагменту дозволяє зробити висновок, що найважливішою частиною комплексу інформаційних операцій еліта РФ, що відповідає за формування воєнної доктрини та оборонний комплекс, вважає не кібербезпеку, як активно запевняв С. Шойгу, а психологічні операції.

Блок 2. Тлумачення поняття *психологічні операції*, за [5]

ГЛАВА 3. ВІЙНИ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ 3.29. ПСИХОЛОГІЧНІ ОПЕРАЦІЇ

ПСИХОЛОГІЧНІ ОПЕРАЦІЇ (інформаційно-психологічні операції) – 1) інформаційні дії збройних сил, що призводять до деморалізації та дезорганізації противника; 2) у широкому сенсі – цілеспрямована діяльність будь-яких урядових і неурядових структур у мирний час, загрозливий період або воєнний час, яка має на меті зміну поглядів противника, союзника чи нейтральних аудиторій, представників ЗС або цивільних осіб у вигідний для ініціатора такої діяльності бік.

Психологічні операції містять у собі агітацію, пропаганду та інші сплановані дії, що забезпечують вплив на свідомість, емоції, мотиви, міркування, переконання в особистій правоті та, врешті, поведінку цільової аудиторії. Об'єктом впливу у психологічних операціях можуть бути як окремі особи (зокрема, особи, що ухвалюють рішення і «лідери думок»), так й іноземні уряди і організації в цілому. В останньому випадку застосовуються заходи маніпулювання психологією мас, що розробляються наукою, відомою як психологія мас (натовпу). Вона ґрунтується на тому, що індивідууми, об'єднані в натовп, мають низку рис, не притаманних їм окремо: надмірну емоційність та ірраціональність, відчуття єдності та універсальності декларованих поглядів і думок, падіння рівня відповідальності, причиною чого є анонімність.

Здебільшого, основним інструментом керування психологією мас є пропаганда. Виокремлюють білу (джерело достеменно відоме), сіру (джерело відоме недостеменно або невідоме), чорну пропаганду (джерело замінене на інше). Як правило, ініціатори такої діяльності не використовують термін «пропаганда» для опису своєї роботи, бо він може асоціюватися з обманом і маніпуляцією, а в багатьох зарубіжних аудиторіях – із радянською пропагандою часів «холодної війни». Евфемізмом «пропаганди» впродовж довгого часу була «суспільна дипломатія», однак останні роки вона набула ширшого сенсу.

Цілеспрямовані психологічні операції, направлені на цивільне населення регіону, де перебувають власні збройні сили або сили союзників, називаються заходами з психологічної консолідації.

Тероризм як засіб впливу на ухвалення політичних рішень стороною противника відрізняється від психологічних операцій тим, що пов'язаний не тільки з інформаційним, але й фізичним насильством, а також здійснюється без так званих «законів війни».

Для розуміння сутності інформаційних операцій, що здійснює РФ, вважаємо за необхідне навести ще одне поняття, запропоноване словником [5], – *інформаційна війна*.

Блок 3. Тлумачення поняття *інформаційна війна*, за [5]

ГЛАВА 3. ВІЙНИ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ 3.26. ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА

ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА – інтенсивне протиборство в інформаційному просторі для досягнення інформаційної, психологічної та ідеологічної переваги, нанесення

шкоди інформаційним системам, процесам і ресурсам, критично важливим структурам і засобам комунікацій (інформаційно-технічна, мережецентрична і кібервійна), підриву політичної і соціальної систем, а також масованої психологічної обробки особового складу військ і населення (інформаційно-психологічна війна).

Термін «інформаційна війна» використовується у двох значеннях:

- у широкому сенсі – для позначення протипротивника в інформаційному середовищі та масовій інформації для досягнення різноманітних політичних цілей;
- у вузькому сенсі – як інформаційні воєнні дії, воєнне протипротивника в інформаційному полі для досягнення односторонніх переваг під час збирання, обробки та використання інформації на полі бою (в операції, битві), послаблення ефективності дій противника у відповідь.

Як явище з'явилося, щонайменше, наприкінці Другої світової війни, а як поняття почало використовуватись у 80-х роках ХХ століття, особливо в США під час проведення «холодної війни».

Як воєнно-політична категорія інформаційна війна визначається таким чином: сукупність способів впливу на свідомість усіх соціальних груп держави-противника для спотворення або зміни знань про основні соціальні і природні явища, і як наслідок – для ослаблення або руйнації підвалин суспільства, що створює умови для дезорганізації заходів з протидії агресії.

Містить систему заходів, спрямованих на підрив морально-психологічного стану населення й особового складу ЗС противника, а також на захист від таких самих дій з боку ворога. Інформаційно-психологічна війна поєднується з заходами на зміцнення морального духу і патріотизму своїх військ і населення.

Основу інформаційно-психологічної війни в сучасних умовах можуть складати підготовка і проведення крупних інформаційних і психологічних операцій за спеціально розробленими планами з визначеними цілями, головними з яких можуть бути такі:

- ослаблення обороноспроможності противника, підрив боєготовності і боєздатності його військ, непохитності авторитету військового керівництва і командного складу, зниження бойової міцності особового складу і його моральне розкладання, порушення нормальної роботи тилу ЗС;
- організація «керованих криз», дискредитація політичного керівництва противника, ініціювання серед населення держави-противника незадоволення, безладів, панічних настроїв, а в деяких випадках – громадянської війни;
- приховування цілей і масштабів війни (насамперед загарбницької, несправедливої) для ослаблення антивоєнних настроїв у своїх країнах і створення образу ворога в особі противника. Може здійснюватися як у воєнний, так і в мирний час.

Інформаційна війна у воєнний час характеризується підвищеною інтенсивністю, як правило, меншою тривалістю, агресивнішим використанням різноманітних методик інформаційного впливу, що пов'язано з тим, що короткострокові цілі інформаційного впливу в такому випадку мають пріоритет над довгостроковою стратегією.

Інформаційна війна в мирний час проводиться у формі інформаційного протипротивника на всіх ділянках суспільного життя: в економіці, політиці, соціальних взаєминах, духовному житті й особливо в ідеології. В ідеологічній сфері ставиться завдання розмити філософські та методологічні основи пізнавальної діяльності народу держави-противника, посягти в його свідомості хаос, позбавити впевненості у своєму майбутньому, впровадити неправильні економічні і моральні установки. Кінцевою метою інформаційного протипротивника є завоювання й утримання інформаційної переваги над противником у збиранні, обробці, розповсюдженні інформації, а також протидії відповідній діяльності противника.

Дезінформація реалізується, як правило, через усі види засобів масової інформації протягом тривалого часу. Впровадження агентури впливу в ЗМІ протипротивника дозволяє маніпулювати громадською свідомістю, застосовувати спеціальні засоби

«зомбування». Основним засобом ведення інформаційної війни є інформаційні та психологічні операції.

Останнім часом усе частіше використовується термін *стратегічні комунікації* – задіяння з єдиною метою комплексу всіх доступних засобів впливу на інформацію та інформаційні системи цільової аудиторії, включаючи зв'язки з громадськістю, рекламу, військову інформацію, агітацію, пропаганду, суспільну дипломатію та інше. Сумісне і скоординоване використання цих засобів дозволяє досягати синергетичного ефекту. В економічній науці синонімом стратегічних комунікацій є інтегровані маркетингові комунікації.

Можна сміливо говорити про те, що вище воєнно-політичне керівництво РФ дотримується описаних вище методів ведення війни, зокрема проти України. Так, президент РФ і головнокомандувач ЗС РФ, підполковник КГБ, а згодом після його переформування – ФСБ, В. Путін неодноразово брехав про ситуацію зі збройним захопленням Криму, а згодом і частин Донецької та Луганської областей на Сході України.

Наприклад, після захоплення російським спецназом стратегічних об'єктів Криму 27.02.2014 р. та початку фази активних заходів по захопленню півострова, В. Путін особисто дав прес-конференцію 4 березня, де на запитання журналістів щодо участі російських військових у захопленні Криму дав негативну відповідь (<https://www.youtube.com/watch?v=ZwspcvY5kvg>), не зважаючи на те, що поява російських військових, зокрема спецназу, на цивільних об'єктах та біля українських воєнних баз вже фіксувалася цивільними. Онлайн трансляція українських журналістів у режимі реального часу (<https://www.youtube.com/watch?v=b0Z8ymyhx8A&feature=youtu.be>) потрапила у мережу 04.03.2014 р. Цей фрагмент – яскравий приклад того, як новітні засоби фіксації інформації (телефони з камерами) ускладнюють проведення навіть вдало спланованої операції. Журналіст просто зробив стрім (англ. *stream* – потік; пряма трансляція в мережевих ресурсах, що дозволяє тисячам глядачів спостерігати в реальному часі за певними подіями) з військовими характерної зовнішності без розпізнавальних знаків, що захопили стратегічний об'єкт у Криму, та навіть поставив запитання одному з них – хто і чому захопив об'єкт. Надана відповідь була зафіксована – «ми – росіяни».

Пізніше, 15.03.2015 р., відбулася прем'єра пропагандистського фільму «Крим. Шлях до Батьківщини», де В. Путін публічно визнав участь збройних формувань РФ та спецназу ГРУ РФ у Кримських подіях 2014 р. та готовність РФ використати в той час ядерну зброю в разі масштабного спротиву України

В. Путіним було зроблено ще кілька заяв, де він визнає використання ЗС РФ для захоплення Криму (https://www.youtube.com/watch?v=G_zTMa1cQh4; <https://www.youtube.com/watch?v=THUKAZr39c8>). Отже, вище воєнно-політичне керівництво РФ задіяне у низці деструктивних заходів: приховуванні дестабілізуючих дій армії РФ, введенні в оману тих, кого РФ вважає противником, а саме військового керівництва країн НАТО і зокрема США; дезорієнтації населення на території агресії та міжнародних дипломатичних кіл для створення викривленої картини перебігу подій та ролі РФ в їхній організації; отриманні політичних дивідендів серед російської аудиторії та виборців після завершення спеціальної операції з окупації Криму тощо. Отже, можна стверджувати, що словник Д. Рогозіна відображає не бажаний, а реальний стан справ в РФ щодо розгортання інформаційних, психологічних операцій та ведення інформаційної війни.

Вочевидь, інформаційні операції РФ не замикаються на заявах її вищого керівництва. Ще у 2013 р. один із головних пропагандистських каналів РФ продемонстрував сюжет про створення в РФ підрозділів сил спеціальних операцій, що мають проводити бойові нелегальні операції за кордоном, метою яких є політична дестабілізація та розхитування економічної і соціально-політичної ситуації в країнах з метою реалізації певних інтересів РФ (<https://www.youtube.com/watch?v=Ign7n03tXxw>). Цей фрагмент пояснює, про який спецназ у Криму йшла мова під час інтерв'ю В. Путіна 2014 р.

Закономірно виникають кілька питань: чи можна назвати ці розрізнені факти участі російського військового політичного керівництва в актах дезінформації світової спільноти явищами воєнного характеру? чи мають ці деструктивні дії з дезінформації та пропаганди системний характер? чи всі наведені приклади можуть бути оцінені як приватна думка окремих представників керівництва РФ? Відповіді на ці питання можуть бути знайдені під час уважного прочитання керівних документів РФ.

Легалізація інформаційної агресії в керівних документах РФ

Сутність інформаційних операцій чітко розкрита у воєнній та інформаційній доктринах РФ, де зокрема акцентується роль вищого

політичного керівництва країни. Аналіз воєнних доктрин (2000, 2010 рр.) та Доктрини інформаційної безпеки (2000 р.) довів, що заяви президента та очільників силових відомств РФ мають розглядатися не як окремі непов'язані факти брехні, омовки чи дезінформації, а як елементи системного впливу. Самі ж доктрини орієнтовані на формування загального курсу держави у певні періоди, політику майбутнього. Оскільки підготовка воєнної кампанії чи окупації займає тривалий проміжок часу, підготовча фаза агресивних дій вдало маскується, то об'єкт агресії може не ідентифікувати загрози. Аналіз нормативних документів дозволить зібрати серйозне доказове підґрунтя агресії, що здійснюється в Україні, а в майбутньому буде розгортатися у більш глобальному масштабі. Так, порівняння воєнних доктрин 2000 р. та 2010 р. дозволяє зробити висновки щодо системності інформаційних війн, здійснюваних РФ, та послідовну зміну етапів інформаційного впливу.

Таблиця 1. Системність інформаційної агресії РФ крізь призму воєнних доктрин (2000, 2010 рр.)

Параметри для порівняння	Воєнна доктрина РФ, 2000 р. [2]	Воєнна доктрина РФ, 2010 р. [3]
Сутність доктрини	«Военная доктрина РФ (далее именуется – Военная доктрина) представляет собой совокупность официальных взглядов (установок), определяющих военно-политические, военно-стратегические и военно-экономические основы обеспечения военной безопасности РФ» ¹ .	«Военная доктрина является одним из основных документов стратегического планирования в России. Военная доктрина отражает приверженность РФ к использованию политических, дипломатических, правовых, экономических, экологических, информационных , военных и других инструментов защиты национальных интересов РФ и интересов ее союзников».
Методи реалізації воєнної доктрини	«Реализация Военной доктрины достигается за счет централизации государственного и военного управления, осуществления комплекса политических, дипломатических, экономических, социальных, информационных , правовых, военных и других мер, направленных на обеспечение военной безопасности РФ и ее	«Реализация Военной доктрины достигается путем централизации государственного управления в военной области и осуществляется в соответствии с федеральным законодательством, нормативными правовыми актами Президента РФ,

¹ Офіційні документи РФ цитуються мовою оригіналу

	союзников».	Правительства РФ и федеральных органов исполнительной власти».
Інформаційне протидіє	П. б) «в угрожаемый период и с началом войны (вооруженного конфликта) ... организация и скоординированное ведение вооруженной, политической, дипломатической, информационной , экономической и других видов борьбы».	П.ІV.41 в) «развитие сил и средств информационного противоборства ...»
Характер війн і збройних конфліктів	«П. Военно-стратегические основы. Характер войн и вооруженных конфликтов» «... широкое использование не прямых, неkontaktных и других (в том числе нетрадиционных) форм и способов действий, дальнего огневого и электронного поражения; активное информационное противоборство, дезориентация общественного мнения в отдельных государствах и мирового сообщества в целом; стремление сторон к дезорганизации системы государственного и военного управления».	П. П.11 г) «усиление роли информационного противоборства ...». П. П.13 г) «заблаговременное проведение мероприятий информационного противоборства для достижения политических целей без применения военной силы, а в последующем – в интересах формирования благоприятной реакции мирового сообщества на применение военной силы».
Період перед масштабною чи регіональною війною	«10. Крупномасштабной (региональной) войне может предшествовать угрожаемый период». «11. Крупномасштабная (региональная) война может иметь начальный период, основным содержанием которого является напряженная вооруженная борьба за овладение стратегической инициативой, сохранение устойчивого государственного и военного управления, достижение превосходства в информационной сфере, завоевание (удержание) господства в воздухе».	
Головні зовнішні загрози	«8. Основные внешние военные опасности: а) стремление наделить силовой потенциал Организации Североатлантического договора (НАТО) глобальными функциями, реализуемыми в нарушение норм международного права,	

	<p>приблизить военную инфраструктуру стран – членов НАТО к границам РФ, в том числе путем расширения блока;</p> <p>б) попытки дестабилизировать обстановку в отдельных государствах и регионах и подорвать стратегическую стабильность;</p> <p>в) развертывание (наращивание) воинских контингентов иностранных государств (групп государств) на территориях сопредельных с РФ и ее союзниками государств, а также в прилегающих акваториях;</p> <p>г) создание и развертывание систем стратегической противоракетной обороны, подрывающих глобальную стабильность и нарушающих сложившееся соотношение сил в ракетно-ядерной сфере, а также милитаризация космического пространства, развертывание стратегических неядерных систем высокоточного оружия».</p>	
--	---	--

Порівняння доктрин 2000 р. і 2010 р. дозволяє зробити висновки щодо послідовної реалізації стратегічного плану з тотальної інформаційної війни РФ, де суттєве місце відводиться інформаційним і психологічним операціям, визначення поняттєвого апарату яких було запропоновано словником під редакцією Д. Rogozina: складові інформаційних операцій – кібервійна, дезінформація і психологічні операції доктринами РФ визначені як важливі елементи державної стратегії РФ, а їхнє використання обґрунтовано як для воєнного, так і для мирного часу.

У доктринах визначено час, коли РФ має розпочинати нарощування засобів та сил інформаційного протиборства – *«в угрожаемый период и с началом войны (вооруженного конфликта)»*. Але ідентифікації загрозливого періоду не надається. Таким чином, військове керівництво РФ, само себе зобов'язало розпочинати повноцінне інформаційне протиборство у будь-який час, коли буде вирішено, що виникли певні загрози для країни. Зважаючи на те, що у доктрині 2010 р. загрози безпеці РФ не визначено, можна зробити висновок, що загрози 2000 р. *(а) стремление наделить силовой потенциал*

Организации Североатлантического договора (НАТО) глобальными функциями, реализуемыми в нарушение норм международного права, приблизить военную инфраструктуру стран – членов НАТО к границам РФ, в том числе путем расширения блока; б) попытки дестабилизировать обстановку в отдельных государствах и регионах и подорвать стратегическую стабильность та інші) керівництво РФ вважає реалізованими. Отже, можна зробити припущення, що воєнні доктрини РФ стали підґрунтям використання заходів воєнного характеру, яким передувала інформаційна агресія, що визнана нормативними документами РФ як стратегічний напрямок держави. Висновки: захоплення Криму та початок війни на Донбасі лише етапи російської агресії.

Усі наведені положення підтверджуються аналізом «Доктрини інформаційної безпеки Російської Федерації» [4], яка була легітимна на початок 2014 р. Ця доктрина визнається сукупністю *«официальных взглядов на цели, задачи, принципы и основные направления обеспечения информационной безопасности РФ ...; служит основой для: формирования государственной политики в области обеспечения информационной безопасности РФ; подготовки предложений по совершенствованию правового, методического, научно-технического и организационного обеспечения информационной безопасности РФ; разработки целевых программ обеспечения информационной безопасности Российской Федерации. ... развивает Концепцию национальной безопасности РФ применительно к информационной сфере»* [4].

У доктрині визначено внутрішні та зовнішні джерела загроз інформаційній безпеці РФ. До зовнішніх джерел відносяться *«деятельность иностранных политических, экономических, военных, разведывательных и информационных структур, направленная против интересов РФ в информационной сфере; стремление ряда стран к доминированию и ущемлению интересов России в мировом информационном пространстве, вытеснению ее с внешнего и внутреннего информационных рынков; обострение международной конкуренции за обладание информационными технологиями и ресурсами; деятельность международных*

*террористических организаций; увеличение технологического отрыва ведущих держав мира и наращивание их возможностей по противодействию созданию конкурентоспособных российских информационных технологий; деятельность космических, воздушных, морских и наземных технических и иных средств (видов) разведки иностранных государств; разработка рядом государств концепций информационных войн, **предусматривающих создание средств опасного воздействия на информационные сферы других стран мира**, нарушение нормального функционирования информационных и телекоммуникационных систем, сохранности информационных ресурсов, получение несанкционированного доступа к ним» [4].*

Цими положеннями РФ обґрунтовує можливість та необхідність подальшого розвинення інформаційного протиборства у будь-який зручний для себе спосіб, з цією метою на рівні стратегічного документу виправдовує власні дії. Під необхідність протидії підпадають, фактично, будь-які нові технології, соціальні медіа, іноземні ЗМІ тощо. Таким чином, на рівні державного документу обґрунтовано необхідність для держави вести постійну інформаційну війну. Як результат, уся держава стає механізмом, який має системно забезпечувати інформаційне протиборство. *«К наиболее важным объектам обеспечения информационной безопасности РФ в сфере внешней политики относятся: **информационные ресурсы федеральных органов исполнительной власти**, реализующих внешнюю политику РФ, российских представительств и организаций за рубежом, представительств РФ при международных организациях; информационные ресурсы представительств федеральных органов исполнительной власти, реализующих внешнюю политику РФ, на территориях субъектов РФ; **информационные ресурсы российских предприятий, учреждений и организаций, подведомственных федеральным органам исполнительной власти, реализующим внешнюю политику РФ; блокирование деятельности российских средств массовой информации по разъяснению зарубежной аудитории целей и основных направлений государственной политики РФ, ее мнения по социально значимым событиям российской и международной жизни»** [4].* Отже, до

інформаційної війни можуть бути залучені усі державні інститути та підприємства – все те, що забезпечує інформаційне домінування РФ.

Стратегічні документи РФ спрямовані на контроль не лише зовнішньої та внутрішньої політики країни, але й духовного життя громадян. *«Обеспечение информационной безопасности РФ в сфере духовной жизни имеет целью защиту конституционных прав и свобод человека и гражданина, связанных с развитием, формированием и поведением личности, свободой массового информирования, использования культурного, духовно-нравственного наследия, исторических традиций и норм общественной жизни, с сохранением культурного достояния всех народов России, реализацией конституционных ограничений прав и свобод человека и гражданина в интересах сохранения и укрепления нравственных ценностей общества, традиций патриотизма и гуманизма, здоровья граждан, культурного и научного потенциала РФ, обеспечения обороноспособности и безопасности государства»; «наибольшую опасность в сфере духовной жизни представляют следующие угрозы информационной безопасности РФ: деформация системы массового информирования как за счет монополизации средств массовой информации, так и за счет неконтролируемого расширения сектора зарубежных средств массовой информации в отечественном информационном пространстве»; «неспособность современного гражданского общества России обеспечить формирование у подрастающего поколения и поддержание в обществе общественно необходимых нравственных ценностей, патриотизма и гражданской ответственности за судьбу страны» [4].*

Наведені фрагменти не викликали б здивування у повідомленнях ЗМІ, промовах ключових осіб держави, але у стратегічному державному документі ці вислови мають бути розцінені як порушення прав і свобод громадян РФ.

Серед зовнішніх загроз для об'єктів забезпечення інформаційної безпеки РФ у сфері оборони доктрина визначає такі: *«... все виды разведывательной деятельности зарубежных государств; информационно-технические воздействия (в том числе радиоэлектронная борьба, проникновение в компьютерные сети) со стороны вероятных противников; диверсионно-*

*подрывная деятельность специальных служб иностранных государств, осуществляемая методами **информационно-психологического воздействия**; деятельность иностранных политических, экономических и военных структур, направленная против интересов РФ в сфере обороны»* [4]. Таким чином, інформаційно-психологічні операції у розумінні вищого керівництва РФ – механізм впливу, визнаний державою на рівні стратегічного документу. Ретроспективно оцінюючи події 2014 р., можна стверджувати, що активне нарощування РФ потенціалу інформаційного протиборства у мирний час, актуалізація пріоритетних загроз – підґрунтя постійного проведення РФ інформаційно-психологічних операцій, в яких задіяний весь державний апарат, зокрема вище політичне та військове керівництво. Свідченням цього є визначення у доктрині головних елементів організаційної основи системи забезпечення інформаційної безпеки РФ – *«Президент РФ, Совет Федерации Федерального Собрания РФ, Государственная Дума Федерального Собрания РФ, Правительство РФ, Совет Безопасности РФ, федеральные органы исполнительной власти, межведомственные и государственные комиссии, создаваемые Президентом РФ и Правительством РФ, органы исполнительной власти субъектов РФ, органы местного самоуправления, органы судебной власти, общественные объединения, граждане, принимающие в соответствии с законодательством РФ участие в решении задач обеспечения информационной безопасности РФ. Президент РФ руководит в пределах своих конституционных полномочий органами и силами по обеспечению информационной безопасности РФ; санкционирует действия по обеспечению информационной безопасности РФ; в соответствии с законодательством РФ формирует, реорганизует и упраздняет подчиненные ему органы и силы по обеспечению информационной безопасности РФ; определяет в своих ежегодных посланиях Федеральному Собранию приоритетные направления государственной политики в области обеспечения информационной безопасности РФ, а также меры по реализации настоящей Доктрины»* [4].

Отже, розповсюдження дезінформації, зокрема та в першу чергу через перших осіб держави, є стратегічною концепцією, на яку направлені усі необхідні бюджетні ресурси РФ.

Практична реалізація доктринальних положень РФ: інформаційно-психологічні диверсії РФ у ситуації зі збиттям боїнгу МН-17

Проаналізовані доктрини РФ – суто практичний інструмент, використання якого можна прослідкувати на низці прикладів.

Так, ситуація зі збиттям боїнгу МН-17 вже увійшла в класичні приклади російської дезінформації. Спроби РФ надати докази на основі підроблених супутникових знімків щодо збиття літака українською стороною – реальне втілення російської державної політики¹.

У першій після катастрофи боїнгу МН-117 заяві МО РФ було зазначено: *«С уверенностью можно утверждать, что в период, предшествующий крушению боинга, приближение каких-либо воздушных объектов к нему с восточной стороны, в том числе со стороны населенного пункта Снежное, не обнаружено. Подчеркиваю: если бы малайзийский Боинг сбила ракета, выпущенная из любого района, находящегося восточнее точки катастрофы, то она была бы обнаружена первичным радиолокатором. Необходимо отметить, что технические возможности российских средств объективного контроля не позволяют сделать вывод о том, был ли произведен пуск ракеты с территории, находящейся южнее либо западнее точки катастрофы»* (<https://www.youtube.com/watch?v=E9cN5DxmDAg>).

Через чотири доби після катастрофи боїнга, 21.07.2014 р. МО РФ зробило ще одну заяву: *«российскими средствами контроля воздушной обстановки зафиксировано набор высоты украинскими ВВС, возможно, Су-25, в направлении малайзийского боинга»* (<https://www.crimea.kp.ru/daily/26323.5/3204312/?top=5>).

Звинувачення України та створення образу неіснуючого українського пілота мали свій розвиток у сюжетах Першого каналу РФ (http://redirect.1tv.ru/video/2014_12/HD-news-2014_12_23-21_22_26.mp4).

¹Рейсовий пасажирський літак компанії alausia Airlines було збито зенітним ракетним комплексом «Бук» російського виробництва неподалік українського міста Торез Донецької області 17.07.2014 р. Унаслідок катастрофи загинули всі пасажери та екіпаж (загалом 298 осіб). Незабаром після катастрофи РФ розпочала погужну інформаційну операцію зі звинувачення української сторони заради приховання не тільки злочину РФ проти людства, але й самого перебування російських військових на Донбасі.

Блок 4. Сюжет Першого каналу РФ щодо катастрофи МН-117

Малайзійський «Боїнг» сбил український летчик - капітан Волошин

В «деле малайзійского Боинга» появился «секретный свидетель», чьи показания снимают все обвинения с ополчения и России. И объясняют загадочное поведение западных экспертов [экслюзив «КП», инфографика, видео, аудио]

Секретный свидетель гибели малайзійского боинга: Самолет сбил украинский пилот Су-25 ракетами «воздух-воздух» «Комсомольская правда» взяла интервью у бежавшего в Россию служащего авиабазы



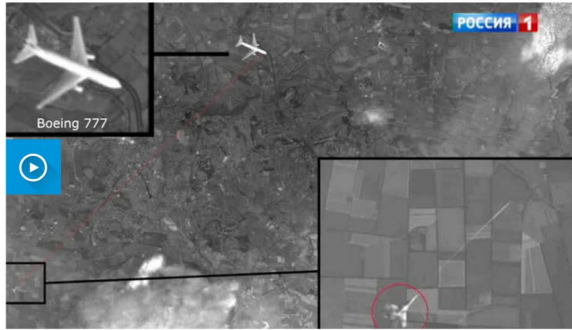
Отже, провідні медіа РФ повністю підпорядковуються інформаційним військам РФ і виконують певні завдання для забезпечення інформаційної підтримки спеціальних операцій РФ. Подібні сюжети проходили і на інших телевізійних каналах РФ (наприклад, <http://www.mk.ru/incident/2014/11/12/dannye-aviadispatcherov-podverdili-ryadom-s-boingom-rukhnuvshim-na-ukraine-letel-voennyy-samolet.html>).

До сих пір сили інформаційних операцій РФ не припиняють свою роботу щодо заниження поганих наслідків дій російської армії на Сході України для РФ і продовжують публікувати відверті фейки щодо збитого боїнга – у ЗМІ з'являються фотографії нібито зі супутника, де відверто спотворені масштаби об'єктів (<https://www.youtube.com/watch?v=hMnnz7SiHI>).

Знімок (блок 5) був прокоментований першим віце-президентом «Російського союзу інженерів» І. Андрієвським. Після цього інформаційного вкидання легалізовано «джерело» інформації з коментарем «експерта», а далі фейкову новину було розповсюджено російськими інтернет-ресурсами (<http://www.mk.ru/social/2014/11/14/sputnikovyy-snimok-istrebitya-soprovozhdavshego-boing-podtverzhaet-versiyu-mk.html>).

Блок 5. Фейкові супутникові відео щодо участі ЗС України у збитті МН-117

Фотосвідчення: "Боїнг" под Донецьком был сбит истребителем



В распоряжении "Вестей" оказались фотосвидетельства, проливающие свет на обстоятельства крушения малайзийского "Боинга" под Донецком. Из этих снимков следует, что гражданский самолет был сбит истребителем, сообщает "Россия 1".

У Российского союза инженеров, который, с российской стороны, занимался расследованием трагедии, появилась фотография последних мигновений полета лайнера, сделанная со спутника. На ней, слева и правее "Боинга", виден истребитель, а от его левого крыла идет инверсионный след ракеты воздух-воздух.

Подія обростає новими фейками, зокрема «свідченнями іспанського диспетчера Карлоса», який «бачив на радарі українські військові літаки» (<https://russian.rt.com/article/41359>).

Блок 6. Фейкові свідчення іспанського диспетчера Карлоса у викладенні російських інтернет-джерел

Испанский диспетчер: Перед катастрофой рядом с малайзийским Boeing были украинские военные самолёты

18 июля 2014, 00:08

В Сети появились первые версии крушения Boeing 777 авиакомпании Malaysia Airlines под Донецком на востоке Украины. Сотрудник аэропорта «Борисполь», авиадиспетчер испанского происхождения сообщил в своём Twitter, что за несколько минут до крушения малайзийского авиалайнера на Украине на радаре неподалёку от Boeing были замечены украинские военные самолёты. Позднее в СМИ появились сообщения о том, что аккаунт испанского диспетчера с псевдонимом sprainbusa в Twitter является фейковым и заблокирован.

Лента новостей

- 12:02 **Поставки белорусских яблук и грибов в Россию в пять раз превысили их урожай**
- 11:55 **Военные начали укладывать новый участок железной дороги в обход Украины**
- 11:43 **Захарова уточнила позицию России во время попытки переворота в Турции**
- 11:43 **Суд объявит метро Киева выплатить российской компании часть долга в \$28,4 млн**
- 11:40 **Захарова рассчитывает на конструктивное сотрудничество России и Турции по Сирии**
- 11:39 **Владельцы за коммерцалу в 2017 году могут включить плату за сбор и вывоз мусора**
- 11:27 **Рибков назвал проявлением низости заявления США о возможной угрозе РФ со стороны боевиков**
- 11:24 **В СК заявили о гибели более тысячи человек за два года из-за врачебных ошибок**

Отже, вище воєнно-політичне керівництво РФ систематично ініціює операції з дезінформації як внутрішньої та зовнішньої аудиторій, для чого й була побудована державна система з проведення інформаційно-психологічних операцій впливу як на населення РФ, так і на світову спільноту.

Висновки

В інформаційно-психологічних операціях РФ беруть участь не лише військові, а й державний апарат, комерційні, громадські, благодійні організації РФ. Питання та заходи інформаційної війни згідно з доктринальними документами РФ узгоджуються безпосередньо з адміністрацією Кремля і президентом. Систематичні акти інформаційної агресії РФ потрібно сприймати як ведення війни однієї держави проти іншої, а саме РФ проти України, США, ЄС тощо. Відповідно їй протидія має носити державний системний стратегічний характер.

Такий підхід передбачає формування стратегічних комунікативних планів, розробку асиметричних відповідей, узгоджених на міжвідомчому рівні, активізацію горизонтальних зв'язків і головне – законодавче визначення поняття *гуманітарна агресія*.

Список використаних джерел

1. Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29.12.2016 р. «Про Доктрину інформаційної безпеки України»», № 47/2017 від 25.02.2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/472017-21374>.
2. Указ Президента Российской Федерации «Об утверждении Военной доктрины Российской Федерации» №706 от 21.04.2000 г. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // <http://base.garant.ru/181993>.
3. Указ Президента России «О Военной доктрине Российской Федерации» № 146 от 05.02.2010 г. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kremlin.ru/supplement/461>.
4. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации, утверждена Указом Президентом РФ № Пр-1895 от 09.09.2000 г. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://rg.ru/2010/02/10/doktrina-dok.html><http://base.garant.ru/182535>.
5. Рогозин Д. Война и мир в терминах и определениях : [военно-техническим словарь] / Д. Рогозин. – М. : Вече, 2016. – 276 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.voina-i-mir.ru>.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО АСИМЕТРИЧНИХ ВІДПОВІДЕЙ НА ІНФОРМАЦІЙНО- ПСИХОЛОГІЧНІ КАМПАНІЇ ПРОТИВНИКА

1. Найголовнішим є виконання положень Доктрини інформаційної безпеки України [1], особливо в пунктах 3 (Національні інтереси України в інформаційній сфері) і 5 (Пріоритети державної політики в інформаційній сфері), оскільки там пропонується алгоритм стратегічно комунікативної протидії гібридним впливам РФ.

2. Відповідно до означених пунктів необхідно розбудувати інструментарій – методології асиметричної протидії та відповідне законодавче забезпечення, перш за все механізми для вчасного блокування ресурсів деструктивного спрямування та запобігання розповсюдженню шкідливої інформації в оперативний спосіб.

3. Потрібно залучати широкі кола громадськості до питань протидії інформаційній агресії РФ, проводити роз'яснювальну роботу з активістами для забезпечення більш ефективної і професійної їхньої участі в інформаційних заходах.

4. Необхідно проводити регулярний моніторинг і аналіз дій противника та його кампаній з подальшим відпрацюванням протоколів протидії із залученням широкого інструментарію та засобів як то: місцеві та іноземні ЗМІ, громадські активісти та блогосфера, національні айти-компанії, «білі» хакерські спільноти, НДО, міжнародні форуми та круглі столи, координація діяльності фахівців з інформаційної протидії з різних ІСБО та державних відомств, співпраця з міжнародними організаціями та безпековими інституціями.

5. Неможливо виграти війну чи зупинити агресію, знаходячись виключно в обороні, не вдаючись до наступальних дій. Необхідні проактивність і асиметричність протидії.

6. Інформаційна безпека має стати пріоритетом як для державних, так і приватних установ, кожного громадянина України. Тільки за цих умов ми здобудемо потрібні нам потужності, гнучкість та розмаїття методів та засобів протидії, а також своєчасність у протидії гібридним загрозам, зокрема в інформаційній сфері.

ІНФОРМАЦІЙНА РОБОТА З НАСЕЛЕННЯМ НА ТЕРИТОРІЯХ, ЗВІЛЬНЕНИХ ВІД ОКУПАЦІЇ ТА ПРИЛЕГЛИХ ДО ЗОНИ БОЙОВИХ ДІЙ

Вадим Карпенко

Вступ

Інформаційна робота з населенням розуміється автором як системна організація комунікацій у парадигмі *«виконавчі органи всіх рівнів національної структури державного управління – громадяни»* у межах національної території України та певного окремо взятого регіону.

Проблемам протидії інформаційним впливам приділялася увага українськими науковцями [1; 3; 4; 6], розглядалися питання аналізу та моніторингу інформаційного простору за допомогою психолінгвістичних методик [2; 5]. Але питання роботи з місцевим населенням не було висвітлено достатньою мірою, що пояснюється новітнім досвідом України, отриманим під час російської агресії 2014 – 2017 рр.

Актуальність розділу зумовлена: 1) протистоянням РФ – Україна, що у 2013 р. характеризувалася значним посиленням прямого впливу Кремля на українські державні органи влади та агресивними спробами розколу українського суспільства, а з початку 2014 р. переросло у стадію відвертої збройної агресії на території Кримської автономії, а згодом і материкової частини України у Донецькій та Луганській областях, імпорту тероризму на ці території з подальшою воєнною інтервенцією і створенням терористичних квазі-державних утворень; 2) активними спробами інформаційного впливу РФ на територіях так званих «ЛНР» – «ДНР», а також на іншій території України.

Інформаційна війна Росії проти України як довготривала стратегія

Інформаційна війна РФ проти України часто подається ЗМІ як блиц-перемога Росії. Це твердження, на жаль, проникає і в думки окремих західних політиків. Насправді, ця інформаційна війна велася послідовно,

не одну сотню років, починаючи від заборон царськими урядами всього українського (самостійної церкви, мови, літературної творчості, власної системи освіти, військової організації, історичних досліджень тощо) до впровадження ідеї спільності слов'янських народів з наступним переходом в ідею об'єднання в єдину державу з центром у Москві (Кремлі), що загалом погано маскує імперську ідею створення такої собі супердержави «Велика Росія» за рахунок поглинання менших та слабших сусідів.

Особливого інформаційного удару територія сучасної України зазнала в радянський період за рахунок фізичного винищення значної кількості національно свідомих громадян (війни, репресії), адміністративних методів (політика депортацій та переселень, голодомор) та інформаційного тиску, який значно посилювався в умовах стрімкого розвитку технічних засобів інформації (радіо, телебачення) та системних силових засобів з придушення інформаційних каналів, здатних поширювати альтернативну єдиній державній політиці точку зору. На одному з останніх з'їздів єдиної в СРСР, правлячої, Комуністичної партії вже досить оптимістично було проголошено завдання з формування в межах так званого «союзу вільних республік» єдиної спільноти «радянський народ», що мала з роками цілковито витіснити з суспільної свідомості поняття окремих націй, котрі могли б вимагати реалізації формально проголошеного в СРСР права на самовизначення.

Таким чином, проголосивши 1991 р. незалежність, оновлена, вже начебто цілковито самостійна, держава Україна отримала тяжкий спадок порушеної національної свідомості. Значна частина українців, прагнучи незалежності на підсвідомому історико-генетичному рівні, насправді не уявляла собі життя в окремішній державі і не бачила себе остаточно відірваною від московського центру з огляду на усталену століттями практику – жити за вказівками, отриманими з Кремля. Тим більше, що ці вказівки за добре налагодженою системою подавались у формі закликів, гасел та інших специфічних мовних конструкцій, що мали на меті не просто мінімізувати національний опір домінуванню сусідньої держави («старшого

брата»), але й викликати активну підтримку такого домінування за схемою: прийняття (*ми братні народи, нас поєднав спільний історичний шлях*) – усвідомлення власної недосконалості (українець відсталий – росіянин прогресивний) – бажання переродитися в нову форму (стати росіянином).

Отже, маючи значну перевагу в інформаційному полі вже на старті (1991 р.) кремлівська влада зосередилась, у першу чергу, не на інформаційній, а на адміністративній (контроль державних посадовців всіх рівнів), економічній (викуплення в російську власність нерухомості та українських підприємств, здатних виробляти конкурентну продукцію) та енергетичній війнах (агресивне утримання України в енергетичній залежності), які велися в рамках загальної мети – нейтралізації України як можливого суперника на міжнародній арені і водночас збереженні української території як власного сировинного та людського ресурсу у формі визнання «суверенної про людське око» держави під реальним керівництвом Москви. Ресурси інформаційної війни проти України, що були активно включені в дію з 2004 р. (акцентування мовного питання з метою розколу країни), формувалися та нарощувалися саме через контроль адміністративного апарату. Саме через встановлення контролю над певними посадовцями були підготовлені основи для подальшої спроби повної нейтралізації України як самостійної держави – знищення української армії, книговидання, переведення українських ЗМІ майже повністю на російську мову, замороження проектів зі створення альтернативних джерел енергії і т.п.

Найактивніша фаза інформаційної війни проти України була розпочата восени 2013 р., коли у суспільстві виникло реальне протистояння «влада» – «народ» засноване значною мірою на ціннісних засадах. Саме в цей період, у вирі подій Майдану 2013 – 2014 рр. українцями була чітко сформована власна національна ідея, що була представлена тодішньому керівництву країни у формі ультиматуму, згодом активно висвітлена та проаналізована в українській пресі, а вже на початку літа 2014 р. витіснена з друкованих шпальт паперових та інтернет-видань темою тероризму та погано прикритих воєнних дій РФ проти України.

Інфографіка 1. Національна ідея

Національна ідея



Сильні сторони такого формулювання національної ідеї саме в тому, що вона, не зачіпаючи вразливих для окремих груп громадян питань, проголошує ті принципи побудови суспільства, які сьогодні прийнято називати «європейськими» і які будуються на особистій свободі та можливості активної участі у житті країни кожного окремого громадянина.

Власне, ця позиція і є ключовою в організації комунікацій з населенням в умовах перехідного періоду від дезорієнтованого чужими, нерациональними для українців ідеями суспільства (інтереси сусіда важливіші за власні) до розбудови єдиної політичної нації (взаємна відповідальність влади та кожного громадянина окремо за долю країни).

Спираючись на «психології радянської людини» представників старшого покоління РФ, застосовуючи прямі та непрямі методи впливу, подбала про консервацію ідей та символів радянського періоду через:

- збереження радянської символіки та символіки царської Росії;
- збереження топонімів, що виникли у радянські часи та часи царської Росії і несуть в собі символічні нагадування цих епох;
- акцентування подій нещодавньої історії, які стосуються Другої світової війни, з наполяганням на особливо підкресленому відзначенні перемоги СРСР над Німеччиною;
- збереження стану максимального домінування російської мови («мова усіх народів СРСР») у ЗМІ;
- поширення російськомовного телепродукту, заповнення українського книжкового ринку російською/російськомовною книжковою продукцією;

- створення окремим регіонам України сталих специфічних іміджів: «не таких як ми» (зокрема Галичині, яка увійшла до складу СРСР тільки на початку Другої світової війни), «більш радянських» (Харків – столиця Радянської України, Донбас – край шахтарської слави), «більш російських» (Одеса – підкреслене вшанування цариці Катерини, Крим);

- затирання спроб популяризувати українську історію та культуру, зокрема в регіонах; відтінення реальної місцевої історії загальнорадянськими подіями та символами;

- активне відродження церкви як мережі інформаційного та адміністративного впливу у форматі церкви Московського патріархату з жорстким підпорядкуванням Москві;

- періодичне повернення до теми «єдності слов'янських народів» у різних формах у тому числі впровадження цих ідей в окремі програми в т.ч. «антирадянські» та «антиросійські»;

- трансформація/актуалізація навішуваних українцям ярликів з «буржуазні націоналісти» до «бандеро-фашисти», підкріплена творенням похідних ярликів та активною трансформацією тлумачень недавньої історії (подій ХХ століття) у бік дискредитації/дemonізації всіх та всього, що стосується процесів реалізації суверенітету України як самостійної держави.

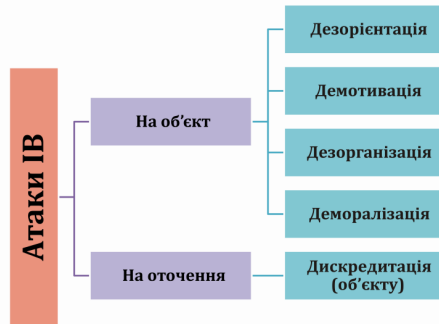
Перші три пункти безпосередньо впливають на свідомість громадян, підтримуючи ідею «другорядності, несправжності та тимчасовості» Української держави за рахунок тотальної присутності візуальної інформації (п. 1-2) та специфічної обрядовості, що з урахуванням практики святкування звільнення від німецьких військ фактично всіх населених пунктів України виконується протягом календарного року з кульмінацією на 9 травня. Саме це «спільне з Росією» свято було використане для швидкого впровадження нового символу – георгіївської стрічки, що згодом стала розпізнавальним знаком атидержавно (антиукраїнськи) налаштованих бойовиків.

Інформаційні дії проти сучасної України відпочатку були зорієнтовані у п'яти ключових напрямках (принцип п'яти Д).

Інфографіка 2. Інформаційна війна

Поняття інформаційної війни

Інформаційна війна – системні дії, що мають на меті досягнення переваг силовим способом через застосування інформаційних технологій.



Ключові російські меседжі, спрямовані на знищення української державності

В інформаційній війні Кремля **напрямок головного інформаційного удару традиційно спрямовано на тотальне подавлення підтримки населенням України української державності**, а атаки здійснюються ешелоновано, на кількох рівнях, у стандартній послідовності:

1. МИ ЄДИНІ, І МІЖ НАМИ НЕМАЄ РІЗНИЦІ (фонова інформація: МАЄМО ЖИТИ В ОДНІЙ КРАЇНІ І ЦІЄЮ КРАЇНОЮ Є РОСІЯ).

2. Є ТІ, ЩО НАМ ЗАВАЖАЮТЬ (фонова інформація: ЦЕ НЕ УКРАЇНЦІ ХОЧУТЬ САМОСТІЙНОСТІ, ЦЕ ПРОЕКТ ТРЕТІХ КРАЇН, ЗОКРЕМА АМЕРИКИ, ВИГАДАНИЙ ТІЛЬКИ ДЛЯ ПОСЛАБЛЕННЯ РФ).

3. Є ТІ, ЩО ПІДТРИМУЮТЬ ТИХ, ЩО НАМ ЗАВАЖАЮТЬ (фонова інформація: ТІ, ХТО НЕ ХОЧЕ ОБ'ЄДНАТИСЯ З РФ – УКРАЇНСЬКІ ПАТРІОТИ, УКРАЇНОМОВНА ІНТЕЛІГЕНЦІЯ І КИЇВСЬКА ВЛАДА, ЯКЩО ВОНА ЯКИМОСЬ ЧИНОМ ПЛАНУЄ ДІЇ НЕ УЗГОДЖЕНІ З КРЕМЛЕМ).

4. Є ТІ, ЯКИХ ОБМАНЮЮТЬ (фонова інформація: УКРАЇНА – ЦЕ ВИГАДКА АМЕРИКАНЦІВ ТА КОРУПЦІОНЕРІВ, ЯКІ ВАС ОБМАНЮЮТЬ, ЩОБ БЕЗКАРНО ВИЗИСКУВАТИ, РОСІЯ – ЦЕ ЗАХИСТ ВІД БАНДИТІВ, ЯКІ ЗАВАЖАЮТЬ ЛЮДЯМ ЖИТИ).

5. ТІ, КОГО ОБМАНЮЮТЬ МАЮТЬ ПРОЗРІТИ (фонова інформація: ЯКЩО ВИ ПРОЗРІЄТЕ І ЗРОЗУМІЄТЕ, ЩО ВІД РОСІЇ НІКУДИ НЕ ПОДІТИСЯ, ЗМОЖЕТЕ СТАТИ ПОВНОЦІННИМ РОСІЯНИНОМ І ЦЕ БУДЕ КРАЩЕ ДЛЯ ВАС).

6. РОСІЯ ВЕЛИКА ТА МОГУТНЯ КРАЇНА (фонова інформація: РОСІЯ ВСЕ ОДНО ВСІХ ПЕРЕМОЖЕ, ОПИРАТИСЯ НЕМАЄ СЕНСУ).

7. УКРАЇНА СЛАБКА (фонова інформація: УКРАЇНА НЕМАЄ ДРУЗІВ, ЄВРОПА ТА АМЕРИКА ПРАГНУТЬ ЗНИЩИТИ УКРАЇНУ І ТОМУ ВІДРИВАЮТЬ ЇЇ ВІД РОСІЇ, А РОСІЯ ВСЕ ОДНО ПЕРЕМОЖЕ, ТОМУ ОПИРАТИСЯ НЕМАЄ СЕНСУ).

На тактичному рівні бачимо комплексні дії, спрямовані на:

1. «Виривання територій» із загальнонаціональної території України.
2. Формування на рівні свідомості груп з населення України, які не ідентифікують себе або не цілковито ідентифікують як *громадяни України* чи *український народ*.

3. Поширення ідеї «русского міра», щоб групи вирвані з українського *інформаційного простору* ідентифікували себе саме на основі цієї ідеї.

4. Примітивізацію масової суспільної свідомості

З точки зору інформаційного наповнення комунікативних каналів України, можна говорити про відверте втручання сусідньої держави в український національний інформаційний простір з метою його розриву і подальшого прямого чи непрямого привласнення українських національних ресурсів і території (варіант: створення передумов для прямого привласнення ресурсів та приєднання територій з метою подальшого шантажу української влади та досягнення специфічних, вигідних РФ та не вигідних Україні цілей).

Будь-яка держава, що прагне розвиватися, має тенденцію до зміцнення свого суверенітету через упорядкування власного інформаційного простору, тобто наповнення наявних на своїй території комунікативних каналів інформацією, що забезпечить лояльність громадян до чинного законодавства та існуючої політичної системи, а отже зміцнення внутрішньої безпеки. Зовнішня безпека підтримується поширенням специфічної інформації через комунікативні канали, що покривають території за межами державних

кордонів, зокрема на територіях наявних зовнішніх інтересів. Агресивний зовнішній вплив на цільний (продуктивний) інформаційний простір держави призводить до утворення відокремлених (позасистемних) зон, а отже до його розриву. Різносистемне подання інформації безпосередньо впливає на самоідентифікацію громадян. Під *розірваним інформаційним простором* розуміємо асиметричний інформаційний простір, у якому активно присутній інформаційний продукт різних систем, а суб'єкти не знаходять когнітивної єдності для успішного створення спільного (не)матеріального продукту.

Зв'язки з громадськістю: відповідність очікуванням населення комунікацій безпекових і державних інституцій

Для адекватної побудови зв'язків із комунікації у стосунках офіційної влади (представників державної влади) з громадянами (місцевим населенням) додатково розглянемо схему, що відображає страхи/ очікування громадян у порядку їх важливості з суб'єктивної точки зору середньостатистичної особи: **БЕЗПЕКА – ЛЮБОВ – ДОСТАТОК**

Отже, найпершою потребою людини ми бачимо питання її безпеки, потім увагу та любов до неї і лише на третьому місці її матеріальне забезпечення. Це не означає, що третім пунктом слід нехтувати, бо він є надзвичайно важливим у питаннях взаємної довіри, але успішність будь-якої управлінської схеми значною мірою залежатиме від виконання двох перших позицій. Увага до питання безпеки людей та до них самих є основою налагодження контакту і лише на цій основі можна вибудовувати струнку та послідовну систему інформаційної роботи.

Але безпеку може надати тільки сильний партнер. Саме тому держава має підходити до налагодження систем внутрішньо суспільної комунікації вимогливо і принципово, звертаючи особливу увагу на речі засадничі, пов'язані з рівнем безпеки загальнонаціональної. Це стосується питання поваги до державних символів, розуміння суті громадянства та обов'язків громадянина, взаємний патріотизм (як основа чесного виконання взаємних зобов'язань у стосунках *влада – громада*), пріоритет національних інтересів

перед інтересами сусідніх держав та міжнародних спільнот. Не меншою мірою це стосується і застосування державної мови – як ознаки стабільної держави та виразного ідентифікатора співгромадян, в першу чергу, високопосадовцями, але в короткий період державна мова має увійти у всі найдальші коридори державної влади та у сферу ЗМІ. Щоб остаточно закрити «мовне питання» окремо підкреслимо, що слухачами сприймається не мова спілкування комунікатора, як це часто сьогодні нав'язується, а смислове наповнення його розмови та манера спілкуватися. Мова, українська чи російська, скоріше сприйматиметься як одяг, зачіска, постава, вираз обличчя та інші зовнішні характеристики комунікатора, які складають перше враження і визначають напрямки та термінологію подальшої розмови. Ввічливе звертання, інтерес до співрозмовника, позитивна заангажованість завжди матимуть такий самий позитивний резонанс вже за дві-три хвилини розмови.

Передумовою успішної інформаційної роботи стане і відповідь на друге очікування громади – належне виконання державою господарських функцій, що полягають у реалізації економічної та соціальної політики. Успішні соціальні проекти, увага до кожного – основа глибокої довіри. Це основа формування єдиного, стійкого до зовнішніх впливів інформаційного простору.

Інфографіка 3. Комунікативні канали



Важливим інструментом має стати українська книга, що як носій сталої, системної інформації, є основою ефективного функціонування, а також забезпечить змістовне наповнення україномовних періодичних

видань, програм радіо та телебачення, підніме на належний рівень мову інтернет-спілкування, діловодства та реклами тощо. Варто пам'ятати, що успішна інформаційна робота в зоні ООС залежить від вирішення ключових питань у столиці, зокрема з вироблення ефективної культурної політики та забезпечення належної присутності України за всіма комунікативними каналами на власній території. Зміст та якість наповнення цих комунікативних каналів і визначатимуть основні характеристики національного інформаційного простору.

Висновки

Події 2014 р. призвели до існування в Україні розірваного (на користь РФ) інформаційного простору, що характеризується такими ознаками як:

1. Нерозуміння значною частиною населення України (переважно старшим поколінням): а) різниці між поняттями СРСР та Російська Федерація; б) української історії у самостійному, незалежному вимірі; в) сутності патріотизму, конституційних обов'язків громадянина, власної відповідальності за долю країни; г) сутності демократичної системи стосунків «влада – народ», взаємних прав і зобов'язань.

2. Толерування надмірної кількості символів неіснуючої держави – колишнього СРСР.

3. Нехтування положенням Конституції з боку певних посадовців щодо використання української (державної) мови.

4. Домінування в інформаційному просторі України відверто ворожих масмедіа, які під гаслами «свободи слова» пропагують, провокують та підтримують деструктивні процеси, що загрожують суверенітету держави. Слабкість законодавства в частині захисту українського суспільства від ворожої пропаганди та її наслідків.

5. Брак патріотично налаштованих і добре підготовлених фахівців.

6. Відсутність у державі курсу на формування єдиної політичної нації та єдиних національних цінностей, нехтування питаннями культури. Співіснування в загальноукраїнському дискурсі патріотичних гасел та

навішених українцям спочатку радянською системою, а потім кремлівською пропагандою ярликів з відверто негативним змістом.

7. Стирання межі між поняттями «регіональний» та «антиукраїнський».

Така ситуація за умов відсутності суспільної домовленості чи нерішучості провокує формування в межах єдиної країни груп громадян з неадекватною самоідентифікацією. Спілкуючись з населенням однієї області можна виявити ціле розмаїття груп громадян, котрі бачать себе як:

1. Українці – ті, хто беззастережно вважає себе громадянином України і готовий обстоювати та захищати конституційний лад.

2. Українці етнічні – ті, хто з підозрою ставиться до співгромадян неукраїнського походження.

3. Українці російськомовні – ті, хто готові захищати Україну, але з тих чи інших причин не спілкуються українською мовою чи не приймають українську культуру.

4. Громадяни СРСР – ті, хто не прийняв Україну і живе спогадами з радянських часів.

5. Росіяни – ті, хто не прийняв Україну і мріє «померти в Росії».

6. «Громадяни світу» – ті, хто не прийняв Україну, але сприймає її толерантно або ж не виявляє справжньої, неприхильної до України, позиції.

7. «Потенційні емігранти» – ті, хто хоче покинути Україну, але ще не визначився заради чого, або не має фінансової можливості.

8. Громадяни інших держав – ті, хто з огляду на інше етнічне походження вже подбав про набуття подвійного громадянства.

Звісно, цей перелік не є вичерпним і для його аналізу потрібно значно більше часу, але він чудово ілюструє наслідки відсутності (чи майже відсутності) єдиної державо- та націєтворчої програми. Групи 4-8 з наведеного переліку є матеріалом для цілеспрямованої роботи ворожих спеціальних структур зі знищення чи принаймні послаблення України як конкурента на партнерському чи міжнародному рівні.

Якщо перейти до аналізу теперішньої ситуації безпосередньо на територіях Донецької та Луганської областей, прилеглих до зони бойових дій (сьогодні – зона ООС), то за результатами оцінки візуальної інформації та спілкування з журналістами, представниками влади і населенням під час офіційних зустрічей та у побутових ситуаціях (Краматорськ, Слов'янськ, Артемівськ, Северодонецьк, Рубіжне, Лисичанськ, Новоайдар, Трьохізбенка, Лобачеве, Лопаскіне, Кременна) можемо говорити, що самоідентифікація та політичні погляди населення формуються під впливом таких факторів:

1. Тривале консервування території Донецької та Луганської областей як колишніх територій СРСР з підтримкою та популяризацією радянських символів, акцентування тем «шахтарського краю», «трудої слави», «окремішності Донбасу», «прямих контактів Донбасу з Росією» при замовчуванні та відтіненні тем голодомору, колонізації Слобожанщини запорозькими козаками, діяльності ОУН-УПА на територіях Донбасу тощо.

2. Придушення у 90-ті роки на цих територіях малого бізнесу, залежність населення від крупних промислових підприємств та їхніх власників.

3. Значний рівень криміналізації регіону.

4. Прямий вплив на регіон у недавньому минулому Московської влади, візити до Северодонецька мера Москви Лужкова (свого часу навчався у Северодонецьку), заїзди «донських козаків» з яскравими святкуваннями (Трьохізбенка), стимулювання з російського боку антиукраїнських та сепаратистських настроїв. Псевдонаукові програми підтримувані з боку РФ, зокрема у галузі археології, спрямовані на впровадження та доведення тези щодо окремої раси жителів Донбасу. Інші аналогічні «місцеві» проекти.

5. Тривале домінування у місцевих органах влади політичних партій, діяльність яких носила відверто антиукраїнський та антидержавний характер (КПУ, ПР) і які в політичному полі України виразно виступали як представники інтересів РФ. Попередній тривалий силовий вплив антиукраїнських сил на місцеве патріотично налаштоване населення (пресинг, залякування тощо).

6. Географічне положення регіону зі значною протяжністю спільного з РФ українського державного кордону.

7. Переважна традиційна україномовність регіону при значній зрусифікованості міст. Послідовна русифікація упродовж всіх років незалежності України, штучно обмежені надходження україномовних книг.

8. Наявність у значній кількості місцевих жителів родичів серед теперішніх терористичних збройних формувань.

9. Близькість та реальність бойових дій. Реальне відчуття війни. Втрати серед родичів та близьких людей, часто випадкові або й безглузді. Матеріальні втрати внаслідок бойових дій, порушений життєвий ритм та звичаї, погіршення умов життя.

10. Безпосередні контакти населення з озброєними і не завжди ласкаво налаштованими військовими обох сторін конфлікту. Корупційні та «контрабандні» скандали, пов'язані з представниками влади (з обох боків).

11. Значна присутність російських ЗМІ при суттєвій відсутності українських.

12. Наявність значної кількості українських патріотів, які пройшли серйозні випробування і потребують підтримки центральної влади (Києва).

Усі ці фактори значною мірою вплинули на формування у місцевих жителів, з одного боку, готовності до відкритих конфліктів при відсутності належного зустрічного опору, з іншого – надзвичайно конформної поведінки перед лицем сильної влади. Характерним є вислів молодого держслужбовця з Рубіжного: *«Конфлікт стався бо люди вважають, що Радянський Союз був сильною країною, а Україна слабка».*

Розмаїтість думок і позицій спостерігається у висловах на кшталт: *«я хочу жити в СРСР»* (безробітний, Краматорськ), *«так, я українка і розмовляю українською, але ми любимо Росію і хочемо жити разом»* (медсестра, 15 років сидить удома при чоловікові, їздить до Києва навідувати дочку, телевізор не дивиться, радіо не слухає, Кременна), *«вони мою хату забрали, я їх ...»* (боєць підрозділу МВС, Северодонецьк), *«та хто вам таку дурницю сказав, що у нас досі не було української книги?»* (директор бібліотеки у Северодонецьку), *«ой, наші почали видавати українські книжки»* – *«та їх давно видають, ти на роки видання поглянь. Просто до нас не довозили»* (діалог у бібліотеці Слов'янська), *«ну*

погодься, що ми все-таки різні» (механік, мешканець Боровського), «та все ми розуміємо. І українську мову теж. То все дурниці» (неофіційна розмова на зустрічі з місцевим населенням, Лобачеве), «та що вони розказують, я народився по той бік кордону на території Росії, там, коли я був малим всі українською розмовляли. І на кой мені треба, щоб вони мене тепер тут захищали» (мешканець села Лопаскіне).

Масмо три категорії проблем, які потрібно вирішити до початку спілкування, а коли вже розмова зайшла у глухий кут. Найперше комунікатор має подбати про відповідність свого зовнішнього вигляду прийнятій ролі та задекларованого соціального статусу – це справа особиста, як і вміння знаходити спільну мову на загальнолюдському, позафаховому та позаполітичному рівні, а також здатність не потрапляти до комунікативних пасток та не реагувати на провокації (довільні чи мимовільні). Інтерес аудиторії можна викликати оперативно, за досить короткий час, залежно від суті розмови та компетентності чи компетенції комунікатора. Переконавання – бар'єр найскладніший, але його також можна долати. Тут важливі послідовність комунікатора (яким у цій ситуації скоріше виступатиме держава), комплексність підходу і тривалий час, що в разі глибоких засадничих переконань може вимірюватися роками. У цьому випадку, в першу чергу, розглядатимуться такі компоненти як (1) цільова аудиторія або об'єкт, (2) мета комунікації, (3) суть переконань, (4) глибина переконань, (5) контекст, (6) особа комунікатора або команда комунікаторів, (7) технології спілкування.

Список використаних джерел

1. Забезпечення інформаційної безпеки держави : [підручник] // [М. М. Присяжнюк, В. М. Петрик, та ін.]. – К. : ДНУ «Книжкова палата України», 2015. – 672 с.
2. Інтернет-комунікація в діяльності інститутів сектору безпеки та оборони : [монографія]. – Луганськ : Знання, 2013. – 476 с.
3. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти) : [підручник] / В. В. Остроухов, В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк та ін. – К. : КНТ, 2010. – 776 с.
4. Інформаційно-психологічне протиборство (еволюція та сучасність) : [монографія] / Я. М. Жарков, В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк та ін. – К. : ПАТ «ВШОЛ», 2013. – 248 с.
5. Морозов О. М. Лінгвістичні прийоми психологічного впливу / О. М. Морозов // Державна безпека України. – 2011. – № 21. – С. 170-173.
6. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – К. : Логос, 2000. – 242 с.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ РОБОТИ БЕЗПЕКОВИХ І ДЕРЖАВНИХ ІНСТИТУЦІЙ В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ

1. Необхідна підготовка і відбір сучасних кадрів. Моральність, відкритість та комунікабельність представників держави закладуть підґрунтя для взаємної довіри.

2. Слід визначити та підготувати ключових комунікаторів з працівників силових і державних відомств апарату, керівників, журналістів, представників культури тощо.

3. Треба сформулювати чіткі і прозорі відповіді з боку держави на ключові, проблемні питання, які турбують населення в історичних, філософських, подієвих аспектах і які стали чи є основою конфлікту чи непорозуміння.

4. Необхідно облаштувати зовнішній простір, звільнивши його від чужої, тим більше ворожої символіки; встановлення у належних місцях державної символіки України.

5. Слід максимально впроваджувати українську мову у державних службах, закладах освіти, ЗМІ та рекламі; має здійснюватися послідовне вживання української мови першими керівниками в регіоні; забезпечуватися позитивне і уважне ставлення до російськомовних громадян; проводитися терпляча, ненав'язлива роз'яснювальна робота.

6. Слід забезпечити покриття території України національними ЗМІ.

7. Необхідно приділяти увагу методам та стилю роботи правоохоронних органів. Робота над помилками.

8. Слід відстежувати негативні тенденції в інформаційному полі, вносити належні корективи.

9. Організувати протидію ворожій пропаганді не за принципом «удар – відповідь», а за принципом «попередження/унеможливлення удару за рахунок системної організації власного інформаційного простору». Має проводитися послідовна робота з «переконаннями», як бар'єром сприйняття через одночасне комплексне застосування основних заходів:

- (1) захист та одночасна вимога дотримання порядку,
- (2) забезпечення соціальних потреб,
- (3) увага,
- (4) роз'яснення,
- (5) забезпечення інформацією,
- (6) демонстрування послідовності у власних діях.

КОНЦЕПТ «МЕМ» ЯК АЛЬТЕРНАТИВА ПОНЯТТЮ «НАРАТИВ» У МОДЕЛЮВАННІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВПЛИВІВ

Олег Покальчук

Вступ

У зв'язку з євроінтеграційними процесами, переходом ЗС України та НГ України на стандарти НАТО, появою у відповідних інституціях України численних радників та інструкторів з питань оборони та національної безпеки, український навчальний дискурс в цій галузі насичується новими сучасними термінами і поняттями.

Психосемантичні особливості українського смислового простору полягають в тому, що він значною мірою відтворює бюрократичні моделі управління часів СРСР. І хоча ідеологічний супровід та вектор загального розвитку змінився в суспільстві і державі на протилежний, загальна логіка інтелектуальної діяльності – вертикаль владних повноважень, розвідувальні та контррозвідувальні оперативні і тактичні заходи, ситуативне моделювання загроз тощо – лишаються в полоні старих конструктів, що робить їх дедалі менш ефективними в умовах викликів XXI століття.

Ключовими поняттями, з яких починається більшість семінарів з інформаційних операцій (англ. *Information Operations, Military Information Support Operations, Psychological Operations*) є *наратив* (англ. *narrative*), *контрнаратив* (англ. *counter-narrative*) і *стратегічний наратив* (англ. *master-narrative*).

Наратив, фрейм, мем

Поняття *наратив* прийшло з лінгвістики та літературознавства в епоху постмодернізму і дослівно означає «розповідь», «історія». А теорія наративу вивчає особливості побудови сюжетів. Під **наративом** розумівся будь-який текст, мета якого – інформування читача. Сюжет – його основна відмінність від інших типів оповідей.

У військовій термінології поняття *наратив* використовується як модуль для аналізу та прогнозування в стратегічних комунікаціях. Під **нарративом** маються на увазі як опис подій, що може бути використаний як приклад, так і методика виявлення **прихованих** закономірностей і послідовностей події, прихованих за суб'єктивним баченням наратора-очевидця.

У такому типі аналітики здебільшого вирізняються два критерії.

Перший, психологічний, – це лінія часу, на якій видно як змінюється сприйняття оповідача і він сам. *Другий*, драматургічний, розповідає про місце і час події, дійових осіб.

Є й інші способи класифікації наративів. Але чим вони інтелектуальніші, тим далі віддаляються від реальної можливості використати це знання на практиці (<http://hravvedka.ru/guru/narrativnyj-instrumentarij-vozdejstviya.html>).

Наслідком цього навіть кваліфікований слухач-офіцер з бойовим чи оперативним досвідом здебільшого неспроможний викласти своїми словами, що це таке – наратив, і пояснити, навіщо він йому в такому вигляді на практиці потрібен.

Але коли доходить до вивчення зарубіжних методів аналізу загроз, планування заходів та оцінювання їхніх результатів, то стає очевидним, що без розуміння концепту *НАРАТИВ* як основи сучасної воєнної і розвідувальної філософії ця навчальна інформація втрачає прикладну значущість і цінність.

У зв'язку з цим видається доцільним вичленити з концепту *НАРАТИВ* лаконічніше і місткіше поняття *мем* як логлайн усієї сюжетної «розповіді».

У лінгвістичній наративістиці використовується поняття *фрейм* (рамка). «Фрейми є базовими для соціуму, оскільки проблеми не даються, а повинні конструюватися. Фрейми формують наші погляди на те, що слід розглядати як проблему (наприклад, нелегальне добування ресурсів), а що ні (наприклад, земельні конфлікти). Фрейми також впливають на те, які події будуть помітні (сексуальне насильство), а які ні (несправедливі зауваження), а також те, як вони будуть інтерпретуватися (гідні вони міжнародного реагування або це внутрішня проблема). Цим самим фрейми

і наративи не створюють дій. Натомість вони роблять можливими дії: вони дозволяють, підсилюють та виправдовують конкретні практики (такі, як регулювання торгівлі корисними копалинами), в той же час відходять від інших (такі, як вгамування земельних конфліктів). Ці дії, в свою чергу, відтворюють і підсилюють як домінуючі практики, так і значення, вбудовані в фрейми та наративи, на яких вони базуються. З часом наративи та дії, які вони спричинили, починають розглядатися як природні, та єдино можливі» [2].

Але *мем* є дуже близьким і значно уживанішим в нашому суспільстві медійним поняттям. Навіть при усіх можливих відмінностях в його тлумаченні він лишається високофункціональною лексемою.

Поняття *мем* вперше з'явилося в 1976 р. у книзі Р. Докінса «The Selfish Gene» [5]. У цій книзі Р. Докінс, оксфордський зоолог, популяризував уявлення, що еволюцію найкраще розуміти з точки зору конкуренції між генами. Раніше в двадцятому столітті біологи говорили про еволюцію як механізм природного добору, не хвилюючись про точні механізми. Але в 1960-х р. серйозні проблеми з цією точкою зору почали визнаватися [8]. Наприклад, якщо більшість діє за законами групи, а одна людина їх ефективно обходить. Послідовники такої людини, у свою чергу, не будуть діяти на користь групи і врешті вона деградує і розпадеться.

З сучасної точки зору на геном, еволюція може проявлятися як в інтересах особистості, так і в інтересах виду. Але насправді це все залежить від конкуренції між генами. Ця нова точка зору забезпечила набагато краще розуміння еволюції і стала називатися теорією егоїстичних генів. «Егоїзм» у цьому випадку – ознака прагнення до максимальної ефективності через сильний потяг самовідтворення, реплікацію. Саме в цьому сенсі гени є «егоїстичними».

Р. Докінс також показав важливу відмінність між «реплікаторами» та їхніми «машинами». Реплікатор – будь-яка з копій, включаючи «активні реплікатори», чия природа впливає на можливості їхнього повторного копіювання. Наприклад, автомобіль є таким об'єктом, який взаємодіє з навколишнім середовищем, тому біолог і філософ Д. Халл [7] віддає перевагу терміну *інтерактори* для опису такого носія.

Інтерактори «везуть» реплікатори до місця призначення і захищають їх. Самий простий приклад – ДНК. Її транспортні засоби – це організми та

групи організмів, які взаємодіють один з одним, коли вони живуть у морях або в повітрі, лісах або полях. Гени – це егоїстичні реплікатори, які керують еволюцією біологічного світу.

Отже, Р. Докінс запропонував назву нового реплікатора, що передає ідею одиниці культурної трансмісії або одиницю імітації. Він скоротив грецьке слово *timete* до такого, щоб воно було схожим на *геном*, і наслідком цього вийшло слово *мем*.

Р. Докінс згадував про наукові ідеї, які саморозвиваються і майже одночасово виникають у різних головах. Про релігії як групи мемів, що заражають цілі суспільства вірою в Бога або загробне життя. Він говорив про моди в одязі або дієти, про церемонії, звичаї та технології – всі ці практики розповсюджені через копіювання однією людиною іншої.

Меми зберігаються в людському мозку (або книгах, або винаходах) і передаються через імітацію. Р. Докінс уподібнював їх до паразитів свідомості, що заражають господаря, наче живі структури, і показав, як взаємодоповнюючі меми перемагають традиційну групову активність так само, як це роблять гени. За Р. Докінсом, людське життя пронизане мемами та їхніми наслідками. Усе, чому людина навчилася засобом імітації від когось іншого, – це мем.

Але поняття *імітація* треба трактувати розширено. Отже, якщо, наприклад, одна людина розповідає іншій певну історію, а слухач передає її комусь іншому, це вважається імітацією. Транслятор історії не точно копіював історію оповідача, але щось (суть наративу) було скопійовано, а потім передано комусь іншому.

Все, що передається від людини до людини таким чином, є мемом. Це включає в себе весь словниковий запас людини, історії, які вона знає, навички та звички, які перейняті від інших, улюблені ігри, пісні, які співають, і правила, які виконують. Так, наприклад, кожного разу, коли особа виконує правила вуличного руху, наспівує мелодію з модного серіалу, святкує день народження або державне свято, вдягає злочинцю наручники – вона має справу з мемами.

Кожен мем має свою унікальну історію створення і розвитку, але кожен з них має також і активну програму для копіювання.

Меми поширюються довкола, незалежно, чи є вони корисними, нейтральними чи шкідливими. Блискуча нова наукова ідея, пісня, «листи щастя», фінансові піраміди – все це просто несвідомо поширюється людьми, незважаючи на обставини і наслідки. Тому при аналізі динаміки мемів та їхнього впливу на соціум треба категорично позбутися оцінкових суджень і корекції з огляду на якусь умовну «користь» чи «шкоду», коли аналізується власне динаміка, а не мотив створення чи вкидання інформаційного вірусу. Внутрішня програма мему працює винятково на самовідтворення.

Хоча це поняття науковці довгий час вживали з певною невпевненістю, слово стало загальноживаним і додано до Оксфордського англійського словника. Є дискусійні групи та журнал «Memetics» в інтернеті. В кіберпросторі *мем* став новим культом.

Еволюція мемів як ефективних реплікаторів

У розвідувальній і контррозвідувальній аналітиці ідея «бездушного» реплікатора стислої інформації дозволить уникнути низки помилок, пов'язаних з хибною оцінкою рівня впливовості людських факторів. Так само, як теорія Дарвіна свого часу спричинила революцію в свідомості, припустивши наявність розвитку без якогось окремого Всемогутнього Дизайнера. Щоб бути ефективним реплікатором, мем повинен підтримувати еволюційний алгоритм.

Цей алгоритм ґрунтується на трьох складових – варіативності, виборі та утриманні (або спадковості).

Варіативність.

Історії рідко розповідаються однаково, кожна бесіда унікальна, і коли передаються меми, копіювання не завжди тотожне. Психолог Ф. Бартлетт [2] показав у 1930-х р. як історія трохи прикрашається кожного разу, коли розповідається.

Вибір.

Існує меметичний вибір – деякі спогади захоплюють увагу, в точності запам'ятовуються і передаються іншим людям, а інші не можуть

копіюватися взагалі. Передаються ті меми, в яких є оригінальна і чомусь корисна для реципієнта складова.

Наслідкування.

Мем має бути гідним для вивчення кимось іншим як приклад. Отже, мем ідеально вписується в ідею Р. Докінса про реплікатор та в еволюційний алгоритм.

Історії подібні до «розіп'ятого хлопчика» чи «візитки Яроша» – це приклад «міського міфу», історія живе і поширюється незалежно від його правдивості, цінності або важливості. Правда в жодному випадку не є необхідним критерієм успішного мему.

Нові меми відбуваються через варіацію та поєднання старих (сам образ розп'яття і дитячі жертви, наприклад «янголятко», потонулий маленький біженець). Спосіб передачі – варіативний, від людини до людини.

Мем неминуче має причепитися до загального сепаратистського уявлення про «звірства Майдану», і через численні варіації та рекомбінації стає невразливим для спроб припинити його розповсюдження.

Слід пам'ятати, що не всі висловлені думки – це меми. Безпосередні уявлення та емоції – не меми, бо вони належать власне особистості, і вона не може їх точно передати. Людина може пригадати щось гарне або приємне, не використовуючи для цього чужі ідеї. Теоретично винаходи можуть також здійснюватися без участі мемів.

Але на практиці людське мислення здебільшого тією чи іншою мірою складається з мемів. Люди стають мислячими інструментами.

Існує багато причин, чому деякі меми досягають успіху, а інші не в змозі. Ці причини поділяються на дві категорії.

По-перше, це властивість людей до імітації та відбору. З меметичної точки зору людина діє як реплікаційний механізм і водночас як середовище відбору. Системи перцепції роблять деякі види мемів очевидними, а інші – ні, механізми уваги і дозволяють деяким мемам включити процес запам'ятовування та імітації.

Інші причини пов'язані з характером конструювання самих моделей, використовуваними НЛП-технологіями, що створюють конкурентну перевагу цим мемам в процесах «меметичної» еволюції.

Однак ми не повинні потрапляти в пастку припущення, що меми можуть працювати тільки тоді, коли вони схожі на гени. Гени – це не єдині реплікатори організму. Подібно працює імунна система, яку можна вважати моделлю патріотичних, державницьких переконань. Американський психолог Д. Кемпбелл [3; 4] задовго до того, як була винайдена ідея мемів, стверджував, що органічна еволюція, творча думка та культурна еволюція схожі між собою.

Скрізь існують як сліпа варіативність між тиражованими одиницями, так і вибіркова перевага одних варіантів за рахунок інших. Зміни в культурі походять з загальної моделі еволюційних змін, в них немає нічого окремо містичного. Антрополог В. Дарем [6] називає цей принцип «Правилом Кемпбелла». Необхідно пам'ятати правило Кемпбелла, коли порівнюємо меми та гени. Гени – інструкції для виготовлення білків. Через конкуренцію генів конкурують і тіла. Меми – вказівки для здійснення поведінки, зберігаються в мозку і передаються через імітацію. Їхня конкуренція сприяє еволюції розуму. Гени та меми є реплікаторами і повинні підкорятися загальним принципам еволюційної теорії і в цьому сенсі однакові. Крім того, вони можуть бути, і дійсно, дуже різними – вони пов'язані лише за аналогією. Але дотепний мем людина завжди повторюватиме навіть всупереч своїм переконанням, подаючи це як виняток або як жарт. Мем – вказівка, вбудована в людський мозок, або в артефакти, в фізичні об'єкти. Вони мають вбудовані команди «Скажи мене!», або «Скопіюй мене!», або «Повтори мене!». Це прості приклади саморефлекторних речень. Їхній сенс полягає в тому, щоб скопіювати себе.

Такі «вірусні речення» можна охарактеризувати прикладами: «Якщо ви не скопіюєте мене, то Путін нападе!», або «Скажи мене, інакше афонські старці проклянуть тебе!». Приблизно троє з п'яти людей реагують на ці команди і таким чином об'єднуються в неформальну групу, самі того не підозрюючи. Інтерактивна групова комунікація породжує групи мемів, які повторюються синхронно, як ритуали в тоталітарній секті. Тут знову буде доречною аналогія з генами, які збираються у хромосоми, а ті упаковуються всередину клітини.

Мемокластери як психічні інфекції

Інформаційний простір насичується спеціальними пакетами мемів. Р. Докінс називає ці групи «коадаптованими мем-комплексами», скорочено – «мемплексами».

Чому група? Причина проста: вільно плаваючий фрагмент інформації не може ефективно самовідтворитися. В сучасному інформаційному просторі більша частина інформації дуже тісно «упакована», як гени всередині організмів, які є їхніми машинами виживання. Інформація, яка здається «білим шумом», повна внутрішніх сюжетів і, отже, закономірностей.

Звичайно, є випадковості, – але в цілому перемагають пакети мемів (іноді їх називають «кластерами»).

Суть будь-якого мемплексу полягає в тому, що меми всередині нього можуть краще реплікуватися, ніж поодинці. Меми «руського міра» чи ІДІЛ, які поодинці не витримують жодної критики, існують і розвиваються тому, що інформаційно зчеплені з собі подібними.

Наприклад, в сучасній Естонії «руськомірці» називають естонців «чертями». Логічна зачіпка та, що естонці одна з найбільш атеїстичних націй Євросоюзу, а також те, що вони мають самоназву – «люди землі». В сукупності з пропагандою православного фундаменталізму мем «черти» отримує стабільні умови для реплікації.

Комп'ютерні віруси – інший очевидний приклад. Ми, як правило, називаємо щось вірусом, коли він явно діє, головним чином, для власної реплікації, викрадаючи реплікаційні ресурси якоїсь іншої системи за рахунок життєдіяльності цієї системи. Мем «синій кит» розповсюджувався як вірусна інфекція, через гру. Р. Докінс припускав, що діти вразливіші до психічних інфекцій, які дорослі люди ігнорують або можуть легко подолати.

Ідея вірусу актуальна для біології, комп'ютерних програм та людської свідомості. Причиною є те, що всі три системи використовують реплікатори.

Як вже говорилося вище, концепт стратегічного нарративу використовується союзниками України в Доктрині оперативної безпеки (OPSEC) (<http://www.dodea.edu/offices/safety/opsec.cfm>) та технологіях «Військового введення в оману» (MILDEC) ([http://jfs.ncdu.edu/Portals/72/Documents/JC2IOS/Additional Reading/IC3-JP_3-13-4_MILDEC.pdf](http://jfs.ncdu.edu/Portals/72/Documents/JC2IOS/Additional%20Reading/IC3-JP_3-13-4_MILDEC.pdf)). Складність засвоєння українцями «стратегічних нарративів» в політиці та військовій науці полягає в нюансах планування. Але

спостереження показують, що самі союзники на практиці при плануванні частіше використовують військовий жаргон і терміни з соціальних медіа.

Соціальні мережі як фактори національної безпеки

Оскільки соціальні мережі розвиваються як живий організм, реплікуючи себе, то їхня комунікативна роль на територіях з обмеженими ресурсами, в країнах, що розвиваються, та територіях конфлікту є домінуючою.

Соціальні медіа, дозволяють інформації та коментарям охопити ширшу аудиторію, обходячи географічні обмеження. Інші їхні характеристики включають потенціал для автоматизації, повторення інформації, перестановки вмісту та створення контенту користувача (англ. *User-generated content – UGC*) (<http://www.ugc.ac.in>). До цього треба додати фактори анонімності та спотворення вмісту до такої міри, що він (навмисно) спотворює початковий намір.

Усі ці характеристики допомагають визначати соціальні мережі як фактори національної безпеки. Чи є соціальні медіа невід’ємною частиною інформаційного середовища – постійний предмет дебатів у НАТО (http://www.jwc.nato.int/images/stories/threeswords/SOCIAL_MEDIA_STRATCOM.pdf).

Чи соціальні ЗМІ використовуються лише для моніторингу, інформування та впливу, чи, можливо, виконують й інші функції?

Стратегічні наративи можуть бути пояснені як послідовність історій, пов’язаних спільною тематикою, формою, подіями та учасниками, що чітко вказує на ідеологічні та ціннісні дискусії як на теми, варті особливої уваги. Крім того, цей підхід демонструє, що всі дії, вживані як частина стратегії або спеціальних інформаційних операцій, автоматично стають частиною більш широкого наративу. І що ці дії також мають комунікативний ефект.

Комунікація (через інформаційну діяльність) пояснює, чому актор активно бере участь у конфлікті, де інші суб’єкти є проти нього, як намагається вирішити конфлікт або уникнути його. Так, основна концепція стратегічного наративу полягає в тому, що він пропонує структуру, за допомогою якої намагається пояснити та структурувати минуле, сьогодення і майбутнє.

Висновки

По суті, наративи функціонують як рамки (фрейми), в яких рекомендується розуміти світ. Оскільки стратегічний наратив є керівною

ланкою інформаційної діяльності, а не частиною обміну повідомленнями, то він традиційно може контролюватися автором або відправником.

Проте не в тому випадку, коли використовуються соціальні медіа. Процес передачі повідомлень в них сам по собі «троянський». Кросмедійні наративи характеризуються тим, що основна увага приділяється підтримці історій, які є самостійними та меншими за масштабом. Іншими словами, можна описати ці історії як *мікроконтент*. Фактично це і є згаданий вище *мем*.

Кожен із цих автономних наративів здатний проектувати частину загального наративу на споживача прямо чи опосередковано. Це пов'язано, зокрема, з тим, що вони розроблені або призначені для розподілу між кількома платформами («мемплексний» підхід), а також з тим, що вони спеціально розроблені для соціальних медіа. Той факт, що вони призначені для повторного розповсюдження на кількох соціальних медіаплатформах, також призводить до створення наративів за допомогою анотацій, пов'язаних із контентом, і таким чином відбувається вірусне поширення і реплікація.

У практичному вимірі поняття *контрнаративу*, тобто сюжетної історії, яка запускається для нейтралізації ворожого інформаційного впливу, в українській версії може бути ефективно замінене на *мем* або *групу мемів*. Якщо мем може бути усно переказаний учасником бойового планування з якимись індивідуальними помилками, то з великою вірогідністю цей конструкт може бути ефективно використаний в оперативно-тактичних заходах.

Список використаних джерел

1. Autesserre S. Dangerous tales: Dominant Narratives on the Congo and their Unintended Consequences / S. Autesserre [Електронний ресурс]. – Режим доступу : afraf.oxfordjournals.org/content/early/2012/02/09/afraf.adr080.full.pdf+html.
2. Bartlett F. C. Remembering: A Study in Experimental and Social Psychology / F. C. Bartlett [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mpi.nl/publications/escidoc-2273030>.
3. Campbell D. T. Blind Variation and Selective Retention in Creative thought as in other Knowledge Processes / D. T. Campbell // Psychological Review. – 1960. – № 67. – P. 380-400.
4. Campbell D. T. Variation and Selective Retention in Sociocultural Evolution / D. T. Campbell // Social Change in Developing Areas: A Reinterpretation of Evolutionary theory. – Cambridge : MA, Schenkman, 1965. – P. 19-49.
5. Dawkins R. The Selfish Gene / R. Dawkins [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://en.wikipedia.org/wiki/The_Selfish_Gene.
6. Durham W. H. Coevolution. Genes, Culture and Human Diversity / W. H. Durham. – Stanford: CA, Stanford University Press, 1991. – 656 p.
7. Hull D. L. A Mechanism and its Metaphoric: an Evolutionary Account of the Social and Conceptual Development of Science / D. L. Hull // Biology and Philosophy. – 1988. – № 3. – P. 123-155.
8. Williams G. C. Adaptation and Natural Selection / G. C. Williams [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://en.wikipedia.org/wiki/Adaptation_and_Natural_Selection.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВІДТВОРЕННЯ УКРАЇНСЬКОГО МЕМУ В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ

Загальний підхід

1. *Предмет інформаційного впливу повинен спочатку бути ідентифікованим за своїми характеристиками саме як соціальний процес.* З огляду на характер сучасних соціальних мереж це можуть бути «вкидання» конкурентів, заздрісників і просто хворих людей, на які реагувати не можна. Нервова реакція на несоціальне якраз і породжує соціальний дискурс, з яким потім працювати набагато складніше.

2. *Ідентифіковані характеристики явища дають можливість визначити модель соціального процесу як адекватну або неадекватну для реалізації завдання профільним фахівцем.* І це не повинен бути журналіст. Українська журналістика традиційно вбудована в формальну систему соціальних комунікацій. Це означає, що в кризовій ситуації вона не в змозі швидко запропонувати або адаптувати ефективний меседж, бо прес-служби працюють в режимі багатослівної публічної звітності, а не вкидань зрозумілих і коротких фраз-слоганів.

3. *На підставі встановленої соціально-психологічної ситуації для вирішення поставлених завдань відпрацьовуються моделі її трансформації.* Для створення ефективних моделей інформаційної протидії кризам необхідні не прес-служби, а психологи, фахівці з психолінгвістики.

Деталізація

Першочергові завдання стоять перед інституціями, що орієнтовані на закордонні комунікації. Необхідно освоїти твітер-стиль меседжів, оскільки багатосторінкові аналітичні доповіді по країнах і про ситуації вкрай важко конвертувати в короткі і, головне, зрозумілі повідомлення.

Підрозділи, що займаються інформаційною протидією, мають бути укомплектовані мобілізованими фахівцями, які не є журналістами. В стратегічних комунікаціях більше часу приділяти практичним інформаційним сценаріями.

У навчальних закладах безпечових інституцій було б доцільно впровадити курс або факультатив з психолінгвістики.

Державні структури, які спираються у своїй інформаційній діяльності на прес-служби, занадто перебільшують їхню ефективність з точки зору створення емоційно забарвлених реакцій населення. Драматургія цієї комунікації повинна більше враховувати короткі фрази-меми, і «вірусну» модель їхнього розповсюдження.

Технології

1. Алгоритм створення мема має ґрунтуватися на трьох складових – варіативності, виборі та утриманні (або спадковості).

Варіативність. Історії рідко розповідаються однаково, кожна бесіда унікальна, і коли передаються меми, копіювання не завжди тотожне. Історія трохи прикрашається кожного разу, коли вона розповідається.

Вибір. Існує меметичний вибір – деякі спогади захоплюють увагу, в точності запам'ятовуються і передаються іншим людям, а інші не можуть копіюватися взагалі. Передаються ті меми, в яких є оригінальна і чомусь корисна для реципієнта складова.

Наслідування. Мем має бути гідним для вивчення кимось іншим як приклад.

2. Нові меми відбуваються через варіацію та поєднання старих, спосіб передачі – варіативний, від людини до людини.

Мем неминуче має причепитися до загального сепаратистського уявлення про «звірства Майдану», і через численні варіації та рекомбінації стає невразливий для спроб припинити його розповсюдження.

3. Ефективні ті меми, які включають процес запам'ятовування та імітації.

4. Меми, побудовані за НЛП-технологіями створюють конкурентну перевагу іншим.

5. Меми – це вказівки для здійснення поведінки, зберігаються в мозку і передаються через імітацію. Їхня конкуренція сприяє еволюції розуму. Вони мають вбудовані команди «Скажи мене!», «Скопіюй мене!», «Повтори мене!».

6. Меми ефективніші у мемокластерах: меми всередині них можуть краще реплікуватися, ніж поодиночі. Меми «русского міра» чи ІДІЛ, які поодиночі не витримують жодної критики, існують і розвиваються тому, що інформаційно зчеплені з собі подібними.

7. Український мем не повинен бути «зчеплений» сюжетно з офіційною позицією. Він не отримає реального розвитку. Мем мусить бути інтегрований в «зраду», в «перемогу», в конспірологію та реальну історію, і мати сюжетний розвиток в тому самому напрямку, щоб не була зрозуміла справжня мета його відтворення.

ГЕНДЕР. КОНФЛІКТ. КОМУНІКАЦІЇ

Олена Сулова

Вступ

Гендерна політика – політика, спрямована на досягнення рівного правового статусу жінок і чоловіків та рівних можливостей для його реалізації, що дозволяє особам обох статей брати рівну участь у всіх сферах життєдіяльності суспільства [1].

ІСБО, чутливі до гендерних питань, – це структури, що враховують різноманітні потреби щодо безпеки з боку чоловіків, жінок, хлопців і дівчат, а також забезпечують повну та рівноправну участь чоловіків і жінок [3, с. 4].

Розуміння проблеми і зміни в цій сфері тільки починаються, проте вже є певний прогрес в системі МО України і МВС України, де створені робочі групи з реалізації Резолюції РБ ООН 1325 «Жінки, мир, безпека» [2].

Водночас відсутній комплексний підхід із залученням всіх ІСБО України. Чому важливий цей компонент? Наскільки велике його значення в цій сфері? Що сьогодні перешкоджає широкому сталому запровадженню гендерного підходу?

Серед інших перепон наявні «гендерні непорозуміння» у сфері національної безпеки, що коріняться у стереотипах та негативному ставленні до проблеми в цілому:

- національна безпека не має відношення до гендерної проблематики;
- насильство у сім'ї не пов'язане з прийняттям рішень з проблем національної безпеки;
- всі групи мають однакові потреби безпеки;
- жіночі громадські організації не можуть розглядатися як серйозні партнери в обговоренні питань національної безпеки.

Вагомим контраргументом такому ставленню є те, що поруч з реальною гендерною політикою активно розвивається її «гібридний» варіант – гендерна маніпулятивна політика.

Гендерна маніпулятивна політика – політика, яка використовує гендерні стереотипні уявлення, міфи, упередження тощо з метою

маніпуляції суспільною думкою для досягнення політичних цілей (*визначення авторське*).

Чому гендерний фактор сьогодні активно використовується у протистоянні? Гендерна рівність є одним зі стовпів нетоталітарного світу. При чому її (рівності) потенціал ще достатньо ані досліджений, ані використаний.

Гендер як наскрізна тема аналізу політики

Для системного розуміння проблематики та шляхів подолання кризових явищ, як і всіх інших, важливо враховувати наскрізність гендерного компонента. Це співзвучно з тим, що називається **гендерним інтегруванням** (англ. *gender mainstreaming*). Таким терміном називають оцінку впливів на жінок і чоловіків будь-яких запланованих дій, включно із законодавством, політикою чи програмами в усіх сферах на всіх рівнях. Це стратегія, за якої інтереси й досвід і жінок, і чоловіків є інтегральним виміром проектування, впровадження, моніторингу й оцінки політик і програм в усіх політичних, економічних і соціальних сферах так, щоби жінки і чоловіки на рівних користалися плодами цих політик і програм. Таке визначення запропоноване Економічною і Соціальною Радою (ЕКОСОП) ООН [6].

Реалізація принципу рівних прав та можливостей жінок і чоловіків в Україні перестала бути прерогативою діяльності лише міжнародних агенцій та громадських організацій. Державна гендерна політика щороку набуває все більшої окресленості, послідовності, усвідомленості. Ухвалений 2005 р. Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» [1] заклав підвалини державної гендерної політики. Її розвиток у наступні роки не завжди мав послідовний характер і ефективні результати, проте відкинути певний поступ у цій сфері неможливо.

Водночас важливо пам'ятати, що гендерна складова – це не лише кількість жінок і чоловіків, які беруть участь у заході, це не лише відповідь на практичні потреби жінок для задоволення їх традиційних гендерних ролей. Все це дуже важливо, проте гендер, як наскрізна тема, має значно глибше відображення в житті суспільства через цінності, через непрямі

впливи, через такі саме, часом непрямі, наслідки. Гендерний вимір політичних процесів нерозривний від питання влади. Особливо яскраво це проявляється протягом насильницьких конфліктів.

Конфлікт – руйнівник і конфлікт – творець

Конфлікт, подібно органічним формам, має свій власний життєвий цикл. Він виникає, досягає емоційного, навіть насильницького кульмінаційного пункту, спадає, зникає і часто виникає знов. Життєвий цикл воєнного конфлікту умовно можна поділити на три фази – до насильства, під час насильства і після насильства, які відокремлюють одну від одної фази відкриття і припинення вогню.

У західній традиції конфлікт частіше сприймається як зло та з іншими негативними конотаціями. Водночас важливо враховувати, що конфлікт завжди відкриває «вікна можливості», які варто використовувати, щоби конфлікт працював не лише на руйнацію, але і на творення нової реальності.

Проте гібридна війна, як всеосяжне явище [4, с. 7-12], потребує деталізації того, як відповідати на загрози і використовувати «вікна можливостей» в сучасних умовах.

Реагування на конфлікт в різних його фазах може бути дієвим тільки тоді, коли це реагування буде індивідуалізованим. Це посилить і дію, і результат. Наш намір є спроба дати певні виміри конфлікту на різних його стадіях з урахуванням гендерного виміру, як однієї з категорій індивідуалізації.

Конфлікт крізь «гендерні лінзи»

«Гендерними лінзами» зазвичай називають можливість у будь-якому явищі, проекті, програмі, артефакті побачити відмінності між ситуацією для жінок і чоловіків і визначитися, чи веде вона до нерівності.

Гендерна складова є також частиною факторів, що зумовлюють ранні прояви конфлікту, а відповідно і його попередження. Так, різниця в середній тривалості життя жінок і чоловіків в Україні до війни складала майже 13 років,

в різних регіонах країни вона також була різною: в Донецькій області ця різниця складала 21 рік, хоча демографи вважають, що вже після долання бар'єру в 10 років можуть відбуватися некеровані зміни у суспільстві. Фізіологічна різниця середньої тривалості життя чоловіків і жінок складає лише 3-5 років. Інші фактори мають суспільні коріння, а тому можуть зменшуватися за допомогою суспільних важелів. «Загострення гендерних диспропорцій» [4, с. 68] також відбувалося і в Росії в період її підготовки до агресії проти України. Проте як вітчизняна наука, так і іноземні аналітичні підходи у вивченні конфліктів враховують подібні та інші диспропорції поки дуже мало і часом у дещо стереотипізованому вигляді.

«Відбувається статевовікова трансформація суспільства, що формує стійкі гендерні та вікові диспропорції. Зокрема, частка жіночого населення (до 54 % його загальної чисельності) значно переважає у старших вікових групах. З початку 1990-х р. зберігається відносно висока смертність серед чоловіків віком після 25 років. Зростає соціальне навантаження на працююче населення і поступово звужується демографічна база. Тривале збереження гендерної диспропорції сприяло закріпленню у російському суспільстві «жіночих» рис колективної поведінки (інфантильності, легковірності, жалісливості до індивідуальних негараздів людей)» [4, с. 168-169].

Феміністські концепції культури миру вимагають широких соціальних змін в персональних культурних цінностях. Тому гендерна перспектива культури миру, розглядаючи мир в різних проявах, базованих на згаданих концепціях, застосовує «гендерні лінзи». Це допомагає бачити різні ролі і стосунки жінок і чоловіків у розбудові миру і не-миру, а також вплив на них гендерованих структур (http://hepg.org/her-home/issues/harvard-educational-review-volume-72-issue-1/herbooknote/the-gendered-society_70). Це може бути також корисним тим, хто хотів би змінити цей світ на більш мирний, толерантний, дружній до чоловіків і жінок, свідомо рухаючись в цьому напрямку.

Гендерний вимір в рамках цього тексту передбачає наскрізний розгляд суспільних явищ крізь лінзи гендерної рівності чи нерівності, а саме: рівного правового статусу жінок і чоловіків, їх рівних можливостей його досягнення, їх рівності перед законом, поваги до гідності чоловіків і жінок.

Конфлікт розглядатиметься в трьох умовних фазах – до початку «гарячої» фази, «гаряча» фаза, фаза «враження» конфліктом. Гендерні виміри безпеки і миру умовно мають окремі підвиміри. Вони розглядаються крізь призму концепцій гендерного аналізу.

Гендерні виміри безпеки і миру

Щоб мати повну картину становища жінок та чоловіків в тій чи іншій суспільній сфері, при проведенні аналізу важливо розуміти та вміти оперувати певними поняттями та концепціями. Слід відзначити, що і поняття, і концепції в цій сфері є доволі новими, а тому несталими і часом суперечливими. Для цілей виміру безпеки і миру застосовані поняття, що використовуються для здійснення гендерного аналізу в цілому і політики зокрема:

- гендерні загрози (загрози гендерній рівності);
- дискримінація за ознакою статі;
- гендерні практичні потреби жінок, дівчат, чоловіків, хлопців [5, с. 10-11];
- паритетна участь жінок і чоловіків у житті суспільства в різних сферах і на різних рівнях;
- диференційований доступ до ресурсів жінок і чоловіків [5, с. 10-11];
- гендерний вплив та інституційні зміни.

Безпека і мир за умовним поділом розглядаються окремо. Гендерні аспекти безпеки розглядаються через гендерні загрози, дискримінацію за ознакою статі, гендерні потреби жінок, дівчат, чоловіків, хлопців. Гендерний вимір миру розглядається через паритетну участь жінок і чоловіків у житті суспільства в різних сферах і на різних рівнях, диференційований доступ і контроль ресурсів жінок і чоловіків, гендерний вплив та інституційні зміни (див. : Рекомендації).

Прояви гендерних вимірів безпеки і миру є результатом авторського аналізу ситуації в Україні та країнах регіону, які уже постраждали від конфліктів ініційованих, підтриманих, посилених Росією, чи мають таку загрозу. Слід відзначити, що ці тенденції притаманні і самій Росії, яка тим

самим несе загрозу і своєму суспільству. Дані отримані в результаті спостережень, фокус-груп та використання інформаційних ресурсів з 2010 р.

Одним з найпотужніших факторів ескалації конфлікту серед гендерних вимірів є, на нашу думку, активізація антигендерних рухів з комплексним підходом до руйнування гендерної політики. Цей індикатор проходить крізь всі три фази і має прояви в усіх країнах регіону. Різниця полягає лише в силі місцевого спротиву і рівні урахування його політиками і державою.

Антигендерні рухи розвивалися в розрізі загальної концепції «русского міра», прояви якої часто зводять виключно до захисту російськомовного населення за межами Росії [4, с. 276]. Проте гібридна війна як конфлікт інтерпретації цінностей не міг обійти таку важливу тему як на рівні права і можливості жінок і чоловіків, паритетна участь у всіх процесах трансформації суспільства, рівний доступ до ресурсів тощо.

В Україні цей фактор особливо активізувався з приходом до влади В. Януковича, і навіть побіжний аналіз підтверджує, що їх розвиток в Україні (а подальший аналіз показав, що і в інших країнах) був не тільки і не стільки місцевою ініціативою, скільки спрямованою політикою, яку добре готували, підтримували і поширювали не з України.

У червні-липні 2010 р. вищих посадовців держави – Президента, Прем'єр-міністра, Генерального прокурора, народних депутатів – почали «бомбардувати» чисельними листами, зміст яких зводився до однієї тези – «гендерна політика та ювенальна юстиція вбивають народ, тому їх треба позбавитися, як ворожих». Аналіз цих листів довів, що їх автори – особи, обізнані в маніпуляції. У листах активно використовувалися такі технології: трохи правди, а за нею «довгий хвіст» неправди; правдива посилка, хибний висновок; пряма брехня; заміна раціонального ірраціональним тощо.

Цікавий факт: розвідки в РФ з питань гендерних маніпуляцій були розпочаті ще на початку 2000-х р. (<https://global.oup.com/academic/product/sex-politics-and-putin-9780199324347?cc=ua&lang=en&>). Сьогодні російська влада активно експлуатує сексизм, стереотипи і гомофобію для підтримання власних дій. Там

це добре спрацьовує досі, тому таку «підготовчу роботу» вона вважала необхідною і в Україні. Але у нас, на відміну від них, розвалити «гендерні мури» виявилось значно складніше. На нашу думку, перешкодою «валителям мурів» стала феміністська гендерна частина громадянського суспільства. Так, вона в нас не така вже була і велика тоді за кількістю, але свідома, зріла, цілеспрямована і об'єднана в групи типу «Гендерної стратегічної платформи», створеної у 2011 р. саме для стратегічного подолання викликів правам і свободам, які того часу вже розквітали в країні. Застосування російською владою такої своєрідної гендерної політики, цілеспрямованої і активної, з одного боку, деструктивної і ненависницької – з іншого, мало на меті посилення атмосфери недовіри, ксенофобії і агресії. Про організоване втручання свідчили неодноразові накладі брошур антигендерного спрямування (<http://rodkom.org/2011/91.html>) по 20 тис примірників кожної. Про іноземне походження видань свідчили самі тексти, які зверталися до аналізу відкритих джерел, але не враховували певні ширші аспекти українського законодавства, формат державних установ, їх підпорядкування, які на той час вже суттєво відрізнялися від російських (<http://dom.org.ua/stati/analiticheskie-statii/1680-gender-nafiga-on-nam>). Базова антигендерна брошура була зразком поєднання різноманітних пропагандистських маніпуляційних технологій.

Разом з цим «фоновим» рухом розгорнулися й інші «інструментальні композиції» – законодавчі обмеження вступу жінок до вишів системи МВС України, руйнація національного механізму утвердження гендерної рівності на виконавчому рівні. Всі ці дії були підкріплені сексистськими висловлюваннями тодішніх високопосадовців. Саме реакція гендерного кластера громадськості, фахова, наполеглива, послідовна, знизила негативний вплив, а в деяких випадках навіть допомогла створити новий інструментарій протидії тоталітарним наступам в країні. Бо саме влітку 2013 р. Верховна Рада прийняла Закон України «Про запобігання і протидію дискримінації в Україні», який увібрав в себе уроки позовів проти Прем'єр-міністра М. Азарова за його вислів, що реформи не є жіночою справою, та проти постанови Кабінету Міністрів України, що містила непряму дискримінацію і обмежувала право деяких груп, зокрема, жінок, вступати до університетів внутрішніх справ.

Листи «обурених громадян» були першим кроком. Їхній зміст змінювався з часом – від лякалок до вимог, зокрема, до Верховної Ради відмінити Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків», а пізніше – і положення Конституції. Листи депутатам ініціювали політичну волю – підняти питання. Окремі депутати це активно робили «на вимогу народу» (<http://rodkom.org/2013/2740.html>).

Слід відзначити, що І. Друзь (справжнє прізвище Дузь), голова «Батьківського комітету» (організація позиціювалася як громадська, але реально була мережею груп, які підтримувала православна церква Московського патріархату) (<http://rodkom.org/2013/3566.html>), став на той час помічником народного депутата, з початком окупаційних дій РФ – «радником та прес-аташе экс-міністра оборони «ДНР» І. Стрількова». Він також є засновником і керівником організації «Народний собор».

Цей час також характеризується створенням широкого кола ЧОНГО (авторське визначення) – ChONGO (англ. *Church organized NGOs*) – організацій, що називають себе незалежними громадськими організаціями, які водночас такими не є, а є лише каналами комунікації Московського патріархату. Ці організації слід відрізнити від релігійних громадських організацій, які не приховують свого походження, діяльності, зв'язків з релігійними організаціями. Організація довготривалої витратної кампанії проти гендерної політики та ювенальної юстиції як проявів демократичних цінностей, зокрема створення «Батьківського комітету», – дії, спрямовані на підриєв позицій як громадянського суспільства, так і держави в цілому, а також на безпосередній вплив на людей – носіїв національної свідомості.

В Україні згадані зусилля наштовхнулися на високий рівень опору громадськості. Саме у відповідь на такі виклики жіночі, гендерно орієнтовані громадські організації і окремі експерти у 2011 р. створили Гендерну стратегічну платформу (<https://www.facebook.com/genderstrategicplatform>) для регулярного моніторингу, оцінювання ситуації та вироблення рекомендацій, насамперед, для мобілізації зусиль адвокації на державному і на міжнародному рівнях. Ці дії значно послабили масовану антигендерну кампанію.

Огляд ситуації в інших країнах регіону, зокрема, Грузії і Молдові, показав, що неврахування потенційно негативного впливу антигендерних

рухів призвело до посилення тенденцій клерикалізації суспільства (<http://www.pravmir.ru/patriarx-gruzii-stal-krestnym-otcom-14-tysyach-detej-iz-nnogodetnyx-semej>) і повернення патріархатних тенденцій загалом (<http://www.eurasianet.org/node/67914>).

Чому саме гендерна політика? Демократичні цінності мають значно ширше поле проявів. Гендерна рівність є важливою «межею» між ліберальними і консервативними цінностями, бо гендерна нерівність дає право легалізувати контроль над половиною суспільства (жінок), щоби легше здійснювати його над суспільством в цілому.

Рівність і недискримінація є засадничими параметрами для партнерського суспільства і неприпустимі для домігаторного. Чому першими «на лнії вогню» виявилися саме рівні права жінок і чоловіків? Тому, що гендерний досвід мають всі. Люди можуть тривалий час чи навіть все життя не мати досвіду стосунків з іншими етнічними групами, іншими релігіями, але досвід стосунків жінок і чоловіків мають всі. В ньому накопичені найтриваліші практики як дискримінації, так і недискримінації.

За аналогією з РФ, автори кампанії проти гендерної політики вважали, що це «найслабкіша ланка», тому її послаблення є принципово важливим. Кроки робилися не лише у вигляді нападок, інформаційних кампаній в органах місцевої влади, освітніх закладах. У 2011 р. був проведений, т. зв. експеримент: у системі вишів МВС, за постановою Кабінету Міністрів України було вирішено, що перший рік навчання буде здійснюватися, як і раніше, за категорією «курсант», а другий рік – «солдат строкової служби», що виключало можливість навчатися певним категоріям, насамперед жінкам.

Відкриття «вікна можливостей», зокрема для жінок, у період «гарячого» конфлікту не є кардинальною зміною в ставленні до ролі жінок у суспільстві. Це швидше є відображенням патріархатного ставлення до людей – жінок і чоловіків, і використання жінок в тяжкі часи, коли є потреба у додаткових людських ресурсах. Водночас за наявності сильного громадянського суспільства, його активізації в часи насильницьких конфліктів та урахування тенденцій періоду «після насильства» можна зосереджувати зусилля на тому, щоби запобігти зниженню участі жінок в усіх суспільних сферах і на всіх рівнях у постконфліктний період.

Ці і подібні факти слід розглядати детальніше і в комплексі, але вже сьогодні бачимо, що гендерний підхід до питань безпеки не є формальною відповіддю на вимоги міжнародних організацій та донорів. Це є важливий фактор забезпечення державної безпеки.

Яке практичне застосування можуть мати подібні індикатори? На рівні зростання напруги, під час т.зв. переднасильницьких стадій конфлікту, у всіх діючих осіб є можливість активніше впливати на ті чи інші складові. Використання запропонованої системи гендерного виміру безпеки і миру дає можливість послабити негативні тенденції чи повністю їх зупинити на ранніх етапах конфлікту, водночас розвивати інші стратегії сприяння розвитку суспільства в цілому.

«Нова» гендерна маніпулятивна політика Росії

Реакція української спільноти на конфлікт з РФ, на превеликий жаль, досі певною мірою несе в собі залишки постколоніального синдрому (т.зв. «братерсько-сестринський зв'язок»), і як результат – недостатнє вивчення ситуації усередні РФ, зокрема поза увагою експертів залишаються питання самоцензури, нового гібридного «громадянського» суспільства тощо (http://www.iberall.ru/upload/files/Prakticheskoe_razivitie_Rossii.pdf; <http://www.minchenko.ru/Doklad%20Politburo%202016%2007>). Вивчення російських гендерних технологій маніпуляції – геополітичний виклик, оскільки РФ використовує їх як складову глобальної гібридної політики. До найпоширеніших гендерних технологій відносимо «психосоматику», «медові пастки» масового впливу, «жінки-миротворіці».

Технологія психосоматики. Згідно основному постулату психосоматики емоційне переживання може супроводжуватися функціональними змінами і патологічними порушеннями організму людини, зокрема зниженням критичного ставлення до світу і всього, що в ньому відбувається, через специфічні «збудники» та реакцію на них. Так, тривала монотонна діяльність знижує здатність мозку адекватно оцінювати і аналізувати ситуацію. Такою монотонною діяльністю є т.зв. «вишивальні забіги» (<http://wap.Nevamozaika.forum24>).

ru/?1-16-0-00000017; <https://forum.stitch.su/topic4140>) та інші форми «громадської діяльності» в РФ, що відволікають людину від критичного оцінювання реальності та переключають увагу на переваги у віртуальній спільноті.

«Медові пастки» масового впливу. *Медова пастка (секс-индустрия)* – використання спецслужбами частіше жінок, а часом і чоловіків, які через інтимний контакт отримують контроль над цікавою для спецслужб персоною – технологія відома, проте вона зазвичай вважається інструментом індивідуального впливу.

Складання переліку жінок з «біологічним ресурсом» з накладанням його на «суспільно-корисну працю» має на меті керування цим процесом на основі біосоціальних мотивацій. *«Мисс ресурсная внешность – девушка обладающая биологическим ресурсом, стремлением к общественно-полезной и социальной деятельности, человеческий потенциал которой выражается на её лице привлекая к объекту повышенное внимание широких масс»* (<https://traditio.wiki/%D0%9C%D0%B8%D1%81%D1%81%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%83%D1%80%D1%81%D>).

Такі підходи мають різноманітне застосування не лише у випадках спеціально визначених осіб, а і для «широкої публіки». *«Кремль хоче підняти явку на виборах через сервіс знайомств – ЗМІ. Кремль вирішив використовувати додаток для пошуку знайомств Mamba для підвищення явки на губернаторських виборах. Про це повідомляє 21 серпня видання «Дождь», посилаючись на джерела, близькі до Кремля. Якщо експеримент вдасться, його можна буде використовувати під час президентської кампанії в 2018 р.»* (<http://tvrain.ru>news>tamba-4>). Служба знайомств Mamba випустила додаток під назвою «Разом на вибори» для скачування на iPhone і Android (<http://medialeaks.ru>2108aaa>). Дизайн додатка повністю збігається з додатком основного сервісу, а при запиті технічної підтримки додаток відправляє на сторінку Mamba.ru.

У додатку молодим людям пропонувалося знайти собі пару, зустрітися в день виборів губернатора 10 вересня (проходять у 16 регіонах) і разом проголосувати. Для пошуку пари пропонується фотографія «кандидата» і питання: *«Підеш з нею (з ним) на вибори?»*. При збігу позитивних відповідей користувачі отримують повідомлення *«Схоже, ми*

сподобалися один одному. Ми можемо разом піти на вибори 10 вересня». Після цього користувачі отримують можливість листуватися. Також у додатку можна знайти виборчу дільницю, зручну обом користувачам.

Генеральний директор «Мамби» Андрій Бронецький сказав «Дождо», що запустити додаток їм «порадили» (<http://www.pravda.com.ua/news/2017/08/21/7152769>).

Технологія «жінки-миротвориці». Природне прагнення частини жінок активніше впливати на політичні процеси через свою власну участь та чисельні прямі і опосередковані бар'єри на цьому шляху створили феномен, досить поширений в суспільствах, де рівень політичної участі жінок низький – це використання жінок в «непривабливих» ситуаціях.

Серед найпоширеніших практикують такі маніпулятивні використання жінок в політиці:

- прикраса першої п'ятірки виборчих списків;
- жінки як спікери непопулярних і поганих новин;
- «радниці без порад», коли призначення жінок є лише фасадом бездіяльності;
- жінки як щити у масових заворушеннях.

Жінки як щити можуть використовуватися не лише в прямому, а і в переносному розумінні. Намагання активізувати під виглядом «народної дипломатії» різноманітні «мирні ініціативи» типу «жіночого Мінську» є саме таким прикладом.

Маніпуляції в «мирних діалогах» різноманітні, проте спостерігаються спільні тенденції:

- «діалог з окупованими територіями» за «допомогою» російських посередниць, спостерігачок, учасниць;
- деполітизація політичних цілей з просуванням ідеї про те, що «сваряться політики, а нам нема чого ділити»;
- «примирення з гвалтівником» – примирення як «шлях» до реального припинення вогню і закінчення війни, який «можуть своїм прикладом показати жінки»;
- примітивізація гендерної проблематики, зокрема, в процесах миротворення, зведення її до примирення будь-якою ціною;

- участь жінок в мирних ініціативах, яка не підвищує їх статус як «серйозних гравців», а навпаки профанує саму ідею жіночого руху, його сили, спроможності та самостійності.

Висновки

У сучасному світі є багато факторів, які раніше не розглядалися як впливові і тому варті уваги, зокрема гендерний. Його нехтування спотворює можливі шляхи розв'язання конфліктних ситуацій.

Грамотна гендерна політика поширює базу залучення людських ресурсів, урізноманітнює фаховий досвід, створює більше варіацій вирішення конфлікту в екстремальних випадках, покращує загальну атмосферу в суспільстві. Гендерно чутливий ІСБО може отримати додаткові переваги у комунікаціях з громадськістю.

Важливо планувати і реалізовувати принцип рівних прав та можливостей жінок і чоловіків на всіх рівнях і в усіх підрозділах. Стратегії і тактики гендерної складової реформування СБО можуть містити:

- комплексний аналіз (інституції та функцій, що вона виконує) з урахуванням гендерної складової;
- ширше залучення жінок у СБО, зокрема, до процесу миротворення;
- участь громадянського суспільства в процесах реформування СБО з урахуванням гендерної складової;
- урахування принципу рівних прав та можливостей жінок і чоловіків в усіх аспектах діяльності СБО.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» від 08.09.2005 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2866-15/conv>.
2. Резолюція РБ ООН 1325 «Жінки, мир, безпека», 2000 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://undocs.org/S/RES/1325\(2000\)](https://undocs.org/S/RES/1325(2000)).
3. Бестік М. Посібник щодо самооцінки з гендерних питань для поліції, збройних сил та сектору правосуддя : [посібник] / М. Бестік. – Женева : ЦКЗС, 2011. – 52 с.
4. Світова гібридна війна: український фронт : [монографія] / [за заг. ред. В. П. Горбуліна]. – К. : НІСД, 2017. – 496 с.
5. Суслова О. Аналіз державної політики та нормативно-правових актів на відповідність принципу рівних прав та можливостей жінок і чоловіків / О. Суслова. – К., 2017. – 90 с.
6. Mainstreaming the Gender Perspective into All Policies and Programmes in the United Nations system ECOSOCAC, 1997 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.un.org/womenwatch/osagi/pdf/ECOSOCAC1997.2.PDF>.

**РЕКОМЕНДАЦІ
ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ГЕНДЕРНИХ ВИМІРІВ БЕЗПЕКИ І МИРУ
У СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЯХ ІНСТИТУТІВ СЕКТОРУ БЕЗПЕКИ І ОБОРОНИ**

Гендерні загрози (пересування, зникнення і пошук тощо)	Дискримінація за ознакою статі	Потреби жінок, дівчат чоловіків, хлопців (залежно від ролей)	Участь жінок в житті суспільства в різних сферах і на різних рівнях	Диференційований доступ до ресурсів для жінок і чоловіків	Гендерний вплив, інституційні зміни
Гендерний вимір безпеки					
Активізація анти-гендерних рухів з комплексним підходом до руйнування гендерної політики	Гендерні стереотипи у публічному дискурсі (виступи політиків, ЗМІ, реклама тощо)	Ігнорування у поліцейо і судом випадків домашнього насильства	Низька участь жінок на високих рівнях прийняття рішень (менше 25%)	Ізолювання сільського населення від соціальних процесів зі збільшенням гендерних диспропорцій	Руйнування механізму гендерної рівності
Політика від «керованого громадянського суспільства» до його повного контролю і створення нових гібридних форм	Обмеження та чи привилеї доступу до професій для жінок через пряму дискримінацію	Збільшення розриву у середній тривалості життя жінок і чоловіків більше, ніж 10 років	Формальні підходи до гармонізації участі жінок у владі (формальні квоти, брак реальних практичних методів залучення жінок в політику)	Руйнація малого бізнесу, де переважає частка жінок	Фрагментарна і нестійка технічна донорська допомога у сфері рівних прав та можливостей жінок і чоловіків
Внесення законопроектів і прийняття законів, що порушують права жінок (анти-абортне	Обмеження та чи привилеї доступу до професій для жінок через непряму дискримінацію	Викривлення процесів гендерного інтегрування з вимиванням компонентів	Сексистська організаційна політична культура, несприятлива просуванню жінок		Знищення соціальної інфраструктури на селі, в якій переважно були зайняті жінки

законодавство, обмеження доступу до певних професій тощо)		відповідності гендерним потребам жінок і чоловіків	в політику		
Зростання фундаменталістських тенденцій в провідних релігійних інституціях	Зневажливе ставлення до жінок як частини субкультури державної влади	Зменшення можливостей гендерних досліджень, освіти, просвіти	Низька участь жінок в дипломатії, міжнародних організаціях, перемовинах	Пенсійна реформа і підвищення пенсійного віку без жінок відповідних компенсаторних механізмів для найбільш вразливих верств жінок	
Мілітаризація суспільних інститутів (ЗМІ, освіта тощо)	Підміна поняття традицій, коли цим називаються стереотипи	Скорочення соціального бюджету без урахування гендерного бюджетування	Маніпулятивне використання жінок в політиці (жінки як спікери непопулярних новин, радниці без порад тощо)	Гальмування гендерного підходу в освіті	
Використання маніпулятивних технологій для створення молодіжних, жіночих груп, структур, рухів антидемократичного спрямування (тероризм, «титушки», «міс ресурсна зовнішність» тощо)	Посилення множинної дискримінації (через кілька захищених ознак)	Підвищення вразливості різних груп (діти, молодь, люди похилого віку тощо)	Брак жінок в «базових» структурах (за термінологією BEIS – <i>basic, economy, infrastructure, socio-cultural functions</i>)	Відсутність державної політики паритетної відповідальності обох батьків	
Декриміналізація гендерно-	Жорсткі маскулінізовані	Неврахування важливості		Обмеження заборона	та

зумовленого насильства	індикатори фондів, донорів, міжнародних організацій	гендерних потреб плануванні	в	Більша готовність і відкритість сектору безпеки до участі в ньому жінок	Ускладнення доступу до базових потреб, ускладнює виконання їх традиційних гендерних ролей	Прийняття НПД 1325	міжнародних фондів
Сексуальне насильство в зоні конфлікту	Посилення дискримінаційних практик по відношенню до жінок (зростання сексизму, ранні шлюби, обмеження доступу дівчат до освіти, зневажливе ставлення до вдов, примус до проституції тощо)	Новий соціальний досвід участі в «нежіночих» сферах праці та зайнятості		Активізація стереотипного ставлення до жінок в результаті милитаризації суспільства	Активізація жінок на вищих щаблях влади («вікно можливостей»)		Посилення множинних навантажень традиційних гендерних ролей на жінок різних груп (ВПО, комбатантки, дружини військових тощо)
Релігійна радикалізація	Використання жінок в якості щитів в бойових зіткненнях	Зменшення соціальної допомоги держави		Активізація жінок на вищих щаблях влади («вікно можливостей»)	Активізація жінок в захисті прав в суді		
Збільшення кількості суїцидів		Зниження рівня безпеки і захищеності житла		Активізація жінок в захисті прав в суді			
Епідемічна загроза ЗПСШ	Відновлення патріархатних тенденцій	Зниження свободи пересування		Непрямі шляхи усунення жінок з активної	Звуження зацікавленості донорських		

			політичної арени	в організації громадянському суспільстві, зниження фінансування та інших можливостей	
Екологічні загрози в зоні конфлікту з можливими обмеженнями доступу до базових ресурсів (вода, електроенергія тощо)	Героїзація чоловіків, виправдання їх правопорушень, зокрема, сексуального насильства		Зменшення експертного залучення жінок	Психологічна допомога потерпілим від конфлікту має слабку гендерну диференціацію	
Складнощі повернення до доконфліктного побуту і відновлення комфорту			Демотивація жінок до участі в прийнятті рішень	Недостатній механізм допомоги потерпілим від сексуального насильства	
Ранні шлюби там, де раніше така була відсутня			«Вигорання» жінок в політичній участі	Орієнтація програм демобілізації чоловіків урахування відмінності потреб жінок і чоловіків	
Демографічні дисбаланси					
Зростання кількості зареєстрованих згвалтувань і суїцидів					

ДЕСТРУКТИВНІ СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ: МЕХАНІЗМИ ЇХ КОМПЛЕКСНОЇ ОЦІНКИ ТА НЕЙТРАЛІЗАЦІЇ

КОНСЦЕНТАЛЬНИЙ ВИМІР ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ ПРОТИ УКРАЇНИ: СКЛАДОВІ, ІНСТРУМЕНТАРІЙ, ЕФЕКТИВНА ПРОТИДІЯ

Олександр Бондаренко, Станіслав Гречка

Вступ

Війни супроводжують людство упродовж усієї історії, а сам феномен війни є предметом наукового аналізу здавна, і в наш час кількість таких досліджень лише збільшується. Сучасний стан науки здатний надати полідисциплінарний опис феномену війни, враховуючи аспекти філософії, соціології, правознавства, історії, лінгвістики, дискурс-аналізу, семіотики та психології. Отже, війна як явище в цілому, а також окремі форми її ведення стають об'єктом міждисциплінарних досліджень. Передусім це стосується поняття гібридної війни.

В умовах збройного конфлікту між РФ та Україною феномен гібридної війни стає особливо актуальним для чіткого розуміння суті подій, що формують політичну, соціальну, інформаційну й психологічну реальність. Ілюстративним є розуміння гібридності цього конфлікту, сформульоване Г. Яворською та О. Іжаком: «Поняття гібридної війни виявилось теоретично й практично найбільш придатним для визначення специфіки дій РФ, яка, поєднуючи мілітарні, квазімілітарні, дипломатичні, інформаційні, економічні засоби, не гребуючи ядерним шантажем, послідовно намагається досягти в Україні та в інших точках світу власних, не вповні зрозумілих міжнародній спільноті політичних цілей. Водночас поняття гібридної війни охоплює явище набагато ширше, ніж сучасні форми ведення бойових дій, види війн

майбутнього або назви конкретних конфліктів змішаного типу. Насправді йдеться про оформлення нового виду глобального протистояння у сучасному дестабілізованому міжнародному безпековому доквіллі» [27, с. 15-16].

Консцієнтальний вимір гібридної війни

Аналізуючи гібридну природу воєнної агресії РФ проти України, старший аналітик Інституту вивчення проблем безпеки Європейського союзу (European Union Institute for Security Studies) Ніку Попеску (Nicu Popescu) дає таке визначення поняття *гібридна війна*: «Гібридна війна включає набір ворожих дій, за допомогою яких замість класичного масштабного воєнного вторгнення атакуюча сила прагне ослабити свого суперника різноманітними діями, у тому числі диверсійними розвідувальними операціями, саботажем, хакерськими атаками та підтримкою повстанських угруповань. Вона також може поширювати дезінформацію (у цільових і третіх країнах), чинити економічний тиск і погрожувати постачаннями енергоносіїв» [31]. Н. Попеску зазначає, що агресор в умовах гібридної війни розробляє стратегії та координує дії, заперечуючи власну участь в конфлікті (що ми можемо також спостерігати в ситуації з РФ).

Поняття *гібридна війна* виникло в американській науковій літературі й уперше було сформульований Дж. Меттісом (J. N. Mattis) та Ф. Хоффманом (F. Hoffman) на сторінках журналу «Proceedings», що видається Інститутом військово-морських сил Сполучених штатів Америки (The United States Naval Institute) [30]. Під цим різновидом воєнних дій розумілася така форма протиборства, яка поєднує конвенціональні (традиційні) військові та невійськові дії з неконвенціональними, – співпрацею з напіввійськовими формуваннями на ворожій території, переміщенням на непідконтрольну ворогові територію радикальних терористів, руйнуванням інфраструктури, економічною війною, хакерськими атаками воєнної або фінансово-господарської спрямованості, проведенням інформаційних і психологічних операцій [30].

Базові характеристики гібридної війни окреслено в працях Г. Почепцова, який наголошує на високій пріоритетності інформаційних

завдань гібридної війни, адже в ній спостерігається посилення інформаційних дій з одночасним приглушенням воєнних, маскування фізичних подій інформаційними. Досягнення матеріальних цілей гібридної війни реалізується завдяки діям як у фізичному, так і в інформаційному та віртуальному просторах. Гібридна війна умисне ведеться так, щоб перешкодити діям противника у відповідь, впливаючи на військові та цивільні центри ухвалення рішень. Правила гри постійно змінюються, одночасно залучатися можуть різноманітні сили – як військові, так і цивільні. Як приклад можна навести ситуації з Кримом та Донбасом, коли активному воєнному протистоянню передувало створення осередків громадянської непокори. В той же час відбувається робота і з власним населенням країни-агресора. Як результат, Україна за опитуваннями росіян стала одним з головних ворогів РФ [18].

Г. Почепцов стверджує, що завдання довготривалої інформаційної війни часто полягають у трансформації ідентичності – руйнування базової та створення на її місці нової [18]. В ситуації з Україною «Гібридна війна ... була покликана активувати радянську ідентичність, яка успішно відновлена та утримується Росією у себе ... У рамках цієї ідентичності Росія ніяк не могла бути ворогом України, оскільки в ній Росія й Україна завжди подавалися як народи-брати. Тому в рамках України був виокремлений неправильний блок (фашисти, хунта), на який і був спрямований удар пропаганди. Така модель дозволяє будувати пропаганду у вигляді захисту українського народу як «правильних» українців від українців «неправильних» [18]. Ідентичність може бути створена на базі особистого і колективного досвіду, який відтворюють ЗМІ. У періоди конфліктів у свідомості людини починає домінувати колективний досвід, імплантований ЗМІ. Особиста ідентичність може почати конфліктувати з колективною, але такий опір вимагає серйозних зусиль. Людині легше погодитися з колективною точкою зору, щоб «приглушити» когнітивний дисонанс [18].

Культуролог Д. Дондурей розповідає про деякі варіанти інструментарію збереження потрібної для влади матриці, яка допускає патріархальну недемократичну модель управління: «Смисловики зберігали у будівельників

капіталізму радянський (російський трансісторичний) тип свідомості ... троє з кожних чотирьох громадян ... переконані, що держава – це не система інститутів. Держава – це народ, мова, культура, загальна історія, друзі, батьки ... і батьківщина. А нині чинна «адміністрація» (влада) ... невід’ємна частина батьківщини» [10]. Збереження радянської матриці, згідно Г. Почепцову, дозволяє спиратися на радянські культурні результати, які продовжують в цьому випадку активно функціонувати у своїй другій іпостасі, – не як художній, а як пропагандистський меседж. Власний сильний інформаційний і віртуальний продукт, який виступає в ролі захисту від чужих вторгнень [18].

Інструментарій гібридної війни

Гібридна війна атакує достовірність, щоб відокремити країну від механізмів, що її підтримують. Генерал Бридлав, головнокомандувач силами НАТО в Європі, прокоментував цю особливість: «Інформаційно, і це найбільш вражаюча частина цієї гібридної війни, усіма інструментами породжується фальшивий наратив. Ми починаємо говорити про швидкість і силу брехні, про те, як перемогти фальшивий наратив» [19]. Такий тип асиметричної війни передбачає комбінування економічних, інформаційних, дипломатичних [28], пропагандистських, міграційних, юридичних [29] складових з воєнними формами війни, за рахунок чого створюється неоднозначність, що заважає організації протидії [18].

Тим не менш, дослідники сходяться на тому, що гібридна війна неможлива без домінування в ній саме інформаційного компонента, який за допомогою метанаративів намагається приховувати основні дії. Г. Почепцов наголошує, що у наші дні конструюванням історії займаються спецслужби, а саме створюють певні структури та події, які полегшують їм управління ситуацією. Гібридна війна, на думку дослідника, породжує подібні «історіали» (історичні конструкти) не лише для своїх, але і для чужих, а ЗМІ породжують та утримують вигідну для агресора інтерпретацію чужої історії. Тобто конфлікт розгортається і в історії, оскільки там власне і знаходяться причини конфлікту [19].

Провідною, на думку Г. Почепцова, є роль інформаційної складової гібридної війни. «Гібридна війна можлива тільки у разі сильної інформаційної агресії. Адже атакуюча сторона не афішує своєї участі. Війна є, але з боку супротивника немає ні військ, ні зброї. Усе це повинно компенсуватися сильною інформаційною підтримкою» [20]. Приклад інформаційної агресії РФ проти України свідчить, що інформаційний рівень переходить на віртуальний (наприклад, «розіпнутий хлопчик», «фашисти», «хунта», «вбивство снігурів» тощо) [20]. Для опису таких процесів Г. Почепцов вводить і використовує поняття *гібридної мови гібридної війни*. «Для опису однієї дійсності використовуються слова з іншої дійсності. Така підміна на рівні інформації дозволяє змінювати дійсність і на фізичному рівні, створюючи її новий аналог в умах телеглядачів. Дійсність 1 перекодується в Інформацію 2, щоб на її базі людина побачила нову дійсність – Дійсність 2. Мета такого опису – створити нову дійсність, в якій «фашисти, керовані хунтою, розіпнули хлопчика» [20].

У такій новій гібридній дійсності, зазначає Г. Почепцов, можна здійснювати різноманітні операції – додавати будь-які факти, які відповідатимуть гібридній дійсності, а не фізичній реальності. У таких умовах реальність втрачає свій визначальний статус, передаючи його інформаційній реальності, меседжі якої перемагають будь-які альтернативи [20].

Дослідник бачить причину гібридної війни в розвиненості інформаційного середовища людства. «Коли домінувала фізична реальність, природними були війни у фізичному просторі. Сьогодні ж домінуючими стали інформаційна й віртуальна реальності, тому гібридні війни взяли цей інструментарій на озброєння, і справжня реальність легко була зруйнована» [20].

Директор Національного інституту стратегічних досліджень В. Горбулін в передмові до колективної монографії «Світова гібридна війна: український фронт» також констатує вплив гібридного конфлікту на становлення нової реальності. «Саме такі [гібридні] війни породжують

формування нового гібридного світу, або, точніше, – гібридного світоустрою» [24, с. 7].

Важливим для всебічного розуміння гібридного конфлікту є також і правовий аспект. 25 лютого 2017 р. був ухвалений нормативний документ державного значення – Доктрина інформаційної безпеки України [1], – в якому на правовому рівні були окреслені чисельні проблеми інформаційної безпеки країни, а також описана необхідна державна політика у цій сфері. У Доктрині відзначається дискурсивний характер нинішньої гібридної війни. «Застосування Російською Федерацією технологій гібридної війни проти України перетворило інформаційну сферу на ключову арену протиборства. Саме проти України Російська Федерація використовує найновіші інформаційні технології впливу на свідомість громадян, спрямовані на розпалювання національної і релігійної ворожнечі, пропаганду агресивної війни, зміну конституційного ладу насильницьким шляхом або порушення суверенітету і територіальної цілісності України» [1]. Домінантність інформаційної складової гібридних атак з боку РФ простежується також у формулюванні цілей і принципів Доктрини. «Метою Доктрини є уточнення засад формування та реалізації державної інформаційної політики, насамперед щодо протидії руйнівному інформаційному впливу Російської Федерації в умовах розв'язаної нею гібридної війни» [1].

Події в Криму та на Донбасі продемонстрували, що сучасна війна може вестися практично без зброї, за допомогою інформаційних операцій. Суспільно-політичні події того періоду можна позначити поняттям медійна війна, оскільки усі геополітичні дії супроводжувалися інтенсивним освітленням подій в Україні російськими каналами. На репрезентацію «правильної» точки зору працювали новини, політичні ток-шоу, пізніше з'явилися документальні фільми на тематику подій в Криму та на Донбасі [21].

Незамінність інформаційної складової гібридної війни визнає також С. Магда, директор Центру суспільних відносин, який зазначив, що

головним фронтом гібридної війни є інформаційний, «для наступальних дій на якому Росія інтенсивно використовує приватно-державне партнерство різних медіа. Фактично Кремль реалізує три взаємозв'язані завдання: створює сприятливий для своїх дій інформаційний фон усередині Росії, здійснює килимові бомбардування дезінформацією українських громадян і формуванням сприятливого для себе інформаційного середовища на Заході» [15].

«Говорячи про війну, – пише Г.Почепцов, – не можна забувати пропаганду, яка є обов'язковою рисою» [21]. Пропаганда впливає відразу на чотири типи аудиторії: «своя аудиторія», «аудиторія сторони, що атакується», «нейтральна аудиторія» і «аудиторія союзників», кожна з яких отримує специфічне інформаційне послання. «Своя» аудиторія отримує найбільше сигналів і більшою мірою знаходиться під впливом великої кількості потоків інформації. Шансів на опір у такої категорії менше усіх. Схожа ситуація спостерігається з росіянами, які споживають у великій кількості інформаційний продукт пропаганди.

Головним каналом дії пропаганди на свідомість населення РФ вибрала телебачення. Проте постійне зменшення обсягу споживання телепродукції молоддю свідчить про те, що телебачення не буде рупором пропаганди в майбутньому. Прикладом можуть послужити антиурядові протести в РФ у кінці березня 2017 р., в яких брало участь молоде покоління, що споживає інформацію переважно за допомогою інтернету.

Російська група дослідників під керівництвом академіка С.Глазєва, аналізуючи розвиток ситуації в Україні періоду Майдану, зробила теоретично цінні висновки. «Інформаційна війна» має якісно більш високий рівень конфліктності, ніж війна звичайна, «деформаційна», спрямована проти матеріальної структури противника. А «трансформаційна війна» має більш високий рівень конфліктності, ніж «війна інформаційна». Засоби та інструментарій інформаційного та трансформаційного рівнів часто об'єднуються в понятті організаційної зброї. Цінності, що є об'єктом дії

трансформаційної війни, базуються на «смыслах» як об'єктах дії війни інформаційної» [5].

Поведінка людини, відзначає Г. Почепцов, зумовлена її власною картиною світу – певним набором смислів. РФ актуалізує радянські символи, чим легітимізує претензії на розширення своєї території. Якщо російське телебачення функціонувало в інформаційному просторі, то концепція «русского міра» реалізовувалася у віртуальному просторі. Інформаційна війна між РФ та Україною пов'язана також з віртуальними об'єктами. До таких об'єктів Г. Почепцов відносить такі «медійні артефакти»: «Новоросія» (історично Донецька і Луганська там ніколи не було); «ввічливі люди» (людина з автоматом в руках насилу може розумітися як ввічливий, його слухають без зайвих слів); «народний мер»/«народний губернатор» (вибиралися на площі, не мають юридичного статусу); «вибори» (проведення виборів з автоматниками за спиною навряд чи укладається в рамки цього поняття). «Усе це представляється рухом з однієї визначеності в протилежну, потрібну пропагандистові. Але одержувач такої інформації устигає забути про цю трансформацію, оскільки старі/нові символи виявляються настільки переобтяженими емоційно, що його раціональна складова не має можливості включитися» [22].

Віртуалізація конфлікту може бути пояснена приналежністю головних героїв до області псевдореальності. Іноді віртуальні конструкти заповнюють свою історію за допомогою таких самих віртуальних символів, наприклад, державною символікою, як «Новоросія». Масова свідомість досить часто не може розрізнити реальне й віртуальне, чим уміло користуються політики, переслідуючи ті чи інші цілі. Для інформаційно «здорового», ментально захищеного, суспільства потрібні уважні аналітики, здібні вибудовувати/добудовувати/перебудовувати міцні картини світу з реальних символів, фільтруючи їх від «відходів» інформаційних воєн – віртуальних симулякрів.

Як зазначають Г. Яворська та О. Їжак, унікальність характеру гібридної війни в Україні призводить до необхідності уточнення і повторного розгляду головних тез про характер гібридних воєнних дій. Це пов'язано з тим, що первинна концепція асиметричності війни застосовувалася в контексті боротьби з тероризмом відносно слабого противника (як правило, недержавною силою), що протистоїть стороні з великим військовим і технологічним потенціалом, частіше національним державам. Воєнні дії РФ проти України продемонстрували можливість гібридного конфлікту на міждержавному рівні [27, с. 16].

Аналізуючи природу гібридної війни та її елементів, дослідники Дж. Меттіс і Ф. Хоффман роблять висновок, що повстанські дії це передусім війни ідей («Insurgencies are wars of ideas» [30]), метою яких є конкуренція з ідеями супротивника. Інформаційна складова операцій проти повстанських угруповань повинна розширити присутність армії, сприяти впливу на населення з метою пригнічення ідеології, що пропагується повстанцями, й полегшення прийняття населенням протилежної ідеології й нового шляху розвитку. При проведенні подібних інформаційно-психологічних операцій особлива увага має бути приділена вивченню мови, культурних й етнічних особливостей населення [30].

Дискурс гібридної війни

Роль мови в інформаційно-психологічних операціях гібридного протистояння була окреслена Г. Яворською та О. Їжаком, які розрізняють два модуси існування гібридної війни – феномен фізичної реальності та дискурсивний конструкт. Зв'язок війни та мови, дискурсу, проявляється вже на самому етапі оголошення війни, який є одночасно мовною й соціальною дією. Таким чином, у свідомості людей здавна співіснують стереотип про оголошену війну як про «правильну» і про неоголошену війну як відхилення від «норми», тому взаємозв'язок війни й дискурсу для людини є іноді навіть важливішим, ніж правовий статус цього явища [27, с. 42]. Дискурс про війну і

війна у фізичному вимірі з'являються одночасно. Війни набувають сенсу і статусу війни лише разом із дискурсивними формами. До таких дискурсивних форм можна віднести міфи, історичні хроніки, романи, репортажі, монографії, праці філософів й істориків, доповіді експертів й аналітиків, присвячені військовому мистецтву тощо. Оскільки «рефлексія про війну (так само, як усі інші види рефлексії) розгортається в дискурсивному вимірі. Можемо стверджувати, що війни є невід'ємні від словесних, дискурсивних практик» [27, с. 43].

Порівнюючи з попередніми конфліктами подібного типу, Г. Яворська та О. Їжак визначають інформаційну та смислову специфіку гібридної війни між РФ та Україною за такими параметрами:

- 1) інтенсивності та широті охоплення аудиторії інформаційних дій;
- 2) систематичному й комплексному застосуванні медійних і новомедійних засобів;
- 3) створенні нового дискурсу війни, спрямованого на руйнування існуючих і формування нових інтерпретаційних і смислових механізмів сприйняття дійсності [27, с. 43].

Дискурс гібридного конфлікту існує на трьох рівнях – локальному (внутрішньоукраїнському), міждержавному (російсько-українському) і глобальному. Ці рівні пов'язані з різними інтерпретаціями одних і тих самих подій. Виходячи за рамки медійної сфери, дискурс гібридного конфлікту проникає практично в усі види соціальної комунікації – від приватних побутових розмов до дипломатичних переговорів.

Дискурсивні практики реалізуються за допомогою стратегічних наративів. Дискурс війни пов'язаний з певними типами оповідань про події. Процес і результат інтерпретації війни і конфліктів залежать від їхньої концептуалізації. Ті чи інші наративні схеми по-різному вичленяють події та визначають їхніх учасників. Вибір термінології для позначення конфлікту (війна між державами, громадянська війна, окупація, заморожений конфлікт, холодна війна тощо) впливає на сюжетні й інтерпретаційні схеми та визначає учасників протистояння (противників і союзників, ворогів і друзів, місцевих

жителів і біженців, партизан і колабораціоністів, «своїх» і «чужих») та характер стосунків, що їх пов'язують.

Г. Яворська зазначає загострення боротьби за домінування моделей інтерпретації сучасності [11] й констатує використання конфлікту інтерпретацій подій як зброю гібридної війни. «Факти втрачають роль остаточного доказу, відповідність наративу фізичному стану речей відходить на задній план. Інтерпретаційна складова гібридної війни, або когнітивний вимір ведення гібридних воєнних дій, реалізуються за допомогою дискурсивних вербально-семіотичних засобів» [27, с. 48].

Консцієнтальна складова гібридної війни заслуговує на окрему увагу, оскільки такі психологічні операції здатні впливати на масову й індивідуальну свідомість. Невипадково в російській військовій і науковій літературі вже декілька десятиліть активно розробляється проблематика, пов'язана з боротьбою за свідомість. Концепція війни за свідомість – консцієнтальної війни – була сформульована в російській науковій літературі Ю. Крупновим та Ю. Громико.

Консцієнтальна війна (лат. *conscientia* – свідомість) націлена на свідомість людини, це, за визначенням Ю. Крупнова, «війна на ураження свідомості» [13].

Головною метою такого типу війни є «знищення ядерної людської здатності до вільної ідентифікації, тобто до самовизначення того, ким людина прагне бути й у рамках якої культурно-історичної традиції. Наявність та діючий стан подібної здатності робить життя людини принципово відкритим і, в той же час, дуже жорстко задає єдність самосвідомості через рефлексію власного покликання та найдорожчих людських зв'язків. Після знищення такої здатності людині може бути нав'язана або наведена будь-яка ідентифікація, яка з якихось причин потрібна ззовні» [13]. Ідентифікація будується на образах і сутнісних символах. Провідна роль в цьому процесі відведена ЗМІ. Ю. Громико констатує появу нового формату світової боротьби – «конкуренція форм організацій свідомості, де предметом ураження й знищення є певні типи свідомості» [7]. Виходячи з цих умов, дослідник

формулює основне завдання консцієнтальної війни, яке багато в чому перекликається з ідеями Ю. Крупнова: «в результаті консцієнтальної війни певні типи свідомості просто мають бути знищені, перестати існувати, їх не повинно бути. А носії цієї свідомості, навпаки, можуть бути збережені, якщо вони відмовляться від форм свідомості – предметів руйнування й ураження. Типи свідомості – предмети ураження в консцієнтальній війні – мають бути витіснені за рамки цивілізаційних допустимих форм. Важливо розуміти, що знищення певних типів свідомості припускає руйнування та переорганізацію ідентичностей, які конституюють цей тип свідомості» [13]. Дослідник визначає п'ять основних способів ураження та руйнування свідомості в консцієнтальній боротьбі [13]:

1) ураження нейро-мозкової системи людини, що призводить до зниження рівня функціонування свідомості (за допомогою хімічних речовин, отруєння повітря, їжі, випромінювання тощо);

2) зниження рівня організації інформаційно-комунікативного середовища, у якому існує свідомість, шляхом її дезінтеграції та примітивізації;

3) окультний вплив на організацію свідомості;

4) організація та розповсюдження комунікативними каналами образів і текстів, спрямованих на руйнування роботи свідомості (психотропна зброя);

5) руйнування способів та форм ідентифікації особистості щодо фіксованих спільнот, що призводить до зміни форм самовизначення та до деперсоналізації.

Переважаючим компонентом консцієнтальної війни, способом ураження свідомості (за класифікацією Ю. Громико), в сучасних умовах російсько-українського гібридного конфлікту український політолог А. Колодій вважає інформаційно-психологічну складову [12].

Це твердження можна проілюструвати думкою експерта Інституту кібернетики імені В. Глушкова НАН України К. Атоєва. «Невід'ємним атрибутом гібридних воєн є їхнє інформаційне забезпечення. Кремль витрачає на інформаційну складову війни, розв'язаної проти України, значно більше засобів, ніж на самі бойові дії. Велетенська медійна мережева структура намагається нав'язати світові свою віртуальну картину подій, а її

співробітники давно стали солдатами цієї війни, нічого спільного не маючи з професією журналістів. Вони перетворилися на інформаційних терористів, метою яких є встановлення контролю над свідомістю людей, їхніми поглядами, світоглядом, системами цінностей» [2]. Забезпечення цілісності та стабільності розповсюдження цієї штучної картини світу й складає суть і одночасно місію консцієнтального впливу.

С. Дацюк, аналізуючи характер перебігу інформаційної війни з РФ, виділяє семантичну війну як вид консцієнтальної. «Суть і причини будь-якої консцієнтальної війни знаходяться в семантичній війні. Інакше кажучи, семантична війна це вид консцієнтальної війни, коли йдеться про зміну концептуальних основ масової свідомості через свідомість лідерів думок, тобто свідомість інтелектуалів. Семантична війна це війна за зміну розумових установок» [8]. Автор акцентує увагу на тому, що «семантична війна не надає переваги тому або іншому існуючому дискурсу, критикуючи, обмежуючи або знищуючи інший (інші) дискурс(-и). Семантична війна створює нові дискурси, і в цьому її принципова мета. У цьому сенсі семантична війна – це війна дискурсів на рівні розумових установок. Створюваний новий дискурс є перемогою тієї чи іншої розумової установки» [8].

Заступник директора Інституту російсько-китайської стратегічної взаємодії А. Дев'ятов відзначає подвійний характер інформаційно-психологічної війни – «інформаційне поле «війни смислів» і безінформаційне, чисто енергетичне, поле «війни нервів» [9], результатом чого є:

- 1) переформатування матриці поведінки з підміною базових цінностей, бажань і мотивів;
- 2) розлад мовних кодів розумового апарату супротивника;
- 3) мобілізація (напруга) енергії мас у своїх, і демобілізація (розслаблення) – у чужих.

Завданнями «війни смислів» є руйнування традиційної картини світу, етичних і естетичних координат свідомості, догматів віри, порядку історії та ін., а «війна нервів» націлена на отримання реакції правильного й чіткого відгуку на сигнал управління «своїх» і активізація гальмування рефлексії (апатія) або виснажливого ситуаційного збудження (деструкції) у «чужих» [9]. А. Дев'ятов також розмежує способи ведення зазначених типів воєн.

«Способами війни смислів виступають: підміна символів і маніпуляція образами; переосмислення фігурального у буквально; заміна однозначного багатозначним; зведення оригінального до універсального; підробка уявним. Способи війни нервів – управління рефлексією, поведінкою людей і психоінженіринг резонансів колективного несвідомого (пристрастей)» [9].

Категорії етнічної й цивілізаційної ідентичності, закладені в мові, в першу чергу, опиняються в полі уваги будь-якої інформаційно-психологічної війни, «тому завданням будь-якої початкової операції війни смислів і нервів виступає злам цивілізаційного коду (системи запису спадкової архетипічної інформації) супротивника. Специфічним видом бойового забезпечення тут стає військова психолінгвістика» [9].

Як узагальнення і певною мірою резюмування наведених дослідницьких позицій можна привести одне з найбільш ранніх визначення феномену *консцієнтальної війни* В. Потехіна: «Під консцієнтальною війною розуміємо «війну психологічну за формою, цивілізаційну за змістом та інформаційну за засобами, в якій об'єктом руйнування та перетворення є ціннісні установки народонаселення супротивника, в результаті чого первинні цілі замінюються вторинними, третинними та більш низькими, приземного рівня, з дещо збільшеною вірогідністю їхнього досягнення, до того ж ця вірогідність, за рахунок економічних та інших матеріальних важелів впливу варіюється таким чином, що досягнення цих цілей сприймається людиною як її благо» [17].

Враховуючи безпосередній зв'язок ціннісних та цільових установок людини з культурою її народу, варто зазначити, що об'єктом руйнування в консцієнтальній війні є ментальна, культурна, етнічна та цивілізаційна оболонка супротивника. Тобто консцієнтальна війна призводить до ураження свідомості людини та деформації/руйнування ідентичності, на «руїнах» якої конструюється нова псевдоідентичність, наприклад, «народи» Криму або Донбасу.

Міфодизайн консцієнтальної війни

Головними завданнями сучасної консцієнтальної війни проти України є фрагментація суспільства (регіональна – діаспоризація, виокремлення

особливих мовно-етнічних угруповань – населення Сходу та Півдня України, протипоставлення їм «інших» – мешканців Західної та Центральної України; соціально-стратова – виокремлення робітничого прошарку населення, шахтарів, працівників заводів та фабрик як групи, що має особливий шлях та майбутнє; мовно-національна – поділ українського суспільства за мовною ознакою, при цьому поняття мовної та національної приналежності підмінюються), контроль свідомості населення шляхом контролю інформаційного простору, вплив на культурну свідомість нації за допомогою засилля російського контенту, ЗМІ, діяльності Російської православної церкви, літератури, мистецтва тощо та деформація іміджу України як держави серед українців та на міжнародній арені.

Ще з давніх часів міф відігравав важливу роль у житті людства. На думку Є. Галаніної [4], міф як культурний феномен виконує такі функції: світоглядну (міфологічна свідомість здатна конструювати картину світу людини певної історичної епохи), адаптивно-психологічну (дозволяє людині адаптуватися до навколишньої дійсності, відчувати власну приналежність до неї, впорядковує та гармонізує відносини людини з природним та соціальним світом), смислоформуючу (зумовлює утворення культурних смислів, дозволяє людині помістити себе в контекст особливої смислової реальності, задає певну смислову матрицю), аксіологічну (формує певну ціннісну шкалу явищ і відносин, які відбуваються між людською свідомістю і навколишнім світом, зберігає фундаментальні цінності культури, відображаючи їх неминущий характер), соціально-регулятивну (задає нормативні зразки поведінки, морально-етичні принципи і практичне керівництво до дії, через які організовується і підтримується порядок в суспільстві, функцію закріплення культурних цінностей і соціальних норм (задає систему орієнтацій у світі і забезпечує духовну єдність суспільства) та інтегруючу (забезпечує єдність і цілісність суспільства, колективу і нації, регламентує поведінку людей, забезпечує координацію сприйняття і дії, мислення і поведінки розрізнених індивідів, формує колектив, генеруючи групову самосвідомість, що забезпечує єдність і цілісність суспільства, колективу і нації).

Б. Борисов [3], аналізуючи архаїчний міф, вказує на такі важливі аспекти його функціональності, як семіотичний (мова знаків), гносеологічний (пізнавання, накоплення знання про навколишній світ, збереження досвіду людства) та комунікативний (механізм передачі досвіду від покоління до покоління – соціальна пам'ять людства). Давній міф був формою світосприйняття та засобом формування світогляду людства, встановлював зв'язок між минулим, теперішнім часом та майбутнім, гармонізував навколишній хаос.

Свідомість сучасної людини в умовах надлишку інформації, перенасичення образами дійсності міфологізується, оскільки саме міф є тією стійкою структурою, яка дозволяє упорядкувати хаотичне сприйняття світу. Міф перетворюється на особливу, міфологічну реальність, в яку вірить людина. Як влучно стверджував О. Лосєв, «міф є ... найвищою за своєю конкретністю, максимально інтенсивною й у найбільшій мірі напруженою реальністю. Це не вигадка, але – найбільш яскрава та справжня дійсність. Це – абсолютно необхідна категорія думки і життя, далека від будь-якої випадковості і свавілля» [14]. «Міф є організацією такого світу, в якому, щоб не трапилось, якраз все зрозуміло та мало сенс» [16, с. 6]. Саме тому міф доступний буденній свідомості, що робить його ефективною інструментом в сучасній соціально-політичній сфері життя.

Традиційно в науковій літературі сучасний міф умовно називають соціальним або політичним, вкладаючи в це поняття перш за все ідею міфу як регулятора соціальних та політичних сфер життя, формування соціальної ідентифікації та політичного світогляду. Чіткого розмежування між цими поняттями дослідники не роблять, адже в центрі уваги сучасної (соціальної/ політичної) міфології є боротьба за свідомість великої кількості людей.

Трансляція міфів, що застосовуються проти України, може відбуватися за трьома напрямками:

1) *український вектор*. Вплив на свідомість українців, що призводить до її хаотизації, деформування світогляду та притуплення критичного мислення. Як

наслідок, населення з ураженою свідомістю легше піддається на подальшу маніпуляцію, направлену на руйнування старих соціокультурних, політичних, етнічних орієнтирів та формування нових, вигідних противнику. Найбільш пріоритетною категорією населення можна назвати мешканців Південно-Східної України, адже саме ці території знаходяться в центрі уваги російського агресора. Ця соціально-територіальна категорія підпала під вплив багаторічного систематичного інформаційного та консцієнтального ураження з боку РФ, що призвело до деформації української та нав'язування проросійської ідентичності на мовному, культурному, історичному, етнічному та конфесійному рівнях;

2) *світовий вектор*. Конструювання, актуалізація та подальша експлуатація міфів, що дискредитують імідж України, українців, владу, соціальні та державні інституції тощо. Деформація іміджу України може негативно впливати на світову підтримку України у протистоянні російській агресії та військовим операціям російських збройних формувань на Сході країни, а отже, мета такої консцієнтальної тактики може позбавити нашу державу існуючих або потенційних союзників та прихильників у воєнній, економічній, геополітичній та дипломатичній сферах;

3) *російський вектор*. Більшість міфів ретранслюються також на свідомість російського населення, адже «правильно» вибудована модель світогляду, «ретельно» розставлені акценти при зображенні конфлікту на Донбасі або повна симуляція ситуації легітимізує як зовнішню, так і внутрішню політику Кремля.

На наш погляд, під час аналізу сучасної міфології доречною є диференціація сучасних міфів за найважливішими сферами життя людини. В сучасних умовах консцієнтальної війни проти України спостерігається різноманітний спектр міфів. Найбільш послідовно використовуються соціальний, політичний, економічний, історичний, релігійний (конфесійний), мовний, культурний та етнічний міфи.

Соціальні міфи репрезентують стереотипні уявлення про стан українського суспільства. Серед основних соціальних міфів можна назвати

міфи «Жебрацтво українського народу», «Батраки-українці в Західній Європі», «Неповага до пенсіонерів», «Ветерани УПА кращі за ветеранів ВВВ», «Крах пенсійної системи», «Медична реформа – геноцид українського народу» тощо. Такі міфи спрямовані на деморалізацію, дестабілізацію ситуації в країні, дискредитацію влади, виникнення бунтівних настроїв тощо. Головна мета – підірвати віру в будь-які перспективи для країни, а отже зменшити спротив населення.

Політичний міф – «міф, який використовується для реалізації політичних завдань: боротьби за владу, легітимізації влади, здійснення політичного панування. Використовувані як інструменту політичної боротьби політичні міфи роблять колосальний вплив на все суспільство» [26, с. 46]. Політичні міфи представлені більш регулярно, що пояснюється напруженою політичною ситуацією як в країні, так і на міжнародній арені: «Захід проти Росії», «Боротьба за мир», «Міф про фашистську Україну», «Україна – агент Заходу», «Вашингтонський «обком» керує Україною», «Україна – неповноцінна держава». Ефективність цих міфів пояснює їхню універсальність – вони транслюються в тристоронньому форматі: Україна – Світ – Росія.

Економічні міфи моделюють уявлення про економіку України: «Донбас годує Західну Україну», «Дефолт в Україні», «Україна замерзне без російського газу», «Захід «годує» Україну», «Україна на утриманні у МВФ», «Неякісні продукти харчування українського виробництва» тощо. Основною метою цих міфів є деструкція уявлень про можливість економічного розквіту України, загальна демотивація та пригнічення населення, а найважливіше – економічне ослаблення країни – відлякування потенційних партнерів. Крім цього, негативні міфи проти України ретранслюють на російський народ, щоб їм не була помітна власна критична економічна ситуація, жебрацтво, адже «у сусіда ще гірше».

Історичні міфи направлені на хибне трактування історичного минулого країни з проєкцією на сьогодення та майбутнє: «Велика вітчизняна війна 1941 – 1945 рр.», «Міф про Новоросію», «Міф про російський Крим», «Сталін об'єднав Україну», «Українська нація – не давня», «Давні укри», «Київська

династія князів – російська» та інші. Використання цих міфів покликане нівелювати власну історію українців, акцентувати увагу на її залежності від російської, що назагал можна визначити як імперсько-колоніальний дискурс.

Сучасна **релігійна (конфесійна) міфологія** цілковито накладена на політичну матрицю та покликана обґрунтувати тотожність українського народу російському шляхом апеляції до ідентичності за релігійною та конфесійною ознакою: «Москва – третій Рим», «Верховенство Московського патріархату», «Єдність православних». Українці зображуються споконвічно православними, прочанами саме Московського патріархату, який позиціонується як первинний та єдиний (ігноруючи історичний факт давнішого існування Київської Митрополії Константинопольського Патріархату, на базі якої виник й Московський патріархат). Представники інших конфесій (католики, греко-католики, православні УПЦ Київського патріархату та Автокефальної церкви) за міфологічними стереотипами виступають як «неправильні», «збиті з істинного шляху», а іноді і як «вороги» православ'я. Місія РФ – відновлення «історичної» єдності православних України та Росії.

Міфи про мову мають на меті дискредитацію статусу української мови: «Українська недомова» (діалект російської або польської), «українську мову вигадали більшовики». Мова – ключова мішень для ворожих атак, адже пропаганда РФ подекуди ототожнює поняття етнічної ідентичності та ідентичності за мовною ознакою, що дозволяє насаджати стереотипи про те, що російськомовне населення Південної та Східної України – росіяни. Мовне питання використовується для розхитування політичної ситуації в Україні.

Етнічні міфи нівелюють неповторність української нації, розмивають уявлення про український народ: «Українці – недонація» (суміш поляків, росіян, татар, румун тощо), «Міф про три братські народи», «Сдина колиска народів», «Західна Україна – Польща», «Східна та Південна Україна – Росія». Найчастіше етнічні міфи використовуються в сукупності з мовними.

Культурні міфи знецінюють українську культуру, насаджують ідею про першість російської: «Російський мир та духовні скрепи», «Відсутність високої культури в Україні: література, музика, театр», «Вплив російської культури на українську» тощо.

Наведена класифікація сучасних антиукраїнських міфів є доволі умовною, адже наведені типи міфів синкретичні та взаємозумовлені.

Релігія та окультні практики історично використовувались як інструмент впливу на свідомість людей та зміни світоглядної моделі. Сучасний соціально-політичний контекст також демонструє використання зазначених засобів консцієнтального програмування суспільства. Наприклад, представники УПЦ Московського патріархату під час проповідей та богослужінь відкрито пропагують ідеї «руського міра», справляють релігійні обряди та таїнства вибірково, наприклад, відмова в обряді поховання загиблим бійцям АТО.

Паралельно з антиукраїнською діяльністю деяких офіційних релігійних інституцій, на території України діють квазірелігійні та окультні організації. Антидержавницька, сугестивна діяльність одного з найбільш небезпечних окультних угруповань – громадського руху «АллатРа» детально розглянута в працях О. Снитко. «В інформаційний простір України запускаються проекти тотального соціального зомбування, які, на перший погляд, начебто не пов'язані з обговоренням державності України, питань політики, економіки, подій у зоні ООС, проте насправді спрямовані на просування ідеології «руського міра» та у величезному обсязі використовують маніпулятивні технології, які вуалюються під пропаганду добра, людяності, єдності та безкорисливої взаємодопомоги. Мета таких проектів – здійснення масштабного впливу на свідомість людей шляхом застосування вербальних та невербальних прийомів сугестії» [25, с. 207].

Висновки

Отже, гібридна війна має такі складові: мілітарну, квазімілітарну, економічну, кібернетичну, інформаційну, комунікативну, дипломатичну, юридичну, диверсійно-терористичну та консцієнтальну. Консцієнтальна складова гібридної війни заслуговує на окрему увагу, оскільки саме вона впливає на масову й індивідуальну свідомість, саме тому консцієнтальну війну розглядаємо як «війну на ураження свідомості».

Створення, насадження та засилля російського культурного контенту суттєво впливає на свідомість українців, імплантуючи суспільству чужу

ідеологію, нав'язуючи невластиву культуру, а отже – підриваючи етнічну та національну ідентичність народу, що призводить до конструювання необхідної для агресора ідентичності. До такого контенту можна віднести витвори літературного, монументального, образотворчого, кінематографічного, театрального, музичного мистецтв тощо. Окремо слід виділити той культурний продукт, який щоденно тиражується та транслюється телебаченням – серіали, ток-шоу, примітивний гумористичний контент тощо. Варто зазначити, що чи не найбільш небезпечним є розважальний контент, розрахований на дитячу аудиторію, адже дитяча свідомість найменш захищена від подібного впливу.

Отже, мова, міф, контент – ефективний інструментарій гібридного протистояння. А тому дизайну комунікацій будь-якого рівня з різними цільовими аудиторіями має приділятися першочергова увага комунікаторів, зокрема державних відомств та ІСБО.

Список використаних джерел

1. Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29.12.2016 р. «Про Доктрину інформаційної безпеки України», № 47/2017 від 25.02.2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/472017-21374>.
2. Атоев К. Как Украине бороться с российским информационным терроризмом / К. Атоев [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://nv.ua/opinion/atoyev/kak-ukraine-borotsya-s-rossiyskiminformacionnym-terrorizmom-29009.html>.
3. Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR : [учебное пособие] / Б. Л. Борисов. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2001. – 624 с.
4. Галанина Е. В. Миф как реальность и реальность как миф: мифологические основания современной культуры / Е. В. Галанина [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://monographies.ru/en/book/section?id=5421>.
5. Глазьев С. Украина: между Западом и Россией: [аналитический доклад Изборскому клубу] / С. Глазьев [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dynacon.ru/content>.
6. Громько Ю. В. Оружие, поражающее сознание, – что это такое? / Ю. В. Громько [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pereplet.ru/text/grom0.html>.
7. Громько Ю. В. Консциентальная война по глобальному миропереустройству (концептуальное управление амальгамными локальными конфликтами) / Ю. В. Громько [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.intelros.ru/subject/karta_bud/10579-konscientalnaya-voyna-po-globalnomu-miropereustrojstvu-konceptualnoe-upravlenie-amalgamnymi-lokalnymi-konfliktami.html.
8. Дацюк С. Семантическая война против путинской России / С. Дацюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://hvylya.net/analytics/society/semanticheskaya-voyna-protiv-putinskoj-rossii>.
9. Девятов А. П. Искусство побеждать в войне смыслов / А. П. Девятов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ruskline.ru/analitika/2010/8/10/iskusstvopobezhdavvojne-smyslov>.
10. Дондурей Д. Российская смысловая матрица / Д. Дондурей [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2016/06/01/643174-rossiiskaya-smislovaya-matritsa>.
11. Зовнішня політика України в умовах кризи міжнародного безпекового середовища : [аналітична доповідь] / Б. О. Парахонський, Г. М. Яворська. – К. : НІСД, 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.niss.gov.ua/articles/2098.

12. Колодій А. Концептуалізація брехні і безсилля правди (можливі шляхи протидії методам «консциєнтальної війни») / А. Колодій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://political-studies.com/wp-content/uploads/2015/12/werstkaAgoraV152.pdf>.
13. Крупнов Ю. В. Как Россия сможет предотвратить пятую мировую войну. Консциєнтальная война / Ю. В. Крупнов [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://kрупнов.ru/pubs/2005/02/09/10403>.
14. Лосев А. Ф. Диалектика мифа / А. Ф. Лосев [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://azbyka.ru/dialektika-mifa>.
15. Магда Є. Гібридна війна: питання і відповіді / Є. Магда [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/gibridna_viyuna_pitannyaividpovid/undefined.
16. Мамардашвили М. К. Введение в философию / М. К. Мамардашвили. – Философские чтения. – СПб. : Азбука классика, 2002. – 832 с.
17. Потехин В. К. Современные консциєнтальные войны и национальная безопасность России / В. К. Потехин [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.milresource.ru/Potekhin.html>.
18. Почепцов Г. Г. Гибридно-информационная война: основные характеристики / Г. Г. Почепцов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://psyfactor.org/psyops/hybridwar8>.
19. Почепцов Г. Г. Гибридно-информационная война: роль пропаганды и контрпропаганды / Г. Г. Почепцов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://psyfactor.org/psyops/hybridwar8-2.htm>.
20. Почепцов Г. Г. Гибридно-информационная война порождает гибридную действительность / Г. Г. Почепцов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://psyfactor.org/psyops/hybridwar8-3.htm>.
21. Почепцов Г. Г. Невоенный инструментарий войны: люди, медиа и образы / Г. Г. Почепцов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/nevoennyy_instrumentariy_voynu_lyudi_media_i_obrazy.
22. Почепцов Г. Г. Новые варианты информационной войны. Российско-украинский конфликт / Г. Г. Почепцов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://osvita.media.sapiens.ua/ethics/manipulation/novye_variandy_informatsionnoy_voyny_rossiyskoukrainskiy_konf.
23. Почепцов Г. Г. Смысловые войны в глобальном контексте XXI века / Г. Г. Почепцов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://psyfactor.org/psyops/infowar22.htm>.
24. Світова гібридна війна: український фронт : [монографія] / [за заг. ред. В. П. Горбуліна]. – К. : НІСД, 2017. – 496 с.
25. Снитко О. С. Проекти тотального зомбування в інформаційному просторі України / О. С. Снитко // Інформаційна безпека людини, суспільства, держави. – 2017. – №1 (21). – С. 207-215.
26. Цуладзе А. М. Политическая мифология / А. М. Цуладзе. – М. : Эксмо, 2003. – 384 с.
27. Яворська Г. М., Іжак О. І. Феномен гібридної війни / Г. М. Яворська, О. І. Іжак // Світова гібридна війна: український фронт : [монографія] / [за заг. ред. В. П. Горбуліна], 2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/content/articles/ files/ HWdruk_fin+site_changed-6e437.pdf.
28. Davis J. Continued Evolution of Hybrid Threats the Russian Hybrid Threat Construct and the Need for Innovation / J. Davis [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.jwc.nato.int/images/stories/threeswords/CONTINUED_EVOLUTION_OF_HYBRID_THREATS.
29. Dayspring S. M. Toward a theory of hybrid warfare: The Russian conduct of war during peace / S. M. Dayspring. 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : eprints.lse.ac.uk/.../Billis_Towards_a_theory_of_hybrid_org.
30. Mattis J. Future Warfare: The Rise of Hybrid Wars / J. Mattis, F. Hoffman [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://milnewsbay.pbworks.com/f/MattisFourBlockWarUSNINov2005.pdf>.
31. Popescu N. Hybrid tactics: neither new nor only Russian / N. Popescu [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.iss.europa.eu/uploads/media/Alert_4_hybrid_warfare.pdf.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПРОТИДІЇ КОНСЦІЄНТАЛЬНИМ ВПЛИВАМ РОСІЙСЬКИХ ДЕСТРУКТИВНИХ КОМУНІКАЦІЙ

1. Консцієнтальна війна повинна бути визнана як важлива для наших реалій складова гібридної війни.

2. Доцільно доповнити основні напрямки наукових досліджень в галузі забезпечення інформаційної безпеки проблематикою дослідження питань, пов'язаних з консцієнтальною складовою гібридної війни.

3. Необхідно забезпечити організаційну та фінансову підтримку недержавних незалежних громадських інституцій, що займаються питаннями дослідження та протидії гібридній та консцієнтальній агресії.

4. Важливим кроком в сучасних умовах російсько-української консцієнтальної протидії має стати перехід від пасивної оборони (реагування за інерцією, ситуаційної, тактичної, вибіркової протидії) до активних наступальних операцій на консцієнтальному фронті. Наприклад, стратегічна робота в напрямку актуалізації та «пробудження» етнонаціональної свідомості малих народів Середнього Поволжя, Північного Кавказу та Сибіру тощо задля подальшої боротьби за культурну, мовну, етнічну, а згодом й політичну сепарацію цих регіонів.

5. Для підвищення ефективності боротьби з консцієнтальними загрозами з боку Російської Федерації необхідно розглянути можливість спільної з європейськими та західними країнами протидії, адже російська консцієнтальна агресія не обмежується лише українським фронтом.

6. Вважаємо за доцільне в рамках можливої перереєстрації релігійних організацій та інституцій на території України перейменувати Українську православну церкву Московського патріархату в Російську православну церкву в Україні, що дозволить українським православним віруючим чітко ідентифікувати державну належність релігійної інституції.

7. Необхідно зазначити, що дієвими засобами протидії антиукраїнської міфології є антимиф, контрмиф, десакралізація та позитивна (іміджева та терапевтична) міфотворчість,

8. Для мінімізації деструктивного маніпулятивного впливу російської пропаганди за допомогою ресурсів мови на свідомість українського населення доцільно проводити масштабну просвітницьку та роз'яснювальну роботу з питань медіабезпеки та медіаграмотності за допомогою ЗМІ, науково-популярних публікацій, лекцій, круглих столів тощо.

ЛІНГВІСТИЧНІ МАРКЕРИ СВИТОГЛЯДНОЇ МАСКИ СУБ'ЄКТА МАСМЕДІЙНОЇ ІНТЕРАКЦІЇ

Наталія Слухай

Вступ

Сучасний інформаційний простір у відповідь на цивілізаційні виклики характеризується високою інтенсивністю, нестачею часу на його опрацювання і зниженням контролюючих функцій свідомості, залученням до процесу комунікації знаків багатьох семіотичних систем та інтертекстуальністю, диктатом дискурсивних законів організації комунікативного потоку, повсюдністю, гнучкістю. Г. Почепцов додає до цього переліку такі ознаки інформаційного простору, помітні під час світоглядної гібридної (нелінійної, проксі-війни, смислової, когнітивної) війни: відтворюваність, одноманітність, канонізованість, хаотизованість [35], емоційність, надлишок інформації [30], квазідіалогічність за рахунок інтернету і соцмереж [29], наративність – формування свого наративу як спосіб оформлення віртуального та інформаційного продукту [31], різке спрощення [34], ритуалізованість повідомлення [28], відсутність моральних та етичних обмежень [27]. Додамо до рис інформаційного потоку в часи протистояння також підвищення горизонту зла, спрощення та жорстку розкресленість координат світу, високу сугестивність повідомлення. Сугестія – позаконтрольна свідомості імплантація вербальної та невербальної інформації сугестором у свідомість сугеренда (індивіда чи соціуму); її різновид, маніпуляція, – це сугестивний вплив на свідомість людини на користь сугестора і на шкоду сугеренду шляхом роботи з ключем до свідомості людини – ЗНАКОМ, переважно мовним, що легко породжує когнітивні дисонанси. З-посеред рис, справедливо названих Г. Почепцовим, звернімо увагу на три, першою з яких є хаотизованість. Хаотизація світу – провідний, на наш погляд, спосіб створення сугестивного повідомлення, канал введення сугеренда в ресурсний стан готовності до

сприйняття інформації під час наведення та утилізації трансю. До хаотизації ведуть симулякри, які стирають межу між реальним і віртуальним світом, шквал негативних емоціогенів, постійні перекручення форми і смислу слів. Друга риса, незнайома попереднім інформаційним епохам у сучасних значних масштабах, – квазідіалогічність. Носії медіаінформації, комп'ютерні ігри і навіть дитячі іграшки ведуть сьогодні з людиною квазідіалог, у результаті якого сприйняття не виформовується, а інсталюється, вноситься у свідомість сугеренда. І, нарешті, наративність як спосіб викладу інформації, висвітлення інформації під своїм кутом зору, впровадження «свого» бачення постмодерного світу, в якому людина позбавлена онтологічної ідентичності і сама перетворюється на симулякр. Медійна інформація в аспекті наративності виглядає як боротьба наративів. Ключову роль у впровадженні «свого наративу» виконує дискурс (текст з урахуванням відправника, одержувача повідомлення в їх сукупному впливі на ситуацію і зворотний вплив ситуації на них), який містить ціннісно марковану інформацію, що показує «кут зору» відправника повідомлення.

Актуальність вивчення мовних маркерів світоглядних масок у період світоглядних війн

Світоглядні війни сучасності визначаються надзвичайною роллю інформації та її провайдерів – масмедіа – у формуванні ставлення до подій війни, реальних, сфальшованих або вигаданих, з боку колективного та індивідуального суб'єкта-сугеренда, тобто суб'єкта, на якого спрямований сугестивний (впливовий в обхід раціонального мислення) дискурс. За урахування настанови прокремлівських медіа на хаотизацію світу та на активізацію ресурсів маскування позиції масмедійного джерела розуміння напрямку формування суспільної думки учасником масмедійної інтеракції становить неабиякі труднощі і потребує ідентифікації ціннісно вагомої інформації – мовних маркерів текстів «замаскованої ворожнечі». Особливо актуальним це завдання виглядає в умовах гібридної війни, в якій

поєднано ресурси воєнних зіткнень, війни у сфері торгівлі та дипломатії, війни за свідомість, історично знаних як «війна Ареса», «війна Афіни», «війна Аполлона» [25], остання з-посеред яких сьогодні посіла центральне місце.

Теоретичні засади дослідження мови як соціальної практики вивчені фахівцями у галузі дискурсології, особливо у межах критичного дискурс-аналізу, зокрема, П. Серіо, Ю. Степановим, Р. Водак, Н. Фейркло, Т. ван Дейком, праці яких було спрямовано на ідентифікацію вербалізаторів особливого ментального світу – «дерев'яної мови» радянського політичного дискурсу, мови влади Великобританії періоду прем'єрства М. Тетчер, мови соціального відторгнення імігрантів у Австрії 1990-х р. і т. ін. Віднайдені вербалізатори не склали системи; з-посеред них опинилися, зокрема: оцінні вирази, негативні епітети, негативний коментар, протиставлені ми-дискурси та вони-дискурси, когнітивні метафори, стереотипи, явища генералізації, номіналізації, пасивізації/активізації та подібні. Але, навіть не систематизовані, вербалізатори певного ментального світу виступали маркерами «міфології епохи» (Ю. Степанов). Так само, особливо за урахування повторюваних конструкцій рупорів прокремлівської риторики, можна визначити, як саме «матерія мови» формує «нову реальність» у період сучасної світоглядної війни проти України.

Актуальність цього завдання, релевантного для конфліктних періодів в історії держав, зростає в умовах постмодерного світу сучасності, де руйнується інтертекстуальність наративів через системні посилення на фальшивки; симулякри (фейки) заступають події у складі дискурсів, які заступають відображення реальності; місце сакральних текстів посідають квазіміфи, які формують новий сакрум: зумисна прагматична хаотизація та карнавалізація світу подається як фрагментарність складного універсуму; в умовах інтенсифікації інформаційного потоку безупинно зростає горизонт зла; зло позитивізується; постправди змінюють історію внаслідок переоцінки цінностей

та примітивізації минулої реальності; альтернативні правди подають множинні інтерпретації сучасності; відбувається синхронний розрив комунікацій внаслідок відмови від діалогу, що в сукупності веде до руйнування нормативного сприйняття фундаментальних підвалин буття, плюралізму як заперечення істини. Проте, як би не намагався відправник повідомлення замаскувати свою позицію навіть у постмодерному світі, сказане, щоб бути адекватно сприйнятим «своїми» та відлякувати «чужих», носить ціннісно-інформативні мітки. Відповідно, результативним шляхом ідентифікації замаскованої світоглядної позиції суб'єкта масмедійної інтеракції виступає аналіз дискурсу на предмет пошуку об'єктивації ціннісно-інформативних позначок, які мають виражену когнітивно-концептуальну релевантність.

Сучасна словесна зброя, особливо в постмодерному світі, є особливо ефективною в логоцентричних країнах, до яких належить Росія. Застосована проти України, ця зброя набула специфічних ознак, похідних від прагнення замаскувати позицію відправника повідомлення через філігранну роботу зі словом. Підготовка до такої роботи в Росії велася широким фронтом: лише за останні п'ять років і лише у відкритому науковому просторі з'явилися численні дисертації, присвячені проблемі маніпуляції в політичному дискурсі, маніпуляції суспільною думкою через ЗМІ (А. Алтунян, Э. Бочарова, Н. Бубнова, О. Бикова, В. Грачев, И. Мельник, А. Данилова, Е. Денисюк, О. Завьялова, М. Захарова, Д. Салеева, С. Кара-Мурза, Г. Карташян, Г. Копнина, А. Котов, М. Кочкин, А. Кошкина, А. Леонтьев, А. Любимова, О. Михалева, К. Никитина, В. Панкратов, Ю. Пирогова, С. Сухих, Н. Чурсова, А. Шестерина, А. Шмелев¹), де предметом дослідження обрані «різномірні мовні одиниці, здатні чинити маніпулятивний вплив на суспільну свідомість», «змінювати лінгвоментальну картину політичного світу адресата, створюючи ілюзію усвідомлюваного адресатом вільного вибору» [8]. Значне місце в науковому доробку російських мовознавців посідають такі проблеми (прізвища та ініціали подані мовою оригіналу): психологія маніпуляції (Е. Доценко, В. Шейнов), імпліцитна агресія у мові (Ю. Апресян, В. Амиров,

¹ Тут і далі прізвища та ініціали подані мовою оригіналу.

И. Енина, Н. Купина), маніпулятивна семантика і пропаганда (В. Байков, В. Сороченко), політична метафора, частіше когнітивна (А. Баранов, Ю. Караулов, А. Чудинов, Д. Яцутко), маніпулятивне викривлення через евфемізми (И. Беляева, Э. Куликова), мова як загроза суверенітету особистості (Е. Борисова), маніпулювання людьми у виборчому процесі (А. Горчева), маніпуляція особистістю (Ю. Ермаков), імперативи сталого розвитку і маніпулювання суспільною свідомістю (*колектив авторів* – www.politteh.ru/politteh), стратегії і тактики дискредитації (О. Иссерс), стратегія зближення (В. Степанов, А. Месечко), номінація як маніпулятивний прийом (К. Киуру), політичні слогани (А. Кривонос), засоби зміни моделей світу (П. Паршин, В. Сергеев), прийоми впливу на людей (П. Таранов), прийоми демагогічної риторики (М. Федосюк), політична риторика (Г. Хазагерев), політичні маніпуляції з метою підкорення натовпу (А. Цуладзе), психологія впливу (Р. Чалдини), інтертекстуальні засоби, цитати та багато іншого. Привертають увагу такі факти: дослідження маніпулятивного потенціалу політичного дискурсу вивчають за урахування досвіду вивчення сакральних практик, художнього слова та рекламного тексту; до вивчення політичного дискурсу долучилися вчені, до кола інтересів яких до останнього часу політична мова не входила; тематика досліджень урізноманітнілася переважно за рахунок збільшення праць з вивчення способів впливу на свідомість реципієнта. Таким чином, дискурсивний аналіз політичного дискурсу вченими в Росії останні десятиліття вівся системно.

Провідний учений Уральської школи політичної дискурсології О. Русакова висловила слушну думку: дискурс є складно структурованою системою, яка формує смисло-силове комунікативне поле, що має кілька планів, включно з інтенціональним, актуальним (політичний перформанс); віртуальним (ідеальним), який включає ментальну карту світу і систему цінностей мовця; контекстуальним [38, с. 145]. Віртуальне, явлене в контексті у період світоглядної війни, дозволяє відтворити інтенції колективного відправника повідомлень і ранжувати їх за значущістю. Ці контексти у метафоричному сенсі є фрагментами світоглядної маски, зняти яку – це побачити, яким чином і нащо спаплюжено інформаційний простір.

Ступінь усвідомлення актуальності проблеми практиками масмедіа

Зазначимо, що сучасні журналісти і в Україні, і в Росії як практики масмедійної комунікації помітили ці дискурсивні маркери: «є простий спосіб з'ясувати, яку позицію відстоює те чи інше ЗМІ. Досить звернути увагу на формулювання і визначення, які використані» [45 (переклад Н. Слухай)] або «Коли ви говорите “на” Україну, ви вкладаєте копійчку у війну... Коли говорите, що в Україні громадянське протистояння, ви вкладаєте два карбованця у війну... Коли називаєте український народ братським, а батьківщину єдиною, ви даєте тисячу карбованців на цю війну» [43 (переклад Н. Слухай)]. «Добрих півсправи становлення нації відбувається у людських головах» (переклад Н. Слухай), – упевнені ідеологи газети «Вести» [10]. Державна пропаганда у Росії почала в режимі нон-стоп перетворювати «позитивне ставлення» до України на протилежне – інформацією про «український фашизм», «київську хунту», «карателях» і «розп'ятих хлопчиків» [12]. О. Арестович навіть створив штучний програмуєчий текст, намагаючись показати, як це роблять рядові фронту пропаганди: «використав декілька первісних клавіш впливу на вашу підсвідомість: викликав тривогу, потім – почуття провини, потім натиснув на потребу у безпеці, запропонував вихід з проблеми, сформував очікування, після цього – потребу у належності до значимої групи, клавішу відчуття гордості, самосхвалювання, і, нарешті – винагороди... Цей допис, розміщений у потрібний час потрібним способом, зібрав за дві години 1000 лайків та майже 200 репостів. Збере ще» [3]. Журналістика не може бути нейтральною, особливо у періоди світоглядного протистояння спільнот, тим більше протистояння «гострої фази». Політичний дискурс об'єктивує різні ментальні карти, спроектовані на одну й ту саму ситуацію в умовах гіпертрофованої і агресивно загостреної боротьби за владу. В ситуації агресії Росії проти України за неможливості відкритого озброєного захоплення територій активізуються спроби захоплення території через інтервенцію у свідомість жителів територій: В. Лизанчук з посиланням на В. Горбуліна справедливо стверджує, що, уникаючи об'єктивних дефініцій стосовно того, хто агресор і як мають бути названі окупаційні війська у Криму,

на Донбасі, західні ЗМІ винаходять якісь нові слова та словосполучення, єдиний смисл яких – не назвати РФ агресором, окупантом [21].

Матеріал дослідження

Дослідження змісту публікацій газети «Вести» (одного інформаційного кластеру з телевізійною програмою Вести, інформаційними джерелами Вести. Репортер, Радио. Вести, Вести.RU), інтернет-джерела «Военное обозрение» та коментарів до них засвідчило, що для ідентифікації позиції масмедіа або коментатора плідним є тестувати заголовки – за ними або «зчитують» титульну інформацію, або приймають рішення про детальне ознайомлення зі змістом публікації – та основні сильні позиції (початок, кінцівку, ключові структурні одиниці тексту). Методом суцільної вибірки протягом березня-листопада 2017 р. було вилучено понад 2 тис дискурсивних явищ щодо поточної політичної ситуації з метою визначення, якими мовними засобами в умовах світоглядної війни ці масмедіа формують думку споживача інформації. У жовтні 2017 р. до збору матеріалу долучилися студенти 2 курсу магістратури ІФ КНУ імені Тараса Шевченка А. Бузницька, М. Валевач, О. Гілюн, Д. Іваніщева, Д. Матвєєва, Л. Стрельник, К. Шкіль, чий матеріал також частково залучено до аналізу.

Мовні маркери світоглядних масок: класифікація за інтенціями

Ціннісно-інформативно марковані засоби, визначені за методом ідентифікації «мови чужого», склали кілька груп (активність позначається кількістю зірочок від однієї до трьох), систематизованих відповідно до провідних інтенцій відправника повідомлення.

Інтенція пониження гідності носія української мови і самосвідомості українця

Першу групу складають мовні явища, які створені відправником повідомлення з інтенцією пониження гідності носія української мови і самосвідомості українця. До них належать наступні.

1. Транслітерація та зумисна глумлива русифікація і перекручення слів і словосполучень української мови, або результат передачі букв, звуків, слів і словосполучень української мови ресурсами алфавіту і звуків російської мови (формальна гібридизація), часто – з притягненням невластивої внутрішньої форми:** *революция гідности*, Револуция «гыдности», *гідная Краина*, «незалежная», грамадяны *Низалежнай*, граждане *Незалежной*, граждане «незалэжной», нацистующие украинские *мытци*, *попроцаться с Щеневермой*, щеневермолики, украинские «херои», *хатоскрайность*, *видроджэння*, *посварилась*, *энергетическая перемога*, *пэрэмога* евромайдана, *переможные* отзвыы, *едына та* квитуча, спивуча соловина мова, *немае*, *добре*, *зрада зрадная*, русскоязычные *зрадныки*, *свидомые* массы, *господа свидомые*, *свидомый* пилот, *надлюдына*, мова, *говарят «на мове»*, *древнеукраинская мова*, *ненька*, *нэнька*, уважаемый человек в *цэвропе*, *цэвропейцы*, *эуропэйци*, *над украинским блокпостом* — *жовто-блокитный* государственный флаг, *карпатские отборные «щирые»*, *все будет добре*, *наследники папиредников*, *делегация спивает на встрече* сухогруза, *нова влада*, *подарить шматочек сала*, *ему «неудобно* за свою *зраду»*, *ваши нары будут поруч*, *это «свято»* бандеровцев всех мастей, *сичевые* стрельцы та багато інших.

Зазначимо, цей прийом у російських ЗМІ є типовим, використовується і щодо мови громадян інших країн: «*помяркоувные* белорусы», «*свядомые*» белорусы, «*Беларусь – гэта Еуропа*», «*свядомасць*», «*маскали*».

Об'єктами ураження через іменування виступили феномени світоглядного порядку: **Україна** (*гідная Краина*, *попроцаться с Щеневермой*, *грамадяны Низалежнай*); **українська мова** (*мова торжествует при условии дискриминации русского*, *русскоязычные зрадныки* та подібні; увесь ряд транслітерованих форм становить приклад знушання з носіїв мови, передусім через притягнення невластивої внутрішньої форми, як *возбуждать гідность образов*, *папиредники*, «*щирые*»), або неповаги до ключових символів країни – *Йоговысокоповажность (про Президента)*; громадяни України – в цілому або в певному страті (*свидомые массы*,

грамадяны Низалежнай, вышиваные патриоты, свидомая образованицина, боевики «незалежной», украинские мытци, самостийные «прикордонники»); **Революція Гідності** (революция гидности, пэрэмога евромайдана, нацибандеровская «революция гидности»); **долучення до європейських цінностей** (пустить Незалежную в Европу, цєвропейцы).

З-посеред мовних засобів об'єктивації світоглядної позиції домінує формальна гібридизація (побратым), зумисне притягнення невластивої внутрішньої форми через образливі аналоги («свидомизм» України, пустить Незалежную в Европу), порушення фонографічного ряду – написання кількох слів як одного з метою деперсоніфікації або персоніфікації (Йоговысокоповажность, попрощаться с Щеневмерлой, цєвропейцы), дублювання кореня слова з метою посилення перлокутивного ефекту виразу, що є традиційним для російського дискурсу, пор. видимо-невидимо, голь голимая (зрада зрадная), лапки («незалежная»), фонологічні клони з російської («грамадяны Низалежнай»).

2. Граматичні* (на Украине, в Донбассе, украинцы сами себя, Порошенко сам себя, якобы российский контрактник, **какая еще** Украина, з «українське мовою" не сложилось) та лексичні** маркери меншовартості і зневаги України, національних символів, мови, влади, народу України, (сшитый на коленке «Франкентейн» по имени Украина, Малороссия, Украина – родина всего, малороссийский язык, украинские горе-патриоты, украинская трезубая вилка, генетическая неполноценность жителей Донбасса, рабская натура донбасских, хохлы стараются стащить что плохо лежит, хуторянское мировоззрение, нацики из СБУ), включно з **інвективами** (гетто для дебилов; неукраиноязычные дауны, майдануны, украинские недочеловеки, бандерлоги, укрорагули, украинские чумоходы в правительстве, украинцы – кастрюлеголовые, упоротый хохол, У*раина (*-«с»), у*раинство (*-«с»), неукраиноязычные дебилы; неукраиноязычные дауны; политики-психопаты).

Об'єктами ураження виступили: **Україна** (сшитый на коленке «Франкентейн» по имени Украина, Малороссия), **український герб** (украинская трезубая вилка), **українська мова** (малороссийский язык,

український язык), **українці** – у цілому або сегментовані за мовною ознакою (**регіонально**) (*украинские недочеловеки, неукраиноязычные дауны, неукраиноязычные дебилы; рабская натура донбасских*), **політикум України** (*украинские чумоходы в правительстве, политики-психопаты*). Це об'єкти світоглядного порядку.

Мовними засобами об'єктивації світоглядної позиції є: інвективи, стилістично знижена лексика (*дауны, недочеловеки*), висока концентрація негативних емоціогенів (*неполноценность, рабская*), фразеологізми (*хохлы стараются стащить что плохо лежит*), метафори і перифрази (*украинская трезубая вишка*).

3. Використання строчної літери замість прописної з функцією пониження предмету опису*: *так называемый майдан, жить без бандер*. Дискурс політичних текстів російських СМІ дозволяє зафіксувати протилежне явище **використання прописної замість строчної з метою підвищення предмету опису***: *Большой брат, Великая Русская Революция*. Прагматика пониження українства в цьому разі залишається незмінною.

4. Використання множини замість однини: *жить без бандер, однини замість множини**: *украинский и русский народ*.

Усіма згаданими засобами просувається **стратегічний наратив**: **начебто** незалежна, особливо ж постмайданна Україна і усе, що пов'язане з Україною, заслуговує на засудження, презирство, висміювання.

Інтенція спрощення і усталення сприйняття через ідеологеми

Другу групу складають мовні явища, які відбивають інтенцію відправника повідомлення взяти свідомість сугеренда в «ідеологічні кліщата» шляхом залучення ресурсів попередніх ідеологізованих епох або шляхом створення ідеологічних кліше.

1. Активація ресурсів мови радянської епохи*** – клішованих сполучень, виразів-ідеологем і подібних (*воссоединение с Россией, триединный народ славянский, братский украинский народ, братский русский народ, братья-славяне, братский народ, братские народы, братские славянские народы, единая семья братских народов, мы же братья, братство, русские и украинцы – братья, единый народ, один народ, мы с вами – один народ*,

братские украинцы, украинцы и русские – одно и то же, наши русские, наша общая земля, у нас единая родина, давайте жить дружно и вместе, общая многовековая история, исконно русские земли, объединенные экономики, Украина с Россией вместе, объединение России и Украины, общая история, интересы России и Украины совпадают, интересы российского и украинского народов совпадают, разжигание межнациональной ненависти и вражды, остановить агрессию, черный список врагов Украины, трудовой народ осуждает, циничное бездействие (киевских властей), экстремисты из так называемого, родные наши ветераны, житель города-героя, изменники родины, мировое сообщество осудит, расстрельный список, враги народа, враги Украины черные списки «врагов Украины», протест против «буржуйского Запада», на очередное заседание совместного комитета, подрыв территориальной целостности, «не педалировать» вопрос, официально демонстрировать единую позицию, подтвердить исключительное значение Октября, главная угроза человечеству, гонка вооружений, строить общий дом та багато інших).

Ресурси мови радянського періоду спрямовані на **підживлення чи інсталяцію в свідомості реципієнта світоглядних ідей: братства** (*братский украинский народ, братский русский народ, братья-славяне, мы же братья, братство*), **єдності** (*триединный народ славянский, украинцы и русские – одно и то же, объединение России и Украины, Украина с Россией вместе*), **спільних інтересів** (*общая история, интересы России и Украины совпадают, интересы российского и украинского народов совпадают*), **протиставлення ми-кола** (*наши, русские*) **і ворогів** – це решта (включно з США та Євросоюзом), особливо ж кївська влада (*разжигание межнациональной ненависти и вражды, черный циничное бездействие (киевских властей), трудовой народ осуждает*).

Об'єкти ураження: жителі Донбасу, Криму, жителі вільної України – прибічники СРСР, прихильники ідеї возз'єднання з Росією. Ідейні кліше, або усталені клішовані блоки смислів, групуються сегментовано – наприклад, щодо Донбасу: *Донбасс не прощает обид, поставить Донбасс на колени,*

Донбасс никто не ставил на колени, и никому поставить не дано, Донбассу жить. На тлі відомих з'являються нові кліше за старими моделями (Киеву не победить), але їхня роль у дискурсі зумовлена іншими чинниками (когнітивною метонімією у даному випадку).

Мовними засобами об'єктивації «дерев'яної мови» є: кліше (*разжигание межнациональной ненависти и вражды, братья-славяне, трудовой народ*), включно з **радянськими «мантрами» – слоганами** (*давайте жить дружно и вместе, мы же братья*), **задовгими клішованими висловлюваннями** (*российское предложение будет способствовать урегулированию внутриукраинского кризиса, разразившегося в результате антиконституционного государственного переворота, совершенного ультра-радикалами*); **багатоваріантне постулювання ключової ідеї, включно із засобами, позаконтрольними свідомості**, як вживання однини замість множини, емоційної лексики (*украинский и русский народ, украинцы и русские – одно и то же, единый народ, один народ*). **З метою полегшеного впровадження ідеологем залучаються також ресурси «дитячої мови»:** *страшилки про Россию, давайте жить дружно, кто придумал российскую угрозу.*

Впроваджуваний **стратегічний наратив:** начебто Радянський Союз – гідна ностальгії країна, де панували мир і злагода між народами, росіяни і українці були братськими народами. Журналісти-блогери помітили прихильність керівництва Росії радянській парадигмі та традиції запозичення звідти пропагандистських ходів та прийомів [1].

2. Активним засобом профілювання свідомості сугеренда є формування нової когнітивної карти споживача інформації через впровадження і багаторазове повторення новостворених нормативів та ідеологем, які випромінюються прокремлівськими ЗМІ*.** Ці ідеологеми належать до провідних засобів просування про кремлівських наративів. Новостворені ідеологеми націлені на **кілька об'єктів ураження.**

Об'єктом ураження виступають **жителі Криму, зокрема, кримські татари:** *власти Республики Крым; российский Крым; воссоединение Крыма с*

Россией, исконно русский Крым, Крым принадлежит России, крымско-татарский терроризм, крымско-татарский экстремизм. Блок центровано навколо таких засобів об'єктивації ідейних кліше: *российский Крым; воссоединение, исконно русский, украинский /крымско-татарский экстремизм / фашизм*). Впроваджувана когнітивна карта: Крим позиційовано як споконвічну російську територію (республіку або частину Південного округу Росії), яка з'єдналася з Росією (рос. «возьединилась», і це єдино прийнятне формулювання), а той, хто проти (кримський татарин чи українець), – іменується терористом або екстремістом.

Стратегічний наратив: начебто возз'єднання Криму з Росією є відтворенням історичної справедливості.

Об'єкт ураження – *жителі ОРДЛО (свобода от Киева, Донецкая народная республика, Луганская народная республика, молодые республики, граждане ДНР, народ Донбасса, непризнанные республики, новости ЛНР, новости Новороссии, Союз добровольцев Донбасса, политическая и идеологическая ненависть Киева к Донбассу, граждане ДНР, автономия Донбасса, русских здесь нет, Конституция ДНР, военное ведомство ЛНР, воины ДНР, ополченцы Новороссии та багато інших).* Блок центровано навколо таких засобів об'єктивації ідейних кліше: *«Новороссия, непризнанные республики, политическая и идеологическая ненависть Киева к Донбассу; свобода от Киева, Донецкая народная республика, Луганская народная республика».* Впроваджувана когнітивна карта: на Донбасі виникли молоді народні автономні республіки зі своїм народом, громадянами, агентствами новин, конституцією та ІСБО; Росія начебто не має до виникнення цих утворень жодного стосунку, а Україна начебто Донбас ненавидить.

Стратегічний наратив: начебто автономні «ДНР» та «ЛНР» виникли без підтримки РФ як результат протестів, викликаних діями постмайданної влади України.

Згадані ідеологи вступують у конфлікт з ідеологемами іншої групи, яка має дві підгрупи – А. ОРДЛО – зона інтересів Росії (*ОРДЛО – зона естественного влияния России; просят соединить Донбасс с Россией, до чего Украина довела Донбасс, путь Донбасса в Москву, Донбасс возвращается*

домой в Россию, воссоединение народа Донбасса, забрать Донбасс, Донбасснаши; это все наша русская земля, багато інших). Ключові засоби об'єктивації ідей цієї підгрупи: «зона влияния России; соединить с Россией, путь Донбасса в Москву, воссоединение народа Донбасса, забрать Донбасс, Донбасснаши; это русская земля». Об'єктиватори недвозначно свідчать про зміст впроваджуваної когнітивної карти: Донбас для Росії – об'єкт інтервенції, подібний до Криму, на що вказують советизми (*зона естественного влияния, воссоединение народа*), трюїзми (*это все наша русская земля*), мовна аналогія (*Кримнаши – Донбасснаши, путь домой, возвращается домой*). Ідентичність мовного оформлення ідеологем дозволяє засвідчити високу вірогідність їхнього походження з одного джерела. Ідеологеми підгрупи Б є симетричними щодо ідеологем підгрупи А; вони виформовують таку когнітивну карту: Україна вже начебто не має стосунку до території Донбасу і контролює територію тимчасово, здійснюючи геноцид, Донбас собі поверне два міста (*действия ВСУ как геноцид мирного населения Донбасса, временно контролируемые Киевом территории, временно занятые украинской армией города, подконтрольная Киеву территория, временно подконтрольные Украине территории, вернуть Славянск, вернуть Мариуполь*). Ключові засоби об'єктивації ідейних кліше: «геноцид мирного населения Донбасса, временно контролируемые Киевом, временно занятые украинской армией».

Стратегічні наративи: начебто 1. «ДНР» та «ЛНР» – це Новоросія, тобто історична справедливість вимагає визнати їх частиною Росії, куди республіки повертаються «додому» після періоду руйни (симулякр *Новоросія* буде розглянуто далі). 2. Україна – ворог «ДНР» та «ЛНР», який здійснює геноцид мирного населення через обстріли, Україна тимчасово контролює частину територій Донецької та Луганської областей.

Згадані вище ідеологічні блоки кліше конфліктують із серіями ідеологем, випромінюваних тезою «ситуація на Сході України – внутрішня справа України» (*недоразумение на Востоке Украины, бессмысленность войны в Донбассе, гражданский конфликт между украинцами в восточных областях, конфликт на «юго-востоке» Украины, какая еще война; нет никакой войны;*

внутриукраинский конфликт; гражданская война в Украине, украинский кризис, власти Украины начали военную операцию; вооруженный конфликт на Украине; в Украине гражданское противостояние; Киев не в состоянии остановить гражданскую войну; цинизм и провокации Киева; провокационные заявления киевских политиков; хроническое и циничное бездействие киевских властей; подготовка интервенции; урегулирование внутриукраинского вопроса; восстание местных жителей, ополченцы на Донбассе, прямой диалог с боевиками, восставший Донбасс). Низка згаданих ідеологем інсталює когнітивну карту: в Україні – громадянський конфлікт, це безглузде непорозуміння; проти України не ведеться війна, це внутрішній український конфлікт, криза; цей конфлікт влада не може і не хоче зупинити, вона цинічна, уникає дій, здійснює провокації, прагне придушити місцеве повстання, тому з боку Києва виступають бойовики, а Донбас боронять ополченці. Ключові засоби об'єктивації ідеї: *недоразумение / война / гражданский конфликт на Востоке Украины, внутриукраинский конфликт; гражданская война / гражданское противостояние в / на Украине, цинизм и провокации Киева; внутриукраинский вопрос; восстание местных жителей, восставший Донбасс, ополченцы на Донбассе.*

Стратегічний наратив: *начебто* на Сході України – непорозуміння, громадянське протистояння, громадянський внутрішній український конфлікт, озброєне протистояння, громадянська війна, заколот жителів Донбасу, протести, які цинічно спровоковані і тепер брутально придушуються постмайданною владою України.

Об'єкт ураження – Україна та українці. Один ідеологічний блок стосується влади України (*Майданная власть, незаконные власти Киева, госпереворот на Украине; государственный переворот на/в Украине; правящий режим в Украине; военный «переворот» в Украине, украинские путчисты; бессилие украинской власти; разгул атаманщины; разгул «махновщины»; кровавая фашистская Украина; нацистский переворот; нацистская Украина*). Впроваджувана когнітивна карта: керівництво,

приведене до влади Майданом, – начебто незаконне, його прихід до влади – державний переворот, воєнний переворот, путч, вони спричинили фашизм, нацизм, вони безсилі, спричинили розгул беззладдя. Блок ідеологем пов'язаний з ключовими словами та словосполученнями «незаконний, государственный переворот, военный переворот, путч, путчисты, правящий режим, атаманщина, махновщина, фашистская Украина, нацистская Украина».

Впроваджувані **стратегічні наративи: начебто** влада в Україні – нацистська, фашистська. Влада в Україні – безсила. Влада в Україні – незаконна, прийшла до влади в результаті державного перевороту, воєнного перевороту, путча, дій хунти.

Наступний блок ідеологем впроваджує такий сегмент світоглядної мапи: Україна слабка, безсила, неспроможна, розвалюється, розпадається, розколюється, деградує, її ділять, вона має сумну долю, її немає (*единство Украины – утопия; Украина прекратила существование; Украины нет; украинского народа нет; Украина распадается; торговать политикой разделения России и Украины; ситуация на Украине зашла в тупик; Украина деградировала; Украина – несостоятельное государство; раскол Украины; Украину ожидает печальная судьба, для Европы и США Украина – расходный материал, раздел Украины*). Ключові слова та словосполучення: *единство Украины – утопия; Украины / украинского народа нет; Украина распадается / прекратила существование / разделена / деградировала / несостоятельное государство; раскол / раздел Украины*.

Впроваджуваний **стратегічний наратив: начебто** Україна – неспроможна держава, вона деградує і гине, вона розпадається / її ділять / вона є розходним матеріалом для США та Європи.

Наступний блок ідеологем сходить до ідеї О. Захарченка, яка, в свою чергу, розбудовує ключові підвалини світоглядної мапи Кремля: «Україна – країна Росії, ще й центрована навколо ДНР» (*Малороссийская область; новое государство Малороссия; конституционный акт о создании Малороссии, объединение Украины вокруг ДНР, малороссийский язык*). Ключовим словом цього блоку є «Малороссия».

Стратегічний наратив (тимчасово впроваджуваний) – **начебто** «ДНР» – державотворчий центр Малоросії (колишньої України) зі столицею в Донецьку.

Ідеологеми-кваліфікатори українця складають сьогодні у масмедіа світоглядного профілювання психіки сугеренда порівняно невелике коло: *социальный геноцид» украинского народа; хуторянское мировоззрение, ксенофобия украинцев; экстремистская Украина; экстремизм украинцев; забыли славянские корни; внутренняя эмиграция украинцев; ущемление прав русскоязычных на Украине.* Ці ідеологеми розкреслюють когнітивну мапу такими світоглядними координатами: українці мають хуторянський світогляд, вони ксенофоби та екстремісти, забули своє коріння, утискають російськомовних, але й проти них ведеться соціальний геноцид, вони йдуть у внутрішню еміграцію). Ключові слова блоку: *українці – хуторяни, екстремісти, зрадники, ксенофоби.* Гострої атаки зазнає мова – «Русские Донецк, Харьков, Луганск, Крым ... не успели заговорить на неразвившейся, толком, *«мове» – южнорусском наречии, загаженном польским говором» [11]* і район Галичини з міцним корінням української самосвідомості, який називають «хазаро-галицьким», австро-угорським [11].

Впроваджувані **стратегічні наративи: начебто** українці – упосліджена нація ксенофобів (бо утискають російськомовне населення), екстремістів, манкуртів, хуторян, які водночас потерпають від власної влади. Українська мова – нерозвинене наріччя, зіпсоване полонізмами.

Значний блок ідеологем відтворює старі «скрепи» у новому історичному контексті та інсталює світоглядну тезу про єдиний можливий шлях України, яким визначено шлях об'єднання із Росією: *у нас единая родина; братский украинский народ; в российской-украинской войне виноваты обе стороны, присоединение Украины к России; решить украинскую проблему; интеграция Украины в российское пространство; интересы России и Украины совпадают; интересы российского и украинского народов совпадают; объединенные экономики; возродит пророссийский вектор в политике Украины; русское православие на Украине; «исконно русские земли» на постсоветском пространстве; нарушают интересы РПЦ в Украине;*

православное единство, для России Украина – предатель общерусского дела). Блок цих ідеологем пов'язаний з ключовими словами і сполученнями *«єдиний, братський, інтереси совпадають, об'єднати, єдинство, возродить, интеграція, ісконно російський, общерусский»*.

Стратегічний наратив: начебто єдино можливий шлях для України – відродити російський вектор у політиці / інтегруватися в російський простір / приєднатися до Росії; підтримати російське православ'я в Україні.

Нарешті, порівняно невелике коло ідеологем позначає Євросоюз: *все зло от Евросоюза; мы другие, чем Запад; пагубность европейского выбора* та інші, які сходять до світоглядної тези і **стратегічного наративу** «США та Євросоюз є утіленням зла».

Можна стверджувати, що ідеологічне вістря Кремля спрямоване на чотири цілі за спадною: ОРДЛО, Україна, Крим, США та Європа. Засоби формування ідеологем представлені в широкому спектрі: залучення номіналізацій; залучення великої кількості експресем (*як раскол, ісконно російський*), емоціогенів (*жуткий*), слів з порожнім референтним індексом (*недоразумение на Востоке*) та інші. Проте основний засіб впровадження новоствореної ідеологеми – подання переважно в теперішньому часі реальної модальності, або маніпуляція модальністю: аномальне без обґрунтування подається як нормативне, і цей спосіб впровадження ідеологем настільки непомітний і дієвий, що буде окремо розглянутий у групі засобів хаотизації світу. Ідеологеми складають строкату світоглядну мапу, дезорієнтують споживача інформації, хаотизують його світ. Усередині групи ідеологеми багатоваріантні, ідеологічно загострені, ціннісно марковані, емоційно перевантажені. Групи ідеологем між собою неузгоджені, конфліктні. Вони впроваджують стратегічні наративи як альтернативні правди сучасності та постправди минулого (Р. Цимбалюк відзначив це явище щодо багатоваріантності версій, хто збив літак – українські повстанці, український БУК, український винищувач ... [45]). Ключові ідеологеми, які складаються у стратегічні наративи, випромінюються з одного джерела, і окремі журналісти помічають, як саме їх «розганяють» на прокремлівських масмедійних майданчиках, як це трапилось зі сполученням «деградація України» [4]. Для тролів з «каруселі брехні, за свідченням одного з них, В. Беспалова, завдання

полягали в тому, щоб статті на 70% відповідали вихідному тексту і потрапляли в топ результатів пошукової системи» [23, (переклад Н. Слухай)].

Ідеологічні кліше повторювані і частотні. Вони потребують широкого коментаря: у гібридній війні не вистояти, якщо дозволити агресорові відкрито закріплювати свої дефініції в головах наших громадян: «внутрішній конфлікт», «люди з іншою точкою зору», «особлива думка Донбасу», «один народ» і таке інше ... люди приймають рішення, спираючись на прищеплені штампи агітпропа (О. Голобуцький [13]). Зважимо й на те, що система штампів передбачає розкол суспільства зсередини, зокрема, такі штампи продукуються щодо кваліфікацій жителів Криму і Донбасу: зокрема, Г. Тука прокоментував як «злочинний» штамп, що на Донбасі усі є сепаратистами і ненавидять Україну (фрагмент дискусії щодо реінтеграції Донбасу, [17]).

Інтенція підвищення «горизонту зла» сугеренда

Третю групу складають мовні явища, які створені відправником повідомлення з інтенцією підвищення «горизонту зла» носіїв мови і самосвідомості українця.

З-посеред цих засобів центральне місце посіли негативні емоціогени різної референтної природи, введені в дискурс «мовними оболонками» кількох домінантних типів***.

1. Негативні безреферентні емоціогени – слова і словосполучення з «порожнім референтним індексом», тобто форми з таким абстрагованим значенням, за яким не стоїть жоден конкретний або узагальнений феномен світу: *вот почему / когда сложилась такая ситуация (в Украине). что творится в Украине.* З-посеред інформативних блоків з «порожнім референтним індексом» особливе місце посідають:

- **інформація про наявні «жахіття»:** *началась настоящая паника, последствия плачевны, у Украины серьезные проблемы, что творится в Украине, что творится с Украиной, что учудила Украина; новый позор Украины; жуть в Украине, до чего Украина довела Донбасс, вот что Правый сектор творил; в какие страны бегут украинцы; насколько мы*

бедны, о чем украинцам вралась власть, что подсунили украинцам; позор Украины, в Украине серьезные проблемы, кризис Украины та подібні;

• **інформація про страшні псевдоновини:** *новости взорвали соцсети; США случайно рассказали правду; ужасная тайна раскрыта; украинские СМИ трубят новость; всплыла запись; украинцы должны узнать правду, случайно сказали правду та подібні;*

• **прогнози страшного майбуття для світу, України:** *скоро начнется война; над Украиной нависла угроза; будущее Украины будет страшным; Украина рухнет; страшное предсказание про Украину; страшный прогноз для Украины; Украине предрекли; фатальная ошибка Украины; Украину постигнет; последствия для Украины плачевны; Украина исчезнет как страна; раздел Украины; Украину грозят оставить та подібні.*

Негативні слабореферентні емоціогени, оформлені у реальній модальності минулого та теперішнього часу: *атомный кризис Украины; издевательства украинского правительства; нацистский переворот / нацистский режим в Украине; военное преступление Украины; подготовка интервенции в Россию; украинская армия в шоке; Евросоюз в шоке; разведка Германии в истерике; скотское отношение украинского правительства к народу, издевательства украинского правительства; пагубность европейского выбора Украины та подібні.* Слабореферентні сполучення відрізняються від безреферентних наявністю уточнювача, який дозволяє зорієнтуватися у предметі обговорення, але не настільки детально, щоб зрозуміти, про що йдеться, і посилено емоційністю. До складу групи входять слабореферентні сполучення із сакральними компонентами, які стосуються країни, нації та мови, в негативному контексті: *слово на языке оккупантов; лингвистическая психопатия; гетто для русскоязычных / русскоговорящих; языковые инспекторы; геноцид украинской нации; Украина вымирает та подібні.*

Негативні слабореферентні емоціогени – асоційовані провісники: *РФ стягивает войска; вошли российские танки, Мариуполь ментально готов; Украина распадется на четыре части; на 4 части: план раздела Украины; Украина потеряет Мариуполь, планы Киева об атаке на Россию; Украины больше нет и никогда не будет; скоро война с Россией; Румыния, Венгрия и*

Польша грозит проглотить часть Украины; пагубность европейского выбора Украины». Специфіка цієї групи полягає у прихованій погрозі, яку реципієнт за законами асоціативного мислення отримує з імплікатури висловлювання.

Слова і сполучення із послабленою або відсутньою референцією до феноменів світу є відомим засобом нейролінгвістичного програмування поведінки людини: негативний емоціоген привертає увагу сугеренда, а слово чи словосполучення з порожнім або послабленим референтним індексом санкціонує заповнення його смислового вакууму індивідуальними страхами, фрустраціями та негативними очікуваннями.

2. Ідеологізований «новояз» та «фразеонояз», або створення нових слів і словосполучень, які відбивають негативне ставлення до всіх феноменів незалежної України:** *майданицики, майданутые, антимайдан, майдауны, постмайданный, бандерлоги, свідомиты, свідомизм, наци-революция, наци-бандеровская революция, этнозабоченные, укропатриоты, укропаны, укрорагули, украинские недочеловеки, укропы, укронаци, «АТОшники», доблестные АТОшные, нациократы, укроСМИ, Укропия, Хохляндия, украинские недоэлиты, укрофашизм, хатоскрайность, укробандеровская библиотека, нацики из СБУ, укронацизм, исконноукраинцы, украинские чумоходы в правительстве, укрохунта, недорейх, Евроутопия, «укро-туристо», Гейрона, гейропейский, укроевропейцы, украинская евровреволюция, Донбаснаши, Крымнаши, оккупантоязычные, образованицина, русофобствующие, правосеки, добробаты, кремлевский Терран, галицаи, Щеневмерла, щеневмерлики та аналогічні фразеологізми: секта свідетелей «истории успеха», страна свідетелей майдана (свідетели Иеговы), пусть Незалежную в Европу (пустить Дуньку в Европу), свідомые гадят (англичанка гадит), вся губернаторская рать (вся королевская рать), обращать в лоно украинства (церкви), украинский позор на всю Европу (на весь мир) та подібні.*

Об'єкти ураження: учасники Майдану (*майданутые*), свідомі української національної ідеї та її оборонці (*укропатриоты, щеневмерлики*), Україна як державне утворення (*попроцаться с*

Щеневмерлой), європейський вибір України (*Евроутопия, укроевропейцы*), Європа (*Гейропа*), українці – носії російської мови (*оккупантоязычные*).

Мовними засобами об'єктивації світоглядної позиції є: перекручення форми національних символів (прізвищ патріотів, слів гімну): *бандерлоги, щеневмерлики*, складні новотвори з коренями «наци-», «етно-», «укуро-», «оккупанто-», «даун-», іменниковими та прикметниковими префіксами «анти-», «пост-», «недо-» (*наци-революция, этноозабоченные, укрупатриоты, украинские недочеловеки, майдауны*), аналогічні скорочення (*укропы, укронаци*), притягнення невластивої внутрішньої форми (*Гейропа, Терран*). Особливо слід відзначити височастотне поєднання в одному новотворі коренів, семантика яких апелює до національної ідеї, та коренів, семантика яких передає ідею фашизму (*укрофашизм, укронацизм, укрохунта, недорейх*) та утворення, де на першому місці – назви українських регіонів, а на другому – присвійний (від імені Росії) кваліфікатор «наш» (*Донбаснаш, Крымнаш*). Ці новотвори передбачають акцент, у тому числі смисловий, на другій частині.

Впроваджувані **стратегічні наративи: начебто** українці – ментально хворі, меншовартісні і недорівняні до інших народів, смішні, мають таку саму владу. Український патріотизм, націоналізм – це нацизм, фашизм, ідеологом яких в Україні виступив Степан Бандера. В Україні ненавидять Росію та носіїв російської мови. Крим і Донбас належать Росії. Європа аморальна.

3. Когнітивні метафори є надзвичайно показовими в аспекті об'єктів ураження – це Україна** (*Украина – страна-могилище, сшитый на колленке «Франкентейн» по имени Украина, пуля в сердце Украины, дети нэньки, диагноз – Украина, Украина разваливается, бандеровская Галичина, надевшая на себя личину Украины; расчленение Украины, отель Украина (отель Руанда), Украина – Бандера истекает кровью на своем родовом ложе, Украина – Руанда, Украина – Югославия, здоровое тело Неньки, Украина превращается в безлюдную пустыню, Украина захлебывается в коррупции, Украина рухнет, Украина – сшитое из разных лоскутов одеяло, судьба Украины – буферное государств; распаеванная Украина, триста лет Украина лежала под Россией, почему бы теперь под Европой не полежать?; «Свадьба в Малиновке» образца 2017 года*). У метафоричному дзеркалі прокремлівських ЗМІ Україна позиціонується сьогодні, зокрема, як жива

істота; як жінка, здатна народжувати; як повія; як звалтована; як жінка-мати, – і це мати з домінантою тілесного начала, убита, мертва, потвора, хвора, під личиною, вона конає, вона стікає кров'ю, загине; друга метафорична лінія – Україна не єдина, не монолітна, вона складалась зі шматочків і розвалюється, розмежовується, її розчленовують, це територія розбрату, розділена, збезлюділа, межова, не цілісна, залежна; третя метафорична лінія – це країна хаосу і війни, мертва або така, що йде до загибелі, як Югославія або Руанда. Наступні об'єкти відображення у метафоричному дзеркалі – це **українці**; вони піддослідні, дурні, залежні (*украинцы – кастрюлеголовые, лабораторные крысы для англосаксов, украинцы – холопы, барин про холопов*), **ідеологія України**: кваліфікується як русофобська, брехлива, мрійницька, галицька за походженням, зрадлива, хтивна, продажна, агресивна до Росії, ненависна до Росії і Донецьку, жадібна, обкурена, маніпулятивна (*единственный товар, который украинские политики производят, – русофобия, европейская сказка, идеология на Украине родом из Галичины, забыли славянские корни, единство Украины – утопия, политический оргазм, возбуждать достоинство образов, виртуальная сексуально-патриотическая реальность, сфера политически интимных услуг, Украина торгует русофобией и политикой разделения России и Украины, тотальные военные действия против русского и русскоязычного, впрыски ненависти к донецким / русскому миру, Украина в дурмане бандеровской идеологии, порвать непорванное, как в Украине пекут деньги, золотые сотки столицы, громкие дела прокуроров – бутафория, «крысиные бега» власти, тарифы со скоростью леопарда, а зарплаты – черепахи, вброс под купол резонансных тем*), **символи державності України**: кваліфікуються як невартісні, продажні (*украинская трезубая вилка; толпа желто-блакитных миньонов*), **жертви Майдану** – як не варті уваги (*жертви Куликового поля*), **безпекові та фінансові структури України** – як слабкі, театралізовані, жадібні, несправедливі (*цирк и драма ВСУ, ползучее отступление ВСУ, след СБУ, романы украинских финансов, как Украина делит бюджетный пирог*), **регіони України** – як ті, що ризикують бути знищеними в Україні і повертаються додому в Росію (*убить Донбасс, Крым вернулся домой, путь Донбасса в Москву*), **Росія** – як старша, могутня, квітуха (*Большой брат, не будите русского медведя, оставит русского медведя в берлоге, Русская весна*), **прибічники політики Росії на території України** – як жертви (*колорады, руандийские тараканы (тутсі)*), **російськомовне**

населення України та російська мова – як жертви, інфіковані (*русскоязычные в качестве майданной биомассы, русский язык – инфекция, людоедские идеи в отношении Донбасса / русскоязычного населения, взращивать русофобию*), **прибічники політики українського керівництва** – як обдурені (*очарованные украинством*). З-посеред метафор зафіксовані семантичні гібриди (химери), зокрема, на ґрунті алогічного образу чоловіка на родовому ліжку (*Украина – Бандера истекает кровью на своем родовом ложе*), що свідчить про надзвичайну актуальність для відправника повідомлення пов'язати створення страшного образу України, свідомої своїх національних ідей, як такої, що стікає кров'ю, зі С. Бандерою. Кількість когнітивних метафор у блогосфері, включно з коментарями блогів, в інших формах замаскованої персональної участі в семантичних війнах, зростає в рази порівняно з титульними текстами офіційних джерел, і тією ж мірою негативізується.

Інсталювані когнітивною метафорою **стратегічні наративи** визначаються в такому діапазоні: Україна гине як державне утворення; символи її державності і сакральні події – невартисні. Владні, безпекові та фінансові структури – слабкі, театралізовані, жадібні, несправедливі. Українці – дурні, обдурені, залежні, приречені, піддослідні для США і Європи. Ідеологія України – русофобська, брехлива, мрійницька, галицька за походженням, зрадлива, хтивна, продажна, агресивна до Росії, ненависна до Росії і Донецьку. Росія – старша, могутня, квітуха – дає притулок Криму та Донбасу. Російськомовне населення України та російська мова – жертви.

4. Фразеологізми в новому – негативному – контексті:** *наступить на украинские грабли, дорвавшись до власти майданицики; делать Киеву «до свидания»; хохлы стараются стащить что плохо лежит; Путин поставил крест на Украине; Украине пришлось испить чашу горечи; Страсти по княгине Анне Ярославне; добробаты берут итурмом Киевраду; сколько работают на хлеб в Киеве; украинцам по заоблачным ценам; европейские тарифы ударят по карману; Кабмин затянет пояса украинцам; правительство экономит на украинцах; сажать на диету инвалидов / ветеранов / сирот / пенсионеров; на повестке дня у власти дерибан; Рада бьет по церкви; просели цены на жилье в Киеве; вызвать на ковер украинского посла; обрekli президента на закляние; Украина вылетит с соревнований;*

Украина идет ко дну; открыть Киеву глаза на реальность; украинцы выдали правду; загоните Киев в стойло, интегрироваться в Евросоюз хоть чуелом, хоть тушкой.

Об'єктами ураження виступили переважно: **Україна, українці, влада України, Майдан**. Інсталювані ті самі **стратегічні наративи**, що і когнітивними метафорами.

5. Прямі погрози*: *кандидаты в президенты – уроды, которых надо расстрелять; не будите русского медведя, Россия заберет Донбасс.*

Ці та інші приклади демонструють об'єкт ураження – українців та вищий ешелон політикуму України – та є досить конкретними.

Високочастотними є повтори реальних чи надуманих загроз для населення: *взрывы в Киеве, взрывы во Львове, взрывы в Днепропетровске; готовятся теракты в метро Киева, Харькова.*

6. Значне перевищення формами негації аналогічних у середньостатистичному контексті**: *Украине не избежать, Украина не удержала, Никто не хочет спасать Украину.* Перевищення форм негації фіксується з коефіцієнтом від 1,35 до 1,9 у порівнянні з текстами іншої тематики.

Найбільшу групу складають безреферентні та слабореферентні емоціогени, що свідчить про домінування сугестивних засобів впливу на підсвідомість сугеренда, настанову на самоіндукцію (аутосугестію) сугеренда в умовах його приниження, дезорієнтації та ведення жорсткими ідеологічними віжками.

Інтенція дезорієнтації носіїв мови і самосвідомості українця

Четверту групу складають мовні явища, які створені відправником повідомлення з інтенцією дезорієнтації носіїв мови і самосвідомості українця.

1. Метонімія, яка виконує роль когнітивного звуження,*** посідає значне місце з-посеред дискурсивних маркерів світоглядної позиції російських масмедіа. Дієвість метонімії як засобу дезорієнтації сугеренда зумовлена її сутністю як знаку дійсності. Високочастотною є метонімія Київ (київська влада) на позначення владних структур України, локалізованих в столиці – Києві. Метонімія **Київ** у прокремлівських ЗМІ – це нелігітимна влада, яка не

має права приймати рішення щодо України як незаконна, жорстока, маніпулятивна, репресивна, брехлива, волонтаристська, примхлива, націоналістична, проєвропейська, тимчасова, боягузлива, цинічна, провокативна, бездіяльна, локальна, приречена на поразку: *киевський режим, киевський нацистський режим, киевская хунта, у Києва сейчас политика такая, киевские эмиссары, киевское руководство, возвращение киевского управления, официальный Киев намеренно сообщает, киевская пропаганда, киевские силовики, с Киевом все понятно, киевський режим поставил язики вне закона, делать Киеву «до свидания», бандеровський Киев, неподконтрольные Киеву, проєвропейський Киев, капризы Києва, Киев настигла расплата, киевская версия событий, временно контролируемые Киевом территории, Киев боится, новая киевская власть, нужные Киеву идеалы, цинизм и провокации Києва, провокационные заявления киевских политиков, хроническое и циничное бездействие киевских властей, Киев заявил, Польша навязывает Киеву, подталкивают Киев к Донбассу, произвол киевских властей, циничное бездействие киевских властей, киевская власть, подконтрольный Киеву, Киеву не победить, киевские войска.* Аналіз засвідчив, що з-посеред метонімій ця метонімія посідає чільне місце, вона є концептуальною в поточній ситуації світоглядного протистояння України і Росії: київською влада іменується з міркувань апеляції до регіонів, які мають усвідомити, за задумом сугестора, що ця влада є не легітимною і не є значущою для регіонів. Порівняймо: типові метонімії, центровані щодо етнічному Україна, як *временно подконтрольные Украине территории, Украина едет в Россию, Газпром оставил Киев с носом, Майдан проиграл,* зустрічаються в рази рідше. **Когнітивні метонімії-розширення** будуються навколо слів з коренем «рус-» / «рос-»: *государство «Русская земля», организация «Русь», русская весна, русский мир, русская земля / территория,* і лише в одиничних контекстах – навколо слів з коренем «укр-»: *Украина – родина всего.*

2. До засобів хаотизації світу належать гібриди* різних способів утворення. Ряд семантичних гібридів (хімер) складають такі, що вказують на зони особливої уваги сугестора: *кацапо-бандеровці, жидо-бандеровці, жидобандеровці, жидо-масоны; избавится при помощи «батьки*

Гитлера» от «жидо-московского ига»; Гейропа, украинская хунта, укроюгенд, одесская хатынь / Одесская Хатынь, бандеровский путч, военная хунта, американский бандеровский госпереворот в Киеве, бандеровская наци-революция, фашизм на Украине, демократический бандеровский фашизм, право на геноцид, русскоязычные бандеровцы, украинский русскоязычный русофоб та подібні. Семантичні гібриди поєднують семантично непоєднуване, але дуже бажане для поєднання.

Гібридне мовлення виявляється на рівні порушення законів логіки: бандерівська смерть України (за урахування того факту, що С. Бандеру вбив агент КДБ) мовноінерційно викриває інтенції мовця, як і позиціонування України як больової точки Росії: «Сегодня одним из самых болезненных мест России является Украина... Как выйти из украинского кризиса с наименьшими потерями?»; *определили как «не-граждан» «неправильных» граждан, которые были якобы замечены в пророссийских симпатиях* (громадяни не можуть бути не-громадянами); *надо «возобновить копку великой украинской стены»* (за умови, що жодної стіни не копали, не можна й відворити дію), «с колонией США нормализовать отношения невозможно» (про незалежну Україну), *Украина – Бандера истекает кровью на своем родовом ложе; Бандера никак не может навести свой порядок, никак не может родить свою диктатуру* та подібні.

Гібридне мовлення виявляється і на формальному рівні – монознаковому, як транслітерація, або імітація запозиченого слова буквами мови-донора (*придумал своё вундерваффе*), звукопис (*порвать непорванное, зрада зрадная*) і полісеміотичному (поєднані знаки різних мов або різних семіотичних систем): *«жаб'ячі прыжки» осени-зимы, когда серую зону занимали»; На площадь ТОГО майдана никому выдвинуться не дадут, АТОшные, @*ительные истории (* - who), У*раина (* - «с»), события на Украине, Россия – Украина.*

3. Лапки, функція котрих – заперечити істинний смисл висловлювання, та їх лексичний еквівалент – «так называемый»*: *«оккупационная» природа русского языка, майданная «информация», «пророссийские сепаратисты», российский «гнет», киевский «мир», панове из «независимой», самостийные «прикордонники», «патриоты» в камуфляже,*

«майданские» власти, «социальный геноцид» украинского народа, украинские «херои», так называемые сепары, так называемый майдан.

4. Неактивним, але дієвим способом хаотизації світу споживача інформації виступають **ресурси сакральної мови***, які залучаються для позиціонування святості дій з боку Росії і гріховності дій з українського боку: *Единая Святая Русь, отец народа ДНР, вразумляющий молебен, грехи украинской власти, сакральная жертва* (миротворці, Вороненков...); *проклятие в сторону Москвы, сакральные жертвы хунты, «бандеровцы своими собственными руками разрушают до основания Украину. Говорят, по совершённым грехам, Бог лишает разума», «не хочет Бог, чтобы украинцы продолжали жить на Украине»* та подібні.

5. **Мовно-психічна гра***, явлена тезою (наприклад, *«предъявите ваши доказательства», «они первые начали»* та подібні), є формою втягування сугеренда до жорсткої схематизованої комунікації із розписаними ролями (за Е. Берном [6] і заслуговує на окрему увагу науковців.

6. Риторичні питання є типовою формою підказки спрогнозованої сугестором відповіді і створюють ілюзію комунікації*: *Зачем Украине мобилизация?; Хотят ли жители Крыма вернуться в Украину?; Каким путём продолжает идти Украина?*

7. **Маніпуляція модальністю***** належить до дієвих семантико-граматичних засобів впливу на свідомість людини і може бути внесена до переліку засобів наведення трансу, застосовуваних у нейролінгвістичному програмуванні, – адже модальність реальності онтогенетично сприймається як опозиція модальності іреальності, тому «гра у полі часу» непомітна для свідомості, як і використання семантики однієї модальності замість іншої (вірогідності замість невірогідності; зумовленості замість незумовленості). Інформація ковзає у підсвідомість, упакована в оболонку реальної модальності; цей шлях використовується як провідний для інсталяції симулякрів та новостворених ідеологем і є дієвим засобом дезорієнтації сугерендів.

Семантико-граматичними засобами реальної модальності сформовані ті висловлювання, в яких ірреальне видається за реальне

(Украины нет, украинского народа нет, Украины больше нет и никогда не будет; Украина прекратила существование, говоришь по-русски в Украине – получи пулю, памятник Гитлеру в Киеве, страна мононации, создано гетто для русскоязычных, Украина «как враг молдавской государственности»), абсурдне – за нормативне (Малороссия – выполнение Минска, Малороссия – преемница Украины, Донецк – столица Малороссии, танки нашли, Турчинов говорит о взятии Москвы), неможливе – за можливе (возвращение Украины под российский протекторат, «русская» Украина, отказ от евроинтеграции), брехливе – за правдиве (армии РФ в Украине – нет, только добровольцы; украинские ополченцы сбили самолет, это добровольцы (на Донбасі), ущемление русскоязычных, защита русскоязычных на Донбассе и в Крыму, США признали превосходство России), бажане – за дійсне (Украина потеряла Мариуполь; в Донбассе начало полномасштабной войны; донецкие наступают, нежелание ОРДЛО возвращаться в Украину).

Можливості спонукальної модальності порівняно з реальною набагато менші: вона стосується альтернативного майбутнього, а живиться ресурсами «кола своїх», тому і використовується порівняно нечасто *(давайте отрежем Донбасс, давайте признаем аннексию Крыма).*

Семантична модальність представлена в діапазоні кількох різновидів, типових для текстів лінгвістичного програмування поведінки людини, це **модальність безособової зумовленості** *(принято решении о присоединении Донбасса; решение по Украине принято; в Европу вздумалось),* **неозначено-особової зумовленості** *(Украине предрекли; у Порошенко придумали, в Украине надумали запретить),* **модальність вимушеності** *(Россия вынуждена защищать русскоязычных в Крыму и на Донбассе, вынуждены защищать русскоязычное население на востоке Украины, власть в Киеве должна быть пророссийской, Украина должна узнать правду),* **модальність вірогідності**, через яку стимулюють негативний прогноз *(Путин может забрать Донбасс; украинцы могут потерять деньги; РФ готова нанести удар; Украину может постигнуть второй Чернобыль;*

возможный отказ стран от Евровидения), модальністю неминуості, невідворотності (Киеву не победить; без боя вернуть Славянск и Мариуполь, сдать Украину, Украине лучше всего сдаться, признать новый статус-кво и помириться с РФ; зачистить Украину отдать Донбасс России).

Центральне місце в цій групі посідають симулякри.

Симулякри гібридної війни*: еволюція, зумовлена часом**

Симулякр – самореферентний знак, який творить власну реальність, «зображення, позбавлене схожості; образ, позбавлений подоби» [16, с. 72-93], який клонує самого себе, не відбиває, а творить реальність, утягує до цього процесу відправника і одержувача повідомлення, спотворює реальність до невпізнаної протилежності.

Типологія симулякрів гібридної війни до 2016 р.

За останні два роки симулякри поточної гібридної війни Росії проти України еволюціонували. Типологію симулякрів до 2016 р. подано у 14 різновидах [2]. До їхнього складу увійшли **симулякри-вігадки – заперечення і наклепи** (зброя на Схід України з Росії не постачається, Україна порушує Мінські угоди); **симулякри – об’єктивно неможливі загрози** щодо майбутнього (пророцтва провидців – Ванги, старців, переможців «Битви екстрасенсів»); **результати неоміфологізації у теперішньому або минулому** (*браття, скрети*); алогічні **симулякри-химери**, або кентаври (*жидобандерівці*) тощо. Другу групу склали **симулякри-підміни**. До неї входять такі підгрупи: **симулякри-підміни**, які описують **псевдореальність** як повну, кричущу **протилежність реальності** (*гумконвої з РФ*); демонструють **мімікрію феномену** під об’єкт (сфабриковані «листи від дітей з окупованих територій Донбасу»); **результати ситуативного розширення / звуження** означуваного (*«исконно русские земли», Крим – це Севастополь*); **симулякри-реверси**, які представляли реальність як мінливу, реверсивну (недостатньо інформовану частину населення Сходу України лякали наступом міфічних націоналістів і бандерівців); **симулякри-інформациди**, які замовчували, розмивали реальність (повідомлення про регулярне вторгнення російських військових літаків і підводних човнів до територіального простору країн

НАТО); **симулякри-вири** як результат кружляння навколо денотату, що не наближає до його осмислення (нападники на жінок у Німеччині – чи то араби, чи то сірійці, чи то мігранти, чи то взагалі місцевий люмпен); **симулякри-опозитиви** з вираженою емоційною складовою (кваліфікація виступів російського Президента як «послань з небес»); **симулякри-асоціати** як результат спроб дискредитувати противника (інформація про начебто причетність України до поставок зброї ІДІЛ). Усі вони мали виражену «емоційну прошивку». Усі згадані симулякри демонстрували значне розмаїття в аспекті форм перебріхування дійсності, але не були такими ідеологічно загостреними і емоційно навантаженими, як сучасні, періоду останніх двох років. Цей факт, а також їх зросла кількість, системність, виражені інтенції свідчать про те, що вони стали провідними засобами просування прокремлівських наративів Росії. Емоціогенні симулякри зберегли статус «прошивки груп», але також оформилися в самостійні блоки. Спроба осмислити і класифікувати симулякри поточного періоду світоглядної війни принесла наступні результати.

Еволюція симулякрів гібридної війни

Симулякри з боку логіко-лінгвістичних форм перебріхування світу:

1. Симулякри-інтриги (*ужасная тайна; страшная паника*) були проаналізовані з-посеред безреферентних емоціогенів як засоби підвищення горизонту зла.

2. Симулякри-вигадки, які виражають загрози щодо майбутнього: *Украину ждет очередной Майдан, досрочные выборы в Украине, распад украинской коалиции, досрочные президентские выборы.* З-посеред цих симулякрів знаходяться також передбачення, начебто висловлені носіями сакральних знань-провидцями).

3. Симулякри щодо минулого (*Украина признала свои ошибки, Европа дорого обошлась украинцам, никакой дискриминации украинского не было*).

4. Симулякри-вигадки, зрощені в результаті політичних маніпуляцій у минулому: *триединый народ славянский, Россия – миротворец.*

5. Симулякри-неоміфи, вигадки, що є результатом неоміфологізації в теперішньому або недавньому минулому (*Крим –*

сакральна земля Росії, Сирія – сакральна земля Росії; Іван Грозний / Сталін / Путін – славетні керівники Росії) значно зросли за кількістю і ускладнилися.

6. Симулякри-вигадки – алогічні симулякри-химери, кентаври (українские путчисты киевская хунта, славяно-нацисты) проаналізовані як гібриди з-посеред засобів підвищення горизонту зла.

Другу групу складають **симулякри-підміни**. До неї входять такі підгрупи:

7. Симулякри-підміни, які описують псевдореальність як повну, кричущу протилежність реальності: роковой безвиз, шенгенская трагедия Украины, кабальное соглашение об ассоциации с ЕС.

8. Симулякри-підміни, які демонструють мімікрію під об'єкт, як хамелеони: геноцид населения Народной Республики, воссоединение народа Донбасса, заступиться за русскоязычное население Донецкой Республики.

9. Симулякри-підміни, які є результатом ситуативного розширення / звуження означуваного: киевские войска, русский мир.

10. Симулякри-реверси представляють реальність як мінливу, миготливу, реверсивну: внутрукраїнський конфлікт, кризис на Украине.

11. Симулякри-інформоциди, які замовчують, розмивають, затирають, розтушовують реальність: твердження В. Путіна 17 квітня 2014 р. «это же не Украина, это Новороссия. Вот этот Харьков, Донецк, Луганск, Херсон, Николаев, Одесса — они в царские времена не входили в состав Украины, а были переданы ей позже» [24], – в той час як це не є правдою щодо Харкова, Луганська, Криму (див. документи О. Гави стосовно карт Новоросії 1800 р. [15]).

12. Симулякри-вири як результат кружляння навколо денотату, що не наближає до його осмислення: Майдан – военный «переворот» в Украине, нацистская массовка, наци-революция.

13. Симулякри-асоціати як результат спроб дискредитації: зверства карателей киевской хунты, зверства Яценюка, зверства Турчинова.

14. Симулякри-опозитиви з вираженою емоційною складовою: негативною (страшный и смешной недорейх, кровавая фашистская

Україна) і квазіпозитивною (защита русскоязычных на Донбассе и в Крыму, Донбассу широкую автономию, возродит пророссийский вектор в политике Украины)

З-посеред усіх різновидів, які зустрічаються й у попередні періоди інформаційної війни проти України, вирізняються два, різко зрослі у кількісному відношенні і дієві, – це симулякри-неоміфи і симулякри з вираженою емоційною складовою. Вони заслуговують на особливу увагу.

Симулякри-неоміфи

Неоміфи, штучно створені тексти сакральної псевдоісторії етносу, стали надзвичайно дієвою зброєю інформаційних війн, зокрема, поточної війни проти України. Неоміфи – «опорні точки довіри», вони дозволяють обійти критичні фільтри споживача, тому що дотична до них інформація сприймається без критичного осмислення, і тому продукуються менеджерами інформаційного простору.

Неоміфам належить центральне місце з-посеред симулякрів. Неоміф – імплантована в колективну пам'ять суспільства символічна ідея, яка визначається високим соціокультурним резонансом. Неоміф є ключовою точкою інформаційного віртуального, тобто позбавленого точок референції, наративу [31; 32], який активно впроваджують через локалізацію в часі, багатосуб'єктність і псевдобагатосуб'єктність озвучування і локалізацію у начебто різних точках простору. Неоміф належить світу альтернативної реальності, або віртуальної симуляції, тому, коли інформацію неоміфу спростовують, споживачі інформації сприймають це не конфліктно, не протестують проти згодом розкритого обману.

Неоміфологія є явищем подвійної симулякризації світу: саме поняття «неоміф» є клонованим симулякром поняття «міф» та, як будь-який симулякр, за своїм змістом неоміф не має жодного стосунку до реальності (наприклад, «Сирія – сакральна земля Росії», «розп'ятий хлопчик», «безчинства укрів-карателів»).

Неоміф через предикацію будь-якій складовій поточного інформаційного фрейму типових для міфу ознак (*священний, святий, сакральний, центральний, уперше й назавжди, первісний, споконвічний, осереддя, пуповина, серцевинний, кровний, пекло/рай, смертний/найтяжчий, та подібних*) або похідних ознак (*християнський, православний, духовний подвиг, духовні витoki, духовна купель, духовне підґрунтя, централізований / монолітний, єдиний, рідний, батьківський, наш та подібних*), тобто через канал навішування ярликів, автоматично переводить інформацію з недостовірної в ранг сакральної, тобто такої, що не потребує перевірки, абсолютно істинної, як релігійні постулати, і виформовує шляхом профілювання свідомості альтернативний кластер культурної пам'яті сучасника, тобто стає квазіфактом, фактом-фейком ментального простору і моделює поведінку соціуму. У фрагментах текстів трьох ключових промов Президента Росії, присвячених Криму (18 березня 2014 р., промови 5 листопада 2014 р. під час зустрічі з молодими істориками, послання Федеральному зібранню 4 грудня 2014 р.) компоненти неоміфу «Крим – сакральна земля Росії» на двадцяти одному рядку згадані вісімнадцять разів (*древний Херсонес, где принял крещение святой князь Владимир; духовный подвиг; обращение к православию; общая культурная, ценностная, цивилизационная основа, которая объединяет народы России, Украины и Белоруссии; именно в Крыму, в Херсонесе, крестился князь Владимир; потом крестил Русь; изначально; первичная купель; первичная купель крещения России – там; духовный исток (двічі); историческая духовная купель; именно здесь, в Крыму, в древнем Херсонесе, принял крещение князь Владимир; затем крестил всю Русь; впервые; навсегда; для России Крым, древняя Корсунь, Херсонес, Севастополь имеют огромное цивилизационное и сакральное значение; так же, как Храмовая гора в Иерусалиме для тех, кто исповедует ислам или иудаизм*).

З-посеред неоміфів поточної інформаційної війни Кремля проти України вирізняються: **старі** – з радянських (*старший брат, скріпи, українці і росіяни – один народ, Київська Русь – колыска трьох братніх народів*) чи дорадянських (*Україна – окраїна, українська держава – штучна, це помилка історії*) часів і **нові** (Росія – відданий захисник пригноблених російськомовних: *русская*

весна», «русский мир»); **питомі**, з елементів місцевого походження (як наведені вище) і **сконструйовані**, з елементів різного часу створення, різних регіонів функціонування (українські фашисти, неонацистський режим, нацистський путч у Києві, українські карателі, київська хунта, донецькі ополченці); орієнтовані на Росію – **внутрішнього споживання** (могутня непереможна Росія, осяйне минуле Росії; сучасна Росія – країна порядку, стабільності і справедливості), орієнтовані на світ – **зовнішнього споживання** (в Україні внутрішній конфлікт) і **орієнтовані на широкий загал** (Москва (Росія) – третій Рим, сакральна Корсунь, Москва – колиска і захисник православ'я); **розвинені, добре розбудовані** (колиска трьох братніх народів – старший брат – молодша сестра – братні народи; Четверта світова війна – Третя світова війна – ядерна загроза за умови підтримки НАТО деяких країн – скинути бомбу в Босфор – танкам візи не потрібні; в Україні начебто неонацизм – хліб не продають людям без національної символіки) і **нерозвинені** (розп'ятий хлопчик; дівчинка Ліза з Німеччини); **ізольовані** (Росія допоможе США боротися з ІДІЛ; київська хунта) і **серійні** (Крим – сакральна земля Росії, Сирія – сакральна земля Росії; Іван Грозний / Сталін / Путін – славетні керівники Росії; російськомовні жителі («русский мир») України / країн Прибалтики / Польщі / Румунії / всього світу – пригноблені і потребують захисту). Серійні неоміфи мають неусталений суб'єкт предикації: вони демонструють прагнення сугестора – відправника повідомлення позиціювати, випнути інформацію (частіше через предикативне чи непередикативне означення), а що саме є суб'єктом предикації, не грає визначальної ролі. Різке зростання демонструють нові неоміфи, внутрішнього і зовнішнього споживання, розвинені і нерозвинені.

Неоміф є ключовою точкою інформаційного віртуального, тобто позбавленого точок референції, наративу [31; 32], який активно впроваджують через локалізацію в часі, багатосуб'єктність і псевдобагатосуб'єктність озвучування і локалізацію у начебто різних точках простору. Неоміф належить світу альтернативної реальності, або віртуальної симуляції, тому, коли інформацію неоміфу спростовують, споживачі інформації сприймають це не конфліктно, не протестують проти згодом розкритого обману [12].

Неоміф як сугестивне повідомлення забезпечує блокування адресантом-сугестором його критичної оцінки з боку адресата-сугеренда. Блокування відбувається навіть за умов порушення законів текстопородження (різних тверджень в умовах тотожних структур: «*Крим – сакральна земля Росії*» – «*Сирія – сакральна земля Росії*»), законів когніції, а саме когнітивної пам'яті («*українці – браття*» швидко обернулися на «*українців – фашистів*»), когнітивної ідентичності («*українці – бандерівці / бендерівці*»), когнітивного очікування (неоміф про дуже сильну Росію провокує обіцянки скинути бомбу в Босфор, завоювати Україну чи Європу за кілька днів).

Неоміфи не є новою зброею сучасних інформаційних війн, вони широко використовувалися в Радянському Союзі з метою профілювання свідомості сугерендів: міф про старшого брата, братні країни, «союз нерушимий республік свободных», скріпи, Україну як окраїну, яка потребує дотацій і таке інше. Адже СРСР була країною-текстом [37], логоцентрично орієнтованою країною [14], країною з футуристичним (у розумінні М. Гумільова) типом ставлення до світу. Проте роль сучасних неоміфів значно зросла: в інформаційному просторі сьогодення вони виступають «точками довіри», які випромінюють похідну інформацію: якщо Сирія – сакральна земля Росії, то жорстокі обстріли Алеппо мають підстави захисту витоків християнства, а Росія перебирає на себе місіонерську роль захисника християнства і подібне. Неоміфи санкціонують, жорстко прогнозують, проспективно орієнтують, вмотивовують і підтримують реакцію адресанта-сугеренда на інформацію.

Таким чином, неоміф – імплантована в колективну пам'ять суспільства символічна ідея, яка визначається високим соціокультурним резонансом. На основі неоміфів формуються сучасні ідеологічні клішата, спрощується і усталюється новий віртуальний світ.

Мислевіруси і мему неоміфічного походження

З феноменологією неоміфа часто пов'язані такі явища, як мислевіруси і мему. Мислевірус – провокаційний комунікативний хід з інформаційною

вкладкою, здатною до саморозвитку в сприятливих умовах, реконтекстуалізації і глибокого впливу на соціальне середовище. Меми визначаємо як клоновані комунікативні оболонки резонансного інформаційного блоку, включно з мислевірусами.

У ланцюгах неоміф – мислевірус – мем ключову роль відіграє теза неоміфічної генези, яка дає поштовх розгортанню мислевірусів, а мислевіруси вдягаються в оболонку мемів. Неоміф є семіотичною червоточиною в системі уявлень людини про світ. Складність в ідентифікації неоміфу полягає в тому, що ярлик умовно «сакрального» походження, який обертає інформацію на неоміф, має значну кількість ізоморфів. Коли інформація подається через ізоморфи ярлика «сакральний» (*місіонерська, спасіння, православ'я, колиска, центр, споконвічний, володар світу* і подібні з наведених вище ланцюгів), вона легко долає критичний поріг сприйняття, виступає семіотичною червоточиною, дозволяє внести інформацію в свідомість як абсолютно достовірну. Мислевірус впроваджує інформацію неоміфічного походження провокаційним шляхом, він завжди емоційно навантажений (*спасіння Криму, спасіння Донбасу, відтворення історичної справедливості, бандерівці наступають*). Людину біля екрана утримує інформаційне втягнення, справедливо зауважував Г. Почепцов [34]. Сакральна інформація неоміфу, впроваджена емоційно навантаженим провокаційним мислевірусом, розпорошується мемами – образними, зрозумілими, сенсорно навантаженими (метафорами – *«русская весна»*, метафорами на основі фразеологізмів – *Росія піднімається з колін, встати твердою ногою біля своєї історичної духовної купелі*; метоніміями – *візитка Яроша, національна символіка*, якій приписано роль дозвільного документа, грою слів – *Гейрона, укроп* на початку функціонування цього неологізму) [Дет.: 39-41].

Симулякри-емоціогени

Усі типи симулякрів включають виражену емоційну складову, яка забезпечує сугестору безумовну тактичну перевагу при використанні засобів чорної риторики [7, с. 15]. Нагадаємо, що емоційна складова не осмислюється і не критикується, а береться на віру. За умови сугестивного впливу на

емоційному рівні, поза раціональним контролем інформації сугерендом, «жодні раціональні контраргументи не спрацьовують» [19, с. 149]. Особливо дієвими є високозбудливі емоції, до яких Й. Бергер відносить позитивні, такі як благоговіння, натхнення, утіха/ гумор, і негативні, такі як гнів, занепокоєння [5, с. 115]. Вищим ступенем занепокоєння є страх – байдуже, чи є страх «істинним» (реакцією на реальну небезпеку), чи ілюзорним, «невротичним» [18, с. 211].

Емоціогенні симулякри вирізняються максимальною редукцією ментальної складової повідомлення, активізацією «каналів пристрасті», притлумленням раціонального сприйняття світу. До них належать емоціогенні квазікваліфікатори та емоціогенні вигадки (інсталяції).

Емоціогенні негативні квазікваліфікатори:

- **пов'язані з Києвом / Україною (начебто фашистською, нацистською, неонацистською, бандерівською, екстремістською, ксенофобською, націоналістичною, кривавою):** *Украина в дурмане бандеровской идеологии, в Украине фашизм, бандеризация Украины, разжигатели нацизма, русофобии и антисемитизма, ксенофобское моноэтническое государство, нацистские идеи, образцовые наци, страшный и смешной недорейх, опыт бандеровских карателей, украинские неонацистские формирования, багато інших;*

- **пов'язані з українцями:** *наглые украинцы, ксенофобия украинцев, экстремизм украинцев, антисемитизм и фашизм украинцев;*

- **пов'язані з владою, військами, патріотами України:** *киевская хунта, «майданные» власти, украинские путчисты, украинский режим, правящий режим в Украине, киевский режим, киевский нацистский режим, депутаты-националисты, бессилие украинской власти;*

- **пов'язані з Майданом:** *военный «переворот» в Украине, нацистская массовка, наци-революция;*

- **пов'язані зі ЗМІ України:** *официальный Киев намеренно сообщает, киевская пропаганда, рада наносит ущерб национальному телевидению, украинские СМИ врут, цензура в Украине ущемление свободы слова в Украине.*

Емоціогенні квазіпозитивні інсталяції:

- пов'язані з **Донбасом**: *ополченцам ДНР удалось, доброволец-ополченец, воссоединение народа Донбасса, малороссийская инициатива, переговоры с боевиками, защита русскоязычных на Донбассе и в Крыму, Донбасснаши, право Донбасса на автономию и федерализацию, молодые республики, Народные Республики Донбасса, сводки ополченцев, народная милиция, Луганская Республика, отец народа ДНР, успехи боевиков, заступиться за русскоязычное население Донецкой Республики, Глава ЛНР;*

- пов'язані з **Кримом**: *Воссоединение Крыма с Россией, защита русскоязычных на Донбассе и в Крыму;*

- пов'язані з **Росією**: *Россия – миротворец, Россия – гарант спокойствия, братский русский народ, братья-славяне, наши русские, Русский мир, вразумляющий молебен, триединый народ славянский.*

Симулякри демонструють нерозрізнення націоналістичного та нацистського, квазісинонімізацію військового перевороту, путча, хунти, квазісинонімізація нацизму, неонацизму, націоналізму, фашизму, бандерівщини, атаманщини, махновщини щодо ситуації в Україні, що свідчить про спроби довільного перебору личин, що натягають на феномен об'єкта прокремлівської атаки.

Основні гріхи української політики пов'язані з начебто націоналістичною мовною політикою: *киевський режим поставил языки вне закона, запрещают говорить по-русски, насильственная украинизация в Украине, гетто для русскоязычных. Пригноблення російськомовного населення носить начебто не лише мовний характер: притеснения русскоязычного населения, ущемление русскоязычных, ущемление русскоговорящих в Украине, русскоязычные в качестве пушечного мяса – исполать, русскоязычные в качестве карателей – добро пожаловать, законопроект о разрыве связей украинцев.*

Втрати України позиціонуються як фатальні: *антицерковные законы, страшный сон бухгалтеров, попрание Конституции, закрыть свободу в сети, зверский указ по социальным сетям, роковой безвиз, Шенгенская трагедия Украины, що веде до загибелі України: раскол Украины, дискредитировавшая себя Украина, «социальный геноцид» украинского народа, Украина*

захлебывается в коррупции, Украине плохо живется, Украина деградировала, Украина – несостоятельное государство, деградация украинского народа, геноцид украинской нации, Украина вымирает.

Емоціогенні симулякри-вигадки за логіко-лінгвістичними типами відповідають описаням, але інформативні й за об'єктом ураження.

1. Симулякри-вигадки – емоціогенні наклепи на Україну, яка боронить власні території, як на країну – генералізованого агресора: *агрессивная Украина, украинские пропагандистские передачи, киевские эмиссары, украинские подручные, украинская «партия войны», фашистская Украина, черный список врагов Украины.* Ці симулякри порівняно нечисленні, об'єктивовані радянськими штампами, словами з порожнім референтним індексом.

2. Симулякри-вигадки – емоціогенні наклепи на Україну, яка боронить власні території, як на країну-агресора, націленого проти Росії: *антироссийская риторика, русофобская дискуссия, русофобская позиция, русофобская кампания, русофобы, оголтелые русофобы, ужесточение русофобии, взращивать русофобию, оскорбление России, антироссийская политика, проклятие в сторону Москвы, ненависть к России, планы Киева атаковать Россию, негатив на Россию, Украина подставила Россию, проект «антироссийская Украина»; Украина не только не Россия, но Анти-Россия; антироссийское наступление.* Вміст цієї групи свідчить зростання «градусу» емоціогенів граничного рівня негації і слабореферентних об'єктиваторів (вказівкою на напрямок агресії).

3. Симулякри-вигадки – емоціогенні наклепи на Україну як на країну-агресора, націленого проти жителів власних територій – Донбасу / ОРДЛО: *карательные добробаты, боевики «незалежной», свалят на ополченцев, зверства карателей, авиаудар Украины, теракт СБУ, «патриоты» в камуфляже, обстрелы Украиной, украинский диверсант, украинские разведгруппы охотятся, геноцид населения Народной Республики, в регионе растет ненависть к украинской власти, украинские террористы, киевские войска, так называемое «АТО», провокации в ЛНР, насильственная ассимиляция Донбасса.* Території Донбасу, відповідно до наративів,

позиціонуються як повсталі проти фашизму: *освобожденная от фашизма Горловка, антифашистская Украина, восставший Донбасс, нежелание ОРДЛО возвращаться в Украину*. Українські війська, які звільняють Донбас, позиціоновані як слабкі та аморальні: *ползучее отступление ВСУ, Киев не в состоянии остановить гражданскую войну, украинские силовики продают оборудованные позиции, провал перемирия в Донбассе*.

Симулякри, які продукуються щодо Криму: *давления на крымских татар нет, экстремистский меджлис, крымские экстремисты, народ-предатель, экстремистские проявления крымских татар; крымские предатели, вернуть Крым силой*.

Симулякри, які продукуються щодо **НАТО, США, Європи**: *НАТО – зло, кабальное соглашение об ассоциации с ЕС, украинская схема выпрашивания денег у Запада, схема выпрашивания денег, Украина больше не получит, ненависть между поляками и украинцами Обезор- НАТО*,

Складніші симулякри (як брехня про розп'ятого хлопчика, згвалтовану у Берліні російськомовну дівчинку, твердження «*офіцери СБУ збили Boeing із ЗРК “Бук”*») комбінуються з описаних. Подані як правда, вони викликають гостру реакцію аудиторії, особливо дитячої [9].

Так, з-посеред мовних засобів дезорієнтації сугеренда за низхідною активністю представлені: симулякри, метонімії, ресурси семантико-граматичної та семантичної модальності, логічні, семантичні та формальні гібриди (хімери), лапки та їхній парафраз «так званий», ресурси сакральної мови, мовно-психічна гра, риторичні питання. Дезорієнтація зумовлена використанням мовних засобів у нетиповій функції, з-посеред них найактивнішими є метонімії та семантико-граматична модальність, найдієвішими – різнотипні гібриди і мовно-психічна гра.

Висновки. Ресурсні стани сугеренда та послідовність етапів програмування з метою просування наративів сугестора

Персуазивність політичного дискурсу як мовленнєвої діяльності, спрямованої на зміну або формування ставлення реципієнта до подієвого світу, сьогодні реалізується не через переконання, зміну переконань і

умовляння (Л. Щипицина), не просто через «вербальний вплив на ментальну сферу реципієнта з метою зміни його поведінки» [22, с. 241], а через сугестивний вербальний (можливий і невербальний) вплив на свідомість реципієнта з інтенцією приниження гідності носіїв мови і самосвідомості українця, інтенцією підвищення «горизонту зла» носіїв мови і самосвідомості українця, інтенцією дезорієнтації носіїв мови і самосвідомості українця, через утягнення до матричного світу ідеологом минулого або інсталюваного новими ідеологемами теперішнього і майбутнього.

Таким чином, засоби приниження сугеренда, хаотизація його світу, підвищення горизонту зла, ідеологічні кліщата старого і нового гатунку в усіх лінгво-семіотичних різновидах свого існування є оболонками для сугестивного, позаконтрольного свідомості, впровадження і просування прокремлівських наративів, і, зрештою, демонструють механізми населення-центричної війни [26].

Дія сугестивного засобу – сугестогена відбувається через послідовність програмування поведінки людини: **установку** (наприклад, формування «ми-кола») – переважно в сім'ї, школі, виші), **якоріння** (формування програми: три братні народи, старша сестра – захист – простягти руку допомоги), **наведення трансю** (сприйняття програми: братство руйнують бандерівці, укрофашисти з Києва), **утилізацію трансю** (реалізацію програми: словом і зброєю продемонструй ставлення до подій). Засоби наведення та утилізації трансю описані в широкому спектрі вербальних і невербальних засобів впливу на свідомість сугеренда [42, с. 49-67], але ці засоби є результативними лише за умови забезпечення відповідного ресурсного стану (так званого «втягнення в потік»). Тобто між етапом якоріння і етапом наведення трансю знаходиться фаза програмування, без якої наведення трансю неможливе, – **фаза забезпечення ресурсних станів прийняття програми**. Ресурсні стани прийняття програми виявлені в такому діапазоні: **неповної фактивності** (прогнози і пророцтва провидців), **сублімації і трансформації** (В. Путін – батько нації, цар, імператор, помазаник Божий); **хаотизації** (сьогодні домінує, представлена в спектрі наведених вище симулякрів-вигадок і підмін), **сенсibiliзації** (відео «жахливих злочинів» «жидобандерівців»), **гіперконцентрації** (багатократний повтор: неоміфи, мислевіруси, меми

підхоплюють переважна більшість антиукраїнських медіа), **деконцентрації** (навіювання депресивних станів: «вас покинули, все пропало, а буде ще гірше»). Сучасний споживач інформації як сугеренд вводиться сугестором в доміантні ресурсні стани емоційного збудження, надмірної концентрації, апатичної деконцентрації, неповної фактивності, сублімації і піддається маніпуляції через засоби наведення трансю з метою інсталяції нових ідеологем і просування нових наративів.

Симулякри, з-посеред яких багато неоміфів, легко продукують мислевіруси, мислевіруси породжують меми, внаслідок чого симулякри, мислевірус і меми часто становлять тріаду: місіонерська роль Росії в підтримці російськомовного населення – спасіння Донбасу – «русская весна»; місіонерська роль Росії в підтримці російськомовного населення – спасіння Криму – «русская весна»; Росія – центр православ'я – Крим – колиска «руського православия» = Крим – споконвічна земля Росії – Кримнаш; Росія – сильна імперія, володар світу – захоплення Криму – відтворення історичної справедливості – Росія піднімається з колін; в Україні до влади прийшли націоналісти (фашисти, неонацисти) – бандерівці наступають – росіян розстрілюють по прибутті на вокзалах Києва – розп'ятий хлопчик / візитка Яроша; Заходу, який загниває, протистоїть моральна і духовна Росія – відродження патріархального укладу – Гейропа, Єврогеестан. Сучасний інформаційний потік містить значну кількість подібних ланцюгів.

Розрив ланцюга програмування на будь-якій ділянці, але особливо результативно – на етапах забезпечення ресурсного стану прийняття програми і наведення трансю – сприятиме оздоровленню інформаційного потоку і формуванню критичного сприйняття світу з боку сугеренда.

Список використаних джерел

1. Anti-colorados. Двухнедельный захват Украины отложили в долгий ящик [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.obozrevatel.com/abroad/dvuhnedelnyj-zahvat-ukrainyi-otlozhili-v-dolgiy-yaschik.htm>.
2. Slukhai N. The Semiotics of Consciential War in Modern Ukraine : Total Sign Suggestion and Means of Countersuggestion / N. Slukhai // ANTE PORTAS.– Security Studies.– 2016.– № 1(6).– P.62-68.
3. Арестович О. «Стерти російського ведмеда у порох» / О. Арестович [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://www.obozrevatel.com/society/36097-steri-rosijskogo-vedmedya-u-poroh.htm>.
4. Бачевський Д. Кремль внедряет новый тезис о деградации в Украине / Д. Баевський [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.obozrevatel.com/blogs/07831-kreml-vnedryaet-novyyj-tezisy-o-degradatsii-v-ukraine.htm>.

5. Бергер Й. Заразливий. Психологія вірусного маркетингу. Чому ідеї та товари стають популярними / Й. Бергер. – К. : Наш формат, 2015. – 240 с.
6. Берн Э. Игры, в которые играют люди / Э. Берн. – М. : Эксмо, 2016. – 380 с.
7. Бредемайер К. Черная риторика. Власть и магия слова / К. Бредемайер. – М. : Альпина Паблишер, 2017. – 336 с.
8. Бубнова Н. Политический дискурс как средство манипуляции сознанием : дисс. ... канд. филол. наук / Н. Бубнова. – Белгород : Белгородский национальный исследовательский университет, 2013. – 232 с.
9. В России «патриотический урок» о «распятом мальчике» довел школьников до истерики [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://obozrevatel.com/abroad/81346-v-rossii-patrioticheskij-urok-o-raspyatom-malchike-dovel-shkolnikov-do-isteriki.htm>.
10. Вести. – 11.09.2017 р. – Вип. № 152.
11. Вести. – 26.09.2017 р. – Вип. № 163.
12. Вишневыский Б. Врал и не краснел: в России припомнили заявления Путина трехлетней давности / Б. Вишневыский [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://obozrevatel.com/abroad/89327-vral-i-ne-krasnel-v-rossii-pripomnili-zayavleniya-putina-trehletnej-davnosti.htm>.
13. Голобуцкий О. Мало просто не любить Путина: канал «Дождь» тоже воюет против Украины / О. Голобуцкий [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://blogs.online.ua/golobuckij/post/558/malo-prosto-ne-lyubit-putina-kanal-dozhd-tozhe-voyuuet-protiv-ukrainy>.
14. Гройс Б. Коммунистический постскрипtum / Б. Гройс. – М. : Ad Marginem, 2007. – 360 с.
15. Гава О. Історія «Новоросії» та її етнічний склад у XIX сторіччі / О. Гава [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.istpravda.com.ua/articles/2014/05/7/142762>.
16. Делез Ж. Платон и симулякр / Ж. Делез // Новое литературное обозрение. – 1993. – № 5. – С. 72-93.
17. Донбасс. Предисловие к истории успеха [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://zn.ua/internal/donbass-predislovie-k-istorii-uspeha-267315.html>.
18. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – К. : Ориана, 2003. – 430 с.
19. Компанцева Л. Ф. Чорний піар / Л. Ф. Компанцева // Сугестивні технології маніпулятивного впливу : [навчальний посібник] / В. М. Петрик та ін. – К., 2011. – С. 130-164.
20. Кучер О. Українські творці майбутнього, про яких ми не чуємо / О. Кучер [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://uainfo.org/blognews/1509979229-ukrayinski-tvortsii-maybutnogo-pro-yakih-mi-ne-chuemo.html>.
21. Лизанчук В. Історична правда – гуманітарна зброя / В. Лизанчук [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://dt.ua/SOCIUM/istorichna-pravda-gumanitarna-zbroya>.
22. Логинова И. Ю. Персвазивность как механизм воздействия в политическом дискурсе: программа политической партии и манифест / И. Ю. Логинова // Интерпретация. Понимание. Перевод : [сборник научных статей]. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2005. – С. 240-248.
23. «Мы все делали одну работу – ложь»: сотрудник кремлевской «фабрики троллей» рассказал, как выдумывал фейки про Украину [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://censor.net.ua/photo_news/463397/myvsedelaliodnurabotulojsotrudnik-kremlevskoyi-fabrikitrolleyi_rasskazal_kak_vydumyval_feyiki.
24. Новороссия (конфедерация) / Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%8F>.
25. Паршин К. Украина проигрывает войну? / К. Паршин [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.obozrevatel.com/blogs/19034-ukraina-proigryivaet-voynu.htm>.
26. Почепцов Г. Гибридная война: когда население оказывается целью / Г. Почепцов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/gibridnaya-voyna_kogda_naselenie-okazyvaetsya_tselyu.
27. Почепцов Г. Гибридно-информационная война и роль пропаганды и контрпропаганды / Г. Почепцов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/gibridnoinformatsionnaya-voyna_i_rol_propagandy_i_kontropagandy.
28. Почепцов Г. Как строятся иллюзии: вожди, политика и демократия / Г. Почепцов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/kak-stroyatsya_illyuzii_vozhdi_politika_i_demokratiya.

29. Почепцов Г. Контрпропаганда как объект / Г. Почепцов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/kontropropaganda_kak_obekt.

30. Почепцов Г. Новые особенности современной пропагандистской войны / Г. Почепцов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/novye_osobennosti_sovremennoy_propagandistskoj_voyny.

31. Почепцов Г. Новые пути развития пропаганды / Г. Почепцов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://psyfactor.org/lib/propaganda56.htm>.

32. Почепцов Г. От пропаганды 1.0 к пропаганде 2.0 / Г. Почепцов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/ot_propagandy_10_k_propagande_20.

33. Почепцов Г. Пропаганда уверенно шагает в будущее / Г. Почепцов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/propaganda_uverenno_shagaet_v_budushee.

34. Почепцов Г. Пропагандистское воздействие: на чужие мозги и на свой мозг / Г. Почепцов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/propagandistskoe_vozdeystvie_na_chuzhie_mozgi_i_na_svoj_mozg.

35. Почепцов Г. Психотравмы в истории человечества / Г. Почепцов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/psikhotravmy_vstorii.

36. Почепцов Г. Символическая система, стоящая за российскими пропагандистскими операциями / Г. Почепцов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://hvylya.net/analytic/society/georgiy-pochepcov-simvolicheskaya-sistema-stoyashhaya-za-rossijskimi-propagandistskimi-operatsiyami.html>.

37. Почепцов Г. Страна как текст, или виртуальные коммуникации в действии / Г. Почепцов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://detector.media/withoutsection/article/119779/2016-10-18-georgii-pochepcov-strana-kak-tekst-ili-virtualnye-kommunikatsii>.

38. Русакова О. Ф. Политическая дискурсология / О. Ф. Русакова // Дискурс Пи. Тропы методы, 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/v/politicheskaya-diskursologiya>.

39. Слухай Н. Неоміфи у віртуальному просторі сучасної України / Н. Слухай // Інформаційна безпека: людина, суспільство, держава. – 2017. – № 1(21). – С. 200-207.

40. Слухай Н. Неоміфи, мислеві руси, меми в сучасному інформаційному просторі України / Н. Слухай // Роль і місце національної спецслужби в історії українського державотворення : [матеріали науково-практичної конференції]. – К., 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://science.univ.kiev.ua/sbu.pdf>.

41. Слухай Н. Симулякри як засіб програмування поведінки людини: неоміфи світоглядних війн / Н. Слухай // Комунікативні стратегії інформаційного суспільства: лінгвістика, право, інформаційна безпека : [матеріали VIII Всеукраїнської наукової конференції молодих учених, студентів та курсантів]. – К., 2017. – С. 78-81.

42. Слухай Н. В. Суггестия и коммуникация: лингвистическое программирование поведения человека : [учебно-методическое пособие] / Н. В. Слухай. – К. : ИПЦ «Киевский университет», 2012. – 319 с.

43. Тверской А. «Вы – это и есть война: россиянин жестко обратился к согражданам из-за Украины» / А. Тверской [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.obozrevatel.com/society/36924-vyi-eto-i-est-vojna-rossiyanin-zhestko-obratilsya-k-sograzhdanam-iz-za-ukrainy>.

44. Украина. Новые «ГЕРОИ» незалежной. Победить русского. Теория заговора, 19.10.2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=r56ziRfHGhM>.

45. Цимбалюк Р. «Дождя» не будет / Р. Цимбалюк [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.unian.net/politics/1721791-dojdya-ne-budet.html>.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ФОРМУВАННЯ АСИМЕТРИЧНОЇ ПРОТИДІЇ РОСІЙСЬКИМ ГІБРИДНИМ ВПЛИВАМ

1. Категорично протестувати проти приниження статусу України, українця, української мови. Формувати та зміцнювати відчуття гордості за свою країну і етнос. Підносити статус мови, виставляти дикунами тих, хто знущається з мови:

- через транслітерацію та зумисну глумливу русифікацію і перекручення слів і словосполучень української мови, часто – з притягненням невластивої внутрішньої форми: *революция гідности, громадяны Низалежнай, попрощаться с Щеневмерлой*;
- через граматичні (*на Україне*) та лексичні (*украинская трезубая вилка*) маркери меншовартості і зневаги України, національних символів, мови, влади, народу України; подібні форми.

2. Розкривати спроби використати старі – радянські (*триединный народ славянский, братский украинский народ*) або нові (*воссоединение Крыма с Россией, исконно русский Крым; молодые республики, граждане ДНР, народ Донбасса единство Украины – утопия; Украина прекратила существование*) ідеологічні кліше.

3. Контролювати рівень підвищення «горизонту зла» негативними емоціогенами різної референтної природи (*новый позор Украины; жуть в Украине, киевлянам грозят болезни*), ідеологізованим новоязом та фразеолоновязом (*майданутые*), когнітивними метафорами (*сшитый на коленке «Франкенштейн» по имени Украина*), іншими формами.

4. Боротися проти хаотизації світу, здійсненої шляхом когнітивного звуження (*киевский нацистский режим, у Киева сейчас политика такая*), ресурсів сакральної мови (*сакральные жертвы хунты*), симулякрів (*армии РФ в Украине – нет, только добровольцы; танки нашли*), маніпуляції модальністю (*решение по Украине принято*) і т.і.

5. Усі названі і не названі форми утілення інтенцій приниження, контролю, очорнення та хаотизації дійсності спрямовані на забезпечення втрати контролю сугеренда над ситуацією і просування необхідних наративів, як *«воссоединение Крыма с Россией, защита русскоязычных на Донбассе и в Крыму»*. Розрив ланцюга програмування на будь-якій ділянці, але особливо результативно – на етапах забезпечення ресурсного стану прийняття програми і наведення трансу сприятиме оздоровленню інформаційного простору. Проте головним завданням є укладання списку, оприлюднення і пояснення широкому загалу мети цих наративів.

6. Треба підвищувати рівень знань пересічних людей щодо природи та технік маніпулювання їхньою свідомістю. На титульних текстах – текстах О.Захарченка, наприклад, демонструвати, як працює пропаганда.

7. На каналі YouTube на ключове слово «Украина» з'являються відеоролики активного попиту, які створюють симулякриваний негативний образ України: *«Украина «зачистила» подразделения ВСУ, совершившие обстрел Донецка»*; *«Как начинают войну в Киеве. Украина*

превращается в кошмар»; «Украина. Новые «ГЕРОИ» независимой. Победить русского». Кількість переглядів кожного – кілька десятків тисяч (див. <https://www.youtube.com/watch?v=r56ziRfHGMM>).

Відеороликів позитивного спрямування немає ані на ключове слово «Україна», ані на ключове слово Україна (назва країни українською). Це означає, що цей сегмент інформаційного простору є повністю поза контрольним і потребує створення позитивного образу України.

8. У соцмережах та на YouTube дуже мало (на три порядки менше порівняно з російськими) терапевтичних текстів, центрованих щодо України; є лише щодо Києва, у той час як визначні місця, історія, вчені, митці, філософські, гуманітарні та природничі надбання України заслуговують на популяризацію і яскраве висвітлення. Тренд «УКРАЇНСЬКИЙ» повинен стати модним. Наприклад, на популяризацію заслуговують досягнення вітчизняних ІТ [пор.: 20].

9. Серед молоді надзвичайно популярними є публікації в Інстаграм, – вони пронизані кремлівською пропагандою, треба розміщувати в Інстаграм креативні тексти проукраїнської спрямованості.

10. Російські прокремлівські масмедіа ведуть патогенні ігри (за Е. Берном), – це жорсткі схеми комунікації, з яких важко вирватися і які ведуться на користь ініціатора ігор. Наприклад: «Доведіть, що це зробили ми», «Вони самі винні, вони створили цю ситуацію», «Поділяй та володій» та подібні. Гру можна зупинити лише чітко сформульованою антитезою.

11. Молодь позитивно реагує на гумор, включно з іронією і сарказмом. Пісні групи Мірко Саблич та односпрямованих потребують багато більшої популяризації: усе менше молоді слухають митців, бо вони представлені лише на YouTube.

12. Facebook містить такі популярні серед молоді віртуальні простори з вираженим гумористичним супроводженням, як Odessa Stickers. Креативні тексти проукраїнської спрямованості, розміщені в цих просторах, набули б попиту.

13. У спрощених формах тексти проукраїнської спрямованості необхідно створювати для дітей, – у Росії ця робота ведеться надзвичайно активно, – через книжки, мультфільми, дитячі організації, школу.

14. Популяризації й позитивного висвітлення потребують й інші об'єкти інформаційної атаки – демократичні цінності Європи, США.

ПРОЕКТИ ТОТАЛЬНОГО СОЦІАЛЬНОГО ЗОМБУВАННЯ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ

Олена Снитко, Ганна Кононихіна

Вступ

Сучасна інформаційно-психологічна війна має характер консцієнтальної (лат. *consciententa – свідомість*), предметом ураження у такій війні стають певні типи свідомості [4]. **Диференційними ознаками** консцієнтальної війни є такі: «латентність упродовж тривалого часу; різноманітність, гнучкість та непередбачуваність засобів впливу; застосування насильницьких методів викривлення інформаційно-комунікативного простору; стирання чіткого розмежування «друг – ворог»; руйнування духовних цінностей, уявлень про добро і зло, здатності людини до вільної самоідентифікації та інші» [7]. Реалізуючи власні геополітичні інтереси і широко використовуючи інструментарій інформаційно-психологічного впливу, Росія активно просуває проект «русского міра», намагаючись повернути статус наддержави. Концепція «русского міра», центром якого має стати РФ, спрямована на реконструкцію імперської ідентичності і «ґрунтується на двох основних складниках – історії і месіанстві (що має, зокрема і релігійний складник)» [14, с. 135-137].

Поширення історичних міфів про велич так званої Давньої Русі, експлуатація штучної теорії про єдине походження трьох «братніх» східнослов'янських народів [див. докладно про це: 11] та використання потужних можливостей російського православ'я та Російської православної церкви – головні елементи реконструкції імперської ідентичності.

Ураховуючи та усвідомлюючи недостатню універсальність та певну архаїчність концепції «русского міра», яка далеко не завжди спрацьовує в нових геополітичних умовах [див: 12, с. 54], Росія наполегливо шукає інші способи забезпечення ідеологічно-психологічного контролю над пострадянським простором. Крім традиційних, достатньо активно використовуються й інші

засоби впливу на свідомість людини у формуванні армії adeptів «русского міра», наприклад, поширення різного роду нових езотеричних течій.

Блок 1. Коментарі очільників РПЦ щодо «русского міра»

Якщо говорити про цивілізацію, то Росія належить до цивілізації більш широкої, ніж Російська Федерація. Цю цивілізацію ми називаємо «Русским міром». «Русский мір» – це не світ Російської Федерації, це не світ Російської імперії. «Русский мір» – від київської купелі хрещення. «Руський мір» – це і є цивілізація, до якої належать люди, які сьогодні називають себе різними іменами – і росіяни, і українці, і білоруси. До цього світу можуть належати люди, які взагалі не відносяться до слов'янського світу, але які сприйняли культурну та духовну складову цього світу як свою власну.

*Святейший Патріарх Кирилл.
Русский мир – особая цивилизация, которую необходимо сберечь
[Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<http://www.patriarchia.ru/db/text/3730705.html>*

«АллатРа» як проєкт тотального зомбування

В інформаційний простір України запускаються проєкти тотального соціального зомбування, які, на перший погляд, начебто не пов'язані з обговоренням державності України, питань політики, економіки, подій у зоні ООС, проте насправді спрямовані на просування ідеології «русского міра» та у величезному обсязі використовують маніпулятивні технології, які вуалюються під пропаганду добра, людяності, єдності та безкорисливої взаємодопомоги. Мета таких проєктів – масштабний вплив на свідомість людей шляхом застосування вербальних та невербальних прийомів сугестії. Одним із таких прикладів є так званий «громадський рух» «АллатРА», діяльність якого безпосередньо пов'язана з використанням ресурсів інтернету (пор., наприклад, міжнародні портали «АллатРа», <https://allatra.tv/sites>).

«Слід лише відзначити, – зауважує В. Новікова, – що навіть деякі з перерахованих пунктів, взятих окремо, – свідчать про повне відхилення від усіх християнських догматів. Наприклад, твердження про те, що Люцифер разом з Богом створював людину, а саме – її тіло, є відмовою від християнської антропології, яка визнає лише Бога творцем людини. Теза ... про те, що душа людини входить в неї лише на восьмий день, теж суперечить православному вченню. А розповідь ... про те, що Христос, розп'ятий на хресті, не страждав, тому що полишив тіло, «щоб завадити

тяжким мукам», означає, що він взагалі не помер, а значить – і не воскресав, о тому все це було «розігране для публіки» людьми Понтія Пілата – усе це виглядає достатньо цинічно та по-блюзнірськи»[9].

Блок 2. Сугестивний вплив символіки «АллатРа»

	
<p>Реклама «громадського руху» «АллатРа» на станціях метро Києва</p>	<p>Принципи «АллатРа»: сугестивний потенціал <i>[Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.depo.ua/rus/life/yak-v-ukrayini-zi-zgodni-vladi-ozgortaetsya-sekta-russkogo-27012016190000</i></p>
	
<p>Традиції символу «коло над серпом»</p>	
 <p>«Книга пророцтва ...» як патогенний текст <i>[Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.depo.ua/rus/life/yak-v-ukrayini-zi-zgodni-vladi-rozgortaetsya-sekta-russkogo-27012016190000</i></p>	 <p>Дисонанс декларованих прихованих смислів у дискурсах «АллатРа»</p>

Говорячи про так зване теологічно-філософське підґрунтя «вчення», фахівці влучно називають його «окультною кашею»: тут поєднуються поняття реінкарнації, Шамбали, фрагменти різних, так званих «духовних практик», пов'язаних із самовдосконаленням особистості, йдеться і про появу на Землі нового «просвітленого» та про Божественну силу «творця» тощо.

На офіційному сайті діячі «руху» «АллатРа» так презентують свою мету:

Блок 3. «Громадський рух» «АллатРа» як проєкт тотального проросійського зомбування



Книга АллатРа

прикоснись к настоящей свободе!

- Книга Анастасии Новых «АллатРа»
- Не уппусти свой шанс познать себя и мир!



Це об'єднання ініціативних, чесних і доброзичливих людей, які прагнуть застосувати свої кращі якості на благо суспільства. Ми поза політикою та поза релігією. Наш девіз: «Добро в Дії!» **Наші цілі та задачі:**

У пріоритетному порядку ми прагнемо до єднання і дружби всіх народів на основі культурно-моральних, духовних цінностей, які згуртовують людей в усьому світі. Ми ратуємо за реалізацію природних свобод і прав людини, формування якісно нових відносин між народами на основі добра, безкорисливої взаємодопомоги, творчої взаємодії людей по всьому світу, незалежно від їхнього місця проживання, соціальної, національної, політичної та релігійної приналежності.

[Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://allatra.org/uk>

Символ «громадського руху» – коло над серпом, який постійно нав'язується користувачам мережі, є впізнаваним для різних культур та релігійних течій. Порівняймо, наприклад, зображення єгипетської богині Ісіди, використання його елементів у православній іконі, а також існування відповідних символічних елементів в ісламі.

Назва «АллатРа» є симбіозом двох слів – *Аллат* (ім'я шумерської богині підземного царства) та *Ра* (назва єгипетського бога сонця, який зображувався з сонячним диском на голові). Таким чином, уся атрибутика – достатньо хаотична суміш різних міфологій, яка має створювати ілюзію прарелігії – «споконвічних знань про світ і людство» (як стверджується майже у кожному тексті «АллатРа»).

Величезна кількість розміщених в мережі матеріалів, багатогодинні ролики на YouTube з масштабним використанням маніпулятивних та сугестивних технологій (тут і виступи зірок естради та шоу-бізнесу, начебто «причетних» до діяльності «АллатРа», і так звані «духовні практики», які пропонуються очільниками руху, розповіді про наукові відкриття та їх популярне тлумачення у дусі «вчення», фрагменти філософських та художніх творів авторів, наближених до діяльності «АллатРа») вже привернули увагу фахівців, проте «масована атака» на свідомість населення України продовжується.

За інформацією фахівців із захисту інформаційного простору, справа «АллатРа», без перебільшень, стосується національної безпеки України. Головна книга релігійної організації «обіцяє змінити хід історії і стати головною для українця», вона стала активно пропагуватись у 2013 р., коли набрала обертів Революція Гідності.

Блок 4. Коментарі діяльності «громадського руху» «АллатРа» з позицій захисту національної безпеки

В Україні працює організація, у діяльності якої, здавалося б, немає нічого незвичайного. Напіврелігійна, напівокультна структура, що влаштовує акції доброти та миру. Та це лише красива обгортка. Всередині все значно цікавіше.

Що ховається за лаштунками міжнародного громадського руху та хто за ним стоїть?

«АЛЛАТРА» – символ саме цієї організації, намагаються нам «запам'ятати» у голови. «АЛЛАТРА» називається і книга, яка обіцяє змінити хід історії і стати головною для українця. Ззовні вона дуже нагадує Біблію. А от написали її у 2009-му. Щоправда, активно пропагувати її стали тільки у 2013-ому. За дивним збігом саме тоді, коли в Україні набрала обертів Революція Гідності.

Впливати на окремих людей чи навіть групи – замалі масштаби для організації, яка замахнулася на свідомість цілої нації. Справжнє ноу-хау «АЛЛАТРА» – вербувати громади і цілі міста. Тихо, без зайвого шуму, але одночасно у всіх регіонах країни.

Справа «АЛЛАТРА», без перебільшень, стосується національної безпеки країни. Оприлюднені 24 Каналом матеріали є приводом порушити кримінальне провадження.

*[Електронний ресурс]. – Режим доступу :
http://24tv.ua/tsru_organizatsiya_yaka_namagayetsya_vplivati_na_svidomist_ukrayintsiv_n661243*

Медіавіруси і симулякри як маніпулятивні технології «АллатРа»

Ідеологом руху є утаємничена особа Анастасія Нових – «автор» багатьох книжок, розміщених у мережі у відкритому доступі, до прочитання яких спонукають величезну кількість людей. Наскрізним героєм творів Анастасії Нових є такий собі Сенсей – майстер бойових

мистецтв, колишній спецпризначенець, цілитель та лікар, реінкарнована постать з міфічної країни у Тибеті – Шамбали, який у майбутньому буде «виносити вирок цивілізації». Однак «творчість» А. Нових – далеко не новітнє втілення чергового езотеричного вчення за старими окультними шаблонами (<http://www.apologet.kiev.ua/-838773314/64-polemika/1446-allatra-novitniy-ezoerychnyy-ruk-h-za-starymy-okulnnyy-shablonamy.html>), це просування ідеології, яка має жорстке політичне підґрунтя.

Зупинимось на аналізі кількох розділів книги А. Нових з достатньо маніпулятивною назвою «Пророцтва майбутнього та правда про минуле та сьогодні» («Предсказания будущего и правда о прошлом и настоящем», http://www.Predskazania_Anastasia_Novykh.pdf). Принагідно відзначимо, що форма так званих «пророцтв» достатньо активно використовується в інтернет-просторі для здійснення інформаційної агресії з метою залякування людей та розповсюдження медіавірусів. З сайту на сайт перекочовують так звані «пророцтва» провидців щодо війни на Донбасі, поразки України та прекрасного майбутнього РФ.

Блок 5. Медіавіруси-пророцтва «Україна – ворог Росії»

Пророчества Ванги: Украина в огне, а Путин в шоколаде!

Нынешние события на Украине и в мире придают предсказаниям легендарной болгарской прорицательницы новый смысл.

Ей можно верить

«Сейчас Россия называется Союз, – записано за бабой Вангой в 1979 году, – но вернется старая Россия и будет называться так же, как при святом Сергии. И все признают ее духовное превосходство».

Придет время и все славяне объединятся

После того, что случилось – особенно после воссоединения России и Крыма – иначе воспринимаются пророчества, которые прежде выглядели просто восторженной одой в адрес нашей страны. Например, такое, записанное советским писателем Валентином Сидоровым в 1979 году: «Все растает, словно лед, только одно останется нетронутым – слава Владимира, слава России. Слишком много принесено в жертву. Никто не сможет восстановить Россию. Все сметет она со своего пути и не только сохранится, но и станет властелином мира».

Прежде гадали, о каком Владимире идет речь. Вспоминали Ленина, князя Владимира Святославовича «Красное солнышко», даже Жириновского. Но теперь-то ясно, кого Ванга имела в виду.

*[Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<http://ruspravda.info/Prorochestva-Vangi-Ukraina-v-ogne-a-Putin-v-shokolade-4225.html>*

Джуна предсказала, когда закончится война на Украине

Ясновидящая Джуна пророчествует финал войны на Донбассе, уверенно говорит о будущем России и сулит расплату тем, кто ввел санкции против России. Знаменитая на весь мир ясновидящая Джуна впервые за 13 лет нарушила свое затворничество. На вопрос об Украине предсказательница заявила: «Страшно смотреть, что творится. Не время воевать, убивать людей и детей. Мы должны жить не в раздорах и распрях. Самое ужасное, что страдают простые люди. Зажиточные и «жирне» сидят дома, в своей так называемой «камере», и ничего не боятся. Детей своих и близких берегут, а остальные пусть гибнут. России нужен мир, тишина и покой». На вопрос о войне на Донбассе Джуна сказала: «Это закончится через месяц-два ...»

[Электронный ресурс]. – Режим доступа :
<http://live-smi.ru/another/12330-dzhuna-predskazala-kogda-zakonchitsya-voyna-na-ukraine.full.html>

У так званих «Пророцтвах», якими переповнений інтернет-простір, використовуються маніпулятивні прийоми прагнення до розкриття таємниці та групового підкріплення (меседжі, які часто повторюються, сприймаються зрештою як істина).

Кожна нова політична ситуація провокує виникнення нової «хвилі» пророцтв, які розповсюджуються в інтернет-просторі. Наприклад, загострення політичного протистояння РФ і Туреччини (після збиття турецькими військово-повітряними силами російського військового літака) швидко спровокувало появу значної кількості віщувальщю щодо допомоги Росії у війні з новим «ворогом».

Блок 6. Медіавіруси-пророцтва «Туреччина – ворог Росії»

Легендарний старець напроорочил кінець Ердогану

Происходящие в настоящее время в мире военные конфликты заставили вспомнить о пророчествах, которые еще 25 лет назад были высказаны легендарным греческим старцем Паисием Святогорцем. Отметим, что в настоящее время он причислен к лику святых. Наибольший интерес вызывают его пророчества относительно Турции. В свое время он говорил: «Стамбул снова станет Константинополем». Судьбу Турции он видел так: «Будет она отдана в руки русских и распедется на три-четыре части». По мнению провидца, произойдет распад этой страны из-за того, что она навлечет на себя гнев многих государств.

[Электронный ресурс]. – Режим доступа :
http://newsbuzz.ru/archives/9280?utm_medium=directadvert_142884

Пророк Авель: это случится в 2024 году

Монах Авель один из «российских Нострадамусов», которые правдиво предсказывали будущее России. Не столь знаменитый, как Нострадамус, но не менее точный в своих предсказаниях монах Авель родился в российской крестьянской семье.

После того, как им была предсказана смерть императрицы, его поместили в острог. Позднее монах предрек Павлу I короткий срок правления. Среди предсказаний российского провидца очень много сбывшихся прогнозов. Среди предсказаний,

относящихся к нашему времени, у российского провидца можно прочитать: «Новый Батый поднимет руку. Но восстанет сила русская, рухнет Батый, не выдержит».

[Электронный ресурс]. – Режим доступа :
<http://newinform.com/world/7542-prorok-avel-eto-sluchitsya-v-2024-godu.html>

Отже, розповсюдження симулякрів (сфальшованих повідомлень) у формі пророцтв є типовим явищем інформаційно-психологічного онлайн протистояння.

Книга А. Нових, яка активно експлуатує досить відомий міф про те, що світом правлять масони-багатії, які підступно розробляють злочинні плани зіткнення країн та керують усіма геополітичними процесами, концептуально не є принципово новим явищем у суспільстві. Це своєрідне політично-езотеричне «пророцтво» з певним вектором впливу. Як можна зрозуміти з тексту книги, вся історія людства – це результат провокаційних дій архонтів (правителів світу), які спрямовані на знищення більшої частини населення земної кулі, особливо у важкий для людства період глобальних кліматичних змін. Архонти злодійські грають на кількох найсильніших стимулах людини – вірі та остраху. Люди для них – стадо рабів, якими вони маніпулюють. Свого часу архонти втягнули у війну Російську імперію, здійснили кілька революцій. Зараз вони планують розпочати світову війну. Осередком архонтів є, безумовно, США, де панує бездуховність. НАТО та ООН – організації, які належать архонтам. «Правителі світу» здійснюють свою чорну справу, використовуючи ці організації. Протидіяти архонтам може тільки слов'янський світ (читаймо – «руський мір»), а перемогти архонтів зможе єдина країна у світі – Росія: *«Славяне всё равно остаются славянами. Это вечная кость в горле Архонтов. Славянский народ настолько непредсказуем для извращённой логики Архонтов...»*; поняття слов'янського народу конкретизується у тексті «Пророцтв...». Пор.: *«Ё-моё! Так мы тоже ведь Союз Советских Социалистических республик, – хлопнул себя по лбу Женька, осенённый этой мыслью. И тут же выдал. – Но я всё равно патриот! Я СССР люблю! Хоть какое-никакое, а моё, родное! – И я люблю, – с тяжким вздохом проговорил Сэнсэй. – Только про любовь к своей земле никто народ не спрашивает».*

Таким чином, у боротьбі з архонтами найважливіше – відродження СРСР на чолі з Росією: *«Единственным сильным противником Архонтов, который серьёзно сможет противостоять их намерениям, будет ... Россия».*

У такий спосіб кристалізується справжня політична складова «творчості» А. Нових – руйнування незалежної України, блокування прагнення людини до вільної ідентифікації, просування ідеології «руського міра» та відродження СРСР. Ці ідеї не просто декларуються, їх намагаються закарбувати у свідомість українців шляхом використання методик сугестивного впливу.

Методики сугестивного впливу у дискурсах «АллатРа»

Теорія мовленнєвого впливу як міждисциплінарна галузь знань досліджує поведінку людини, дії якої (зокрема і вербальні) спрямовані на регулювання діяльності партнера по комунікації [5, с. 21]. Поведінка суб'єкта впливу може бути пов'язана з *аргументацією, маніпуляцією, сугестією*, тобто суб'єкт впливу може мати намір переконати людину свідомо змінити свої погляди (у такому випадку ми маємо справу з *аргументацією*), суб'єкт впливу може намагатися змінити погляди людини, її картину світу, всупереч її інтересам, бажанням, поглядам, переконанням, шляхом оманливих непрямих мовленнєвих дій, приховуючи як факт впливу, так і власні наміри (у такому випадку ми маємо справу з *маніпуляцією*, тобто грою на передбачуваних слабкостях людини). І, нарешті, третій різновид впливу – *сугестія*. У сучасній інтерпретації *сугестія* – «це процес впливу на психічну сферу, пов'язаний з некритичним сприйняттям та засвоєнням певної інформації» [10, с. 43]. За визначенням відомого російського психотерапевта В. Бехтерева, сугестія відбувається без участі волі сприймаючої особи і нерідко навіть без ясного з її боку усвідомлення [1], проте, як показують спеціальні дослідження, інформація, засвоєна під впливом навіювання, потім «важко піддається осмисленню та корекції» [10, с. 43].

Як свідчить аналіз тексту «Пророцтв ...», ця книга, всупереч очікуванню пропаганди «добра та людяності», є сугестивним патогенним текстом, який деструктивно впливає на психоемоційний стан читача. Подібні тексти, на думку О. Семенюка, «здатні не тільки викликати страждання, але й можуть

генерувати певні хворобливі відхилення в психіці реципієнта» [13, с. 167]. Як головний засіб навіювання у тексті використовується відповідна ритмічна його організація.

Типовою ознакою кожного сугестивного (терапевтичного чи патогенного) тексту є відповідний ритм – «динамічний фактор текстотворення», який передбачає не тільки закономірне повторення чи чергування формальних елементів, певну звукобуквенну їх структуру, але й відповідну співмірну організацію лексичних і граматичних елементів, підпорядковану комунікативно-прагматичній меті сугестора – закріпленню домінантних смислів [3, с. 7]. Ця співмірна ритмічна організація підтримується композиційно. Навіювання характеризується підвищеною насиченістю тексту одиницями певної однотипної семантики (однакові лексеми, мовні та контекстуальні синоніми, одиниці, семантично близькі на рівні асоціацій, словотвірні деривати тощо), якому підпорядкований фонетичний повтор, та наявністю так званих ключових (чи прагматично маркованих) одиниць, які виражають ці домінантні смисли.

Проаналізуємо деякі основні сугестивно детерміновані ознаки відповідного тексту, передусім співмірну організацію лексичних і граматичних елементів, підпорядковану комунікативно-прагматичній меті сугестора – закріпленню домінантних смислів: *«Архонти (правителі світу) злодійськи маніпулюють свідомістю людей, які перетворилися на стадо тупих рабів. Людство врятує союз слов'янських народів на чолі з Росією».*

Усі ключові (високочастотні) слова тексту об'єднуються у великі за обсягом ряди, що сприяє виникненню внутрішньотекстових парадигм, які взаємодіють між собою та утворюють дві опозиційні функціонально-текстові групи. З одного боку, це – *«архонты, правители мира, касты правителей, люди, владеющие большей частью мирового капитала, особая каста правителей, посредников между людьми и высшими силами, искусственная элита, которая разработала религию, основанную на вере и страхе, «кукловоды» мировых миллиардеров, люди, которые держат в страхе и оцепенении всех подчиненных и т.п.»*, з іншого – *«рабы, рабленая толпа, стадо рабов и дебилов, люди, которые привыкли к стадному образу жизни,*

которые ничтожны в своих повседневных влечениях, люди, которые погрязли в бедности, простолюдины, голодные псы, которым кидают кость».

На думку дослідників, «центром групи стає найчастотніша, найбільш значуща лексема (рідше – лексеми), яка набуває статусу ключової, входячи в найбільшу кількість протиставлень та відповідностей» [3, с. 12]. Використання комп'ютерної програми ADVEGO (<https://advego.ru/text/seo>), за допомогою якої можна підрахувати частотність вживання лексичних одиниць, дозволяє визначити найуживаніші ключові слова тексту. Поетапний аналіз частотності слововживання (адже максимальна довжина одночасно аналізованого тексту 100 000 символів) був проведений у бакалаврській роботі студентки Інституту філології КНУ імені Тараса Шевченка А. Кононіхіної («Вербальна сугестія і способи її реалізації в патогенному тексті». Київ, 2017).

Таблиця 1. Найуживаніші слова I розділу «Пророцтв майбутнього ...» «Хто такі архонти»

Фраза/слово	Кількість	Частота, %
Все	22	1.05
Архонт	15	0.71
Раб	14	0.67
Власть	12	0.57
Много	12	0.57
Оно	10	0.48
Мир	9	0.43
Топа	9	0.43
Народ	8	0.38
Стадо	8	0.38
Управлять	8	0.38
Элита	8	0.38
Ариман	7	0.33
Знание	7	0.33
Маса	6	0.29
Никто	6	0.29
Пример	6	0.29
Свобода	6	0.29
Сила	6	0.29
Вирус	5	0.24
Малый	5	0.24
Марionетка	5	0.24
Мировой	5	0.24
Страх	5	0.24

**Таблиця 2. Найуживаніші слова IV розділу
«Пророцтв майбутнього ...»
«Причина влади архонтів і аримана (верховного архонта) над людьми»**

Фраза/слово	Кількість	Частота, %
Архонт	11	1.27
Тайный	10	1.15
Общество	9	1.04
Миро	8	0.92
Оно	8	0.92
тайные общества	7	0.81 / 1.61
Ариман (верховный архонт)	6	0.69
Все	6	0.69
Враг	5	0.58
Животный	5	0.58

Аналіз продемонстрував домінування у тексті «Пророцтв майбутнього ...» таких слів, як *архонти* (298), *вільні каменярі* (74), *вони* на позначення архонтів (96), *тасмні спільноти*, *орден*, *еліта* (12), з одного боку, та *люди* (75), *ви*, *народ* (24), *раби* (17) – з іншого. Навколо цих ключових слів формуються функціонально-текстові групи так званих контекстуальних корелятивів.

До складу функціонально-текстової групи входить «основна номінативна одиниця, яка може розглядатися як ім'я текстової групи, її синоніми, словотвірні деривати, її семантичні асоціати, а також лексика, яка відбиває семантичну диференціацію імені (назви родо-видових корелятивів, назви частин явища, його властивостей)» [3].

Сумарна кількість вживань контекстуальних корелятивів, які входять до складу двох окреслених функціонально-текстових груп – «*Архонти, правителі світу*», з одного боку, та «*Народ, раби*», з іншого, – за підрахунками А. Кононихіної, дуже велика. Так, у тексті «Пророцтв майбутнього ...» 695 разів вживаються лексичні одиниці на позначення підступних архонтів та 306 разів – лексичні одиниці, за допомогою яких іменуються психологічно та економічно залежні від них люди, які перетворилися на стадо рабів.

Контекстуальний аналіз вживання лексичних елементів, які належать до визначених функціонально-текстових груп, переконливо продемонстрував домінування негативно оцінних смислів, які асоціативно нашаровуються на основне значення відповідних лексичних одиниць. Пор.:

Архонты – «конкретные люди, владеющие большей частью мирового капитала»; «именно они являются «кукловодами» мировых миллиардеров»; «они решили спровоцировать в мире действия, направленные на уничтожение большей части населения земного шара»; «архонты выделили себя в особую касту посредников между людьми и высшими силами, позже названных богами»; «особая каста, в руках которой была сосредоточена фактическая власть»; «с увеличением численности человечества архонты продолжали совершенствоваться в искусстве управления и манипулирования людьми»; «они создали так называемую искусственную элиту, расставив по миру своих марионеток, которые управляли целыми народами»; «люди, которые вершили судьбы мира, к примеру, такие, как Александр Македонский, Чингисхан, Тамерлан, Наполеон, Сталин, Гитлер и другие, были всего лишь фигурами на их шахматной доске, которыми они разыгрывали очередные свои мудрёные партии»; «небольшая группа людей, сильных мира сего, на которых работают миллиарды людей»; «они сами есть творцы тех событий, которые вы видите»; «свершается это всё по их сценарию, дабы держать в постоянном страхе и рабелении своих подчинённых, то есть вас»; «сильные мира сего сотворят для вас любое светопреставление, всё, что угодно, только будь рабом, будь в толпе, будь как все и думай как все»; «их мало, но они умеют управлять»; «они создали проблему СПИДа и обеспечили себя стабильным финансовым доходом от продажи дорогостоящих лекарств»; «правлящая элита эксплуатирует толпы, используя их для собственного обогащения»; «ждать от них милостыни бессмысленно, ... они её могут дать лишь тогда, когда это выгодно в первую очередь им; ... кидают её народу, как кость голодному псу, чтобы у него слюнки текли при виде «щедрого хозяина»; «элите необходимы рабы, а не свободные люди»; «они ... искусственно устроят «мировой кризис», ведь большая часть мирового капитала у них в руках»; «попытаются развязать глобальную войну, где, естественно, погибнет очень много людей»; «они держат людей в постоянном страхе нищеты, голода, материальных лишений, боязни за собственную жизнь и здоровье»; «мир архонтов построен на эгоизме и Животном начале; деньгами они держат весь мир».

Народ (люди): «людям лень преобразовывать себя»; «люди уже привыкли к стадному образу жизни, привыкли к рабскому типу мышления»; «они всё время ждут, чтобы ими руководили»; «людям уже нравится быть дебилами, нравится быть тупыми и ждать разжѐванных разъяснений от их манипуляторов»; «им проще жить в стаде, чем стать свободным человеком»; «они сами себя обрекают на пожизненное рабство»; «пусть остаются рабами, коль они этого так хотят, это их выбор»; «... люди ничтожны в своих повседневных влечениях»; «рабы они и есть рабы»; «зарождение раболепия передаётся из поколения в поколение и мало кому удаётся вырваться из этого порочного круга»; «неуверенность – признак рабской психологии»; «стадо оно и есть стадо, которое с блянием ведѐтся на поводу у опытного пастуха»; «вы (люди) даже не замечаете, что вашей жизнью, вашим вкусом, восприятием, вашим выбором умело управляют и манипулируют»; «... в результате ты уже, как собака Павлова, при знакомом звонке, будешь брызгать слюной, желая приобрести подсовываемую тебе камуфляжную «сахарную косточку»; «... люди стадом идут на поводу у искусственно сформированных у них желаний, не догадываясь, что это и есть тот самый кнут, которым умело пользуется элита»; «народ «голосует» за кандидатов, которых ему предоставляют те, о ком мы сейчас говорим»; «людей выдвигали их как пешек на новые позиции в нужное время и в нужный час».

Нав'язливе закріплення пейоративних, навѣть образливих смислів (на кшталт *народ – це стадо рабів, раболіпний натовп тупих дебілів*) спричиняє негативне емоційне збудження читача, тобто здійснює акт так званої мовної агресії. У спеціальних дослідженнях з'ясовано, що саме негативне емоційне збудження має величезний програмувальний потенціал. Посилаючись на дослідження вчених, так, на монографію відомого нейрофізіолога Е. Костандова [8], О. Климентова, автор однієї з небагатьох докторських дисертацій з сугестивної лінгвістики, зазначає, що в певних випадках неусвідомлені зовнішні сигнали, що поєднувались із сильним негативним

емоційним збудженням, можуть спричиняти сильні емоційні переживання та невротичні реакції. Якщо в ролі зовнішніх сигналів виступають вербальні засоби, виникає той самий ефект. Через негативні емоційні стани відкривається доступ до механізмів впливу та навіювання [6, с. 310-311]. Негативно-емоційна дестабілізація активно сприяє навіюванню. Цей прийом широко використовується у «Пророцтвах майбутнього ...» А. Нових.

Завдяки височастотному повтору відповідних лексичних одиниць та відповідним фонетичним повторам (як наслідок – алітерація «р», постійний повтор звукобуквених сполук *пр, нр, стр, ктр*) утворюється ритміко-хвильова структура тексту, і на цьому фоні забезпечується ефект закріплення певних негативних домінантних смислів, які деструктивно впливають на підсвідомість читача, ширше – спільноти, нації. Проаналізуємо, наприклад, домінантні смисли, які на рівні імплікацій закарбовуються у читача завдяки сприйняттю семантики найчастотніших лексичних одиниць на певному масиві тексту (розділ «Хто такі архонти»): 1. Архонти мають владу, знання, свободу, силу, вони керують світом і є елітою. 2. Народ – це раби, які бояться, натовп, стадо, ніщо, маріонетки.

Таблиця 3. Найчастотніші лексеми функціонально-текстової групи «архонти (правителі світу)»

Фраза/слово	Кількість	Частота, %
Архонт	15	0.71 %
Власть	12	0.57%
мировой	9	0.43%
управлять	8	0.38%
элита	8	0.38%
ариман	7	0.33%
Знание	7	0.33%
Свобода	6	0.29%
сила	6	0.29%

Домінантні смисли «Пророцтв ...» А. Нових абсолютно суперечать декларованим «гуманістичним» принципам «АллатРа», які практично лише виконують функцію приманювання людей (Блок 2, «Аллатрушка»).

Таблиця 4. Найчастотніші лексеми функціонально-текстової групи «народ (людство)»

Фраза/слово	Кількість	Частота, %
Раб	14	0.67%
Толпа	9	0.43%
Народ	8	0.38%
Стадо	8	0.38%
Масса	6	0.29%
Никто	6	0.29%
Малый	5	0.24%
Марионетка	5	0.24%
Страх	5	0.24%

Відвертість автора «Пророцтв», який прекрасно усвідомлює свою роль «досвідченого пастуха стада рабів», не просто вражає, шокує: *«Разве народ – это стадо? – возразил Володя. – Это ведь люди. – Конечно, люди, но это глупые люди. Это рабы, которыми управляли умные люди и будут управлять, каким бы красивым словом это управление ни называлось. Ибо человек в толпе – это уже не индивидуальность, это всего лишь часть толпы. В массе он не способен мыслить самостоятельно, реально оценивать ситуацию и «факты», щедро рассыпаемые оратором. Потому что человек в толпе видит тысячи таких же, как он, и воодушевлён этим единением, огромной силой. Это действительно большая сила, но не этого человека. Это сила оратора! Именно он преобразовывает её и направляет в нужное русло. И этой же силой он отпечатывает в сознании каждого те установки, которые тщательно закамуфлированы высокопарными словами. То есть, оратор просто использует механизмы суггестии. Не более того. Как ни крути, стадо оно и есть стадо, которое с блянием ведётся на поводу у опытного пастуха. Сейчас управление стадом называют более красивыми словами, но смысл от этого не меняется».*

Патогенний текст «Пророцтв...» А. Нових занурює людину в безодню звіри, він руйнує архетип людської гідності (*люди – це стадо нікчемних рабів*), ідеали свободи та демократії, прагнення до утвердження незалежної європейської України. Українцям пропонується пряма алюзія з нещодавніми подіями Помаранчевої революції та Революції Гідності, а також постреволюційним життям:

«Хотят рабы свободы и демократии, будет им свобода и демократия, причём в таком виде, в каком рабам и не снилось. Глашатаи так разыграют фарс, что человек по том не то что не захочет этой свободы, а будет оковы свои целовать, лишь бы всё оставалось хотя бы так, как было прежде. По большому счёту, все войны, революции, борьба за свободу, за демократию – всё это ложь, красивые сказки, сочинённые сильными мира сего, в которые рабы обязаны верить. На самом же деле за этими всеми событиями стоят всего лишь деньги, большие деньги. Хотят рабы почувствовать своё национальное достоинство, пожалуйста, глашатаи тут как тут. Хотят почувствовать азарт скандалов, публичных разоблачений – пожалуйста, на любой вкус. Ведь люди ничтожны в своих повседневных влечениях. ... рабы они и есть рабы. Заражение раболепия передаётся из поколения в поколение и мало кому удастся вырваться из этого порочного круга. Поэтому всегда были и будут касты правителей и толпы рабов ... Ибо сегодня всем миром правят деньги».

Блок 7. Маніпулятивні тексти «АллатРа» у соціальних мережах



Анастасия Новых и её пророчества
 Это программа об Анастасии Новых и её пророчествах о будущем, в том числе и о тех, которые она поведала за несколько лет до событий, случившихся в наши дни в Киеве на Майдане Незалежности.
 В программе также говорится о наглядном примере влияния символов и знаков, через которые осуществляется влияние невидимого мира на видимый.
 О том, что влияет на выбор людей, на их мысли и подсознательные реакции, в том числе какими долговременными символами люди окружают свое жизненное пространство.
 О символе воинствующих киевских князей - Архангеле Михаиле и об исконных покровителях города Киева и Киевской Руси - Архангеле Гаврииле и Деве Марии, исторические факты. Документальное подтверждение исторических фактов и современных обманов теми, кто тайно управляет в умах людей.
 Беседа с гостями, людьми, которые лично знают Анастасию Новых. Их комментарии по поводу книг Анастасии Новых, вопросов самосовершенствования, воздействия системы Животного разума, духовного преобразования человека, гелиарства, духовного объединения всех людей.

Реальность, которая касается каждого!
 www.allatra.tv




[Електронний ресурс]. – Режим доступу :<https://www.depo.ua/rus/life/yak-v-ukrayini-zi-zgodni-vladi-rozgortaetsya-sekta-russkogo-2701201619000>

Сугестивні тексти А. Нових є лише одним з елементів у системі засобів впливу, які використовуються «прихильниками» громадського руху «АллатРа». Той, хто хоч раз поцікавився діяльністю цієї організації в інтернеті,

має можливість одержувати регулярні розсилки так званих «добрих новин», відеоматеріалів, які за своїм змістом є маніпулятивними текстами, що експлуатують ідею так званого «єднання людей» та «дружби народів». «АллатРа» присутня у всіх відомих соціальних мережах.

Висновки

Таким чином, проєкт «АллатРа», запущений в українське суспільство, є небезпечним зряддям інформаційно-психологічної війни, метою якої є вплив на свідомість та морально-психологічний стан української громади, її деморалізація та дезорієнтація, зміна картини світу соціуму у заданому напрямку, руйнування енергії архетипу країни. Серед форм протидії впливу різнопланових текстів «АллатРа» на свідомість українців можна назвати лише поодинокі коментарі журналістів, блогерів (див., наприклад, відеоматеріали «Духовна окупація України – АллатРа». – <https://www.depo.ua/rus/life/yak-v-ukrayini-zi-zgodi-vladi-rozhortaetsya-sekta-russkogo-27012016190000>; «Пони бегаєт по кругу? Белое братство – Огненная Библия – АллатРа». – <https://zn.ua/SOCIUM/poni-begaet-po-krugu-beloe-bratstvo-ognemaya-bibliya-allatra.html>) та ін.

Ефективним засобом протидії ідеології «АллатРа» є сміховий інструмент як дієвий засіб впливу на людину (пор.: <http://lena-malaalivejournal.com/106708.html>), він спрацьовує не гірше, ніж прямий інтелектуально-аргументативний, принаймні він «втягує» до своєї орбіти велику кількість реципієнтів.

Усвідомлення деструктивного спрямування діяльності «АллатРа» вимагає наповнення мережі цікавим і яскравим контентом відповідного терапевтичного характеру. Найкращі нові зразки українських терапевтичних текстів патріотичної спрямованості, розміщені в інтернеті, є тим асиметричним «ударом у відповідь», за допомогою якого Україна здатна протидіяти «стратегії руйнування» російської пропаганди.

Список використаних джерел

1. Бехтерев В. М. Внушение и его роль в общественной жизни / В. М. Бехтерев [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Behter/_Vnush_01.php.

2. Бойчук Е. И. Восприятие ритма прозаического текста / Е. И. Бойчук // Актуальные вопросы филологических наук : [материалы международной научной конференции]. – Чита : Молодой ученый, 2011. – С. 39-44.

3. Болтаєва С. В. Ритмическая организация суггестивного текста / С. В. Болтаєва [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://aboutyourself.ru/psivliyan/suggestivniy-text>.
4. Жаботинская С. А. Язык как оружие в войне мировоззрений / С. А. Жаботинская [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [zhabotinskaja-jazyk_kak_oruzhie%20\(1\)%20\(1\).pdf](http://zhabotinskaja-jazyk_kak_oruzhie%20(1)%20(1).pdf).
5. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М. : УРСС Эдиториал, 2008. – 288 с.
6. Климентова О. В. Вербальна сугестія сакральних текстів (на матеріалі українських молитов) / О. В. Климентова. – К. : ППНВ, 2012. – 372 с.
7. Колодій А. Війна на ураження свідомості продовжується / А. Колодій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zik.ua/news/2015/01/02/antonina_kolodiy_viyuna_na_urazhennya_svidomosti_prodozhuietsya_zvidsy_vytivky_intera_553739.
8. Костандов Э. К. Психология сознания и бессознательного / Э. К. Костандов. – СПб. : Питер, 2004. – 167 с.
9. Новикова В. Технология обмана в действии: оккультное движение «АллатРа» / В. Новикова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://pravlife.org/content/tehnologiya-obmana-v-deystvii-okkultnoe-dvizhenie-allatra>.
10. Петрик В. М. Суггестивні технології маніпулятивного впливу / [В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Л. Ф. Компанцева та ін.]. – К. : НА СБ України, 2010. – 247 с.
11. Півторак Г. П. Історична правда проти імперської облуди. Українці, білоруси, росіяни: три народи – три історії / Г. П. Півторак [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://day.kyiv.ua/uk/article/ukrayina-incognita/istorychna-pravda-proty-imperskoji-obludy>.
12. Режим Путіна перед викликами часу : [аналітична доповідь] / [М. М. Розумний, Я. В. Бережний, І. В. Валюшко, Р. В. Власенко та ін.]. – К. : НІСД, 2017. – 84 с.
13. Семенюк О. Современная авторская сказка как «нейтрализатор» патогенного текста / О. Семенюк // Наукові записки (Кіровоград : КДПУ імені Вінниченка). – 2003. – Вип. 48. – С. 166-174.
14. Світова гібридна війна: український фронт : [монографія] / [за заг. ред. В. П. Горбуліна]. – К. : НІСД, 2017. – 496 с.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПРОТИДІЇ ДЕСТРУКТИВНИМ СТРАТЕГІЧНИМ КОМУНІКАЦІЯМ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ

1. Не порушуючи принципи демократичних засад соціальної взаємодії, використовувати різні засоби аргументативного впливу на свідомість громадян України щодо розуміння імперських прагнень режиму Путіна, пояснюючи антиукраїнський зміст концепції «русского міра» та висвітлюючи відповідні вектори ідеологічно-пропагандистської діяльності РФ.

2. Зробити суспільно доступним (ЗМІ, інтернет) аналіз діяльності різного роду окультних організацій, які, пропагуючи так звані «нові» езотеричні вчення, здійснюють деструктивний вплив на свідомість людей шляхом застосування маніпулятивних та сугестивних технологій, залучивши до цієї роботи експертів-політологів, психологів, лінгвістів.

3. Ефективним засобом демістифікації «нових» окультних «вчень» на кшталт «вчення» Анастасії Нових є сміховий інструмент, карнавальні форми контрсугестії, які загалом є типовою ознакою сучасного постмодерного і постколоніального дискурсу. Карнавальні форми контрсугестії розчленовують, «роздягають» політично марковані ситуації до пародії та сміху, демонтують ідеологічно небезпечні наративи.

4. Важливою альтернативою деструктивному спрямуванню діяльності «АллатРа» є наповнення мережі цікавим і яскравим контентом відповідного терапевтичного характеру. Найкращі нові зразки українських терапевтичних текстів патріотичної спрямованості, розміщені в інтернеті, є тим асиметричним «ударом у відповідь», за допомогою якого Україна здатна протидіяти руйнівній силі російської пропаганди.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ – НОВІТНИЙ КОМУНІКАТИВНИЙ ПРОСТІР СТРАТЕГІЧНОГО ПРОТИСТОЯННЯ

СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ В МЕРЕЖІ. АСИМЕТРИЧНА ПРОТИДІЯ КОНЦЕНТАЛЬНИМ ВИКЛИКАМ

Лариса Компанцева

Вступ

«Реальне й ілюзорне мікшується на екранах комп'ютерів і в електронних «проводах» інтернету. Техніка стає усе більше витонченою, а реальність усе більше перетворюється у віртуальну реальність. Ще один крок – і ми будемо знаходитися в якійсь зовсім новій парадигмі, але ми поки не знаємо, якими будуть її параметри», – так закінчується стаття «Парадигма» в «Словнику культури ХХ століття» Д. Руднева [10]. Пройшло майже 20 років після написання цих слів і параметри мережевої парадигми почали відтворюватися. Отже, інтернет-плацдарм гібридної війни 2014 р. був підготовлений попередніми роками комунікативного розвитку світової спільноти.

Мегатренди комунікативного розвитку світової спільноти, що зумовили виникнення гібридних впливів

Розширення інформаційного простору зумовило нові вимоги до управління комунікацією. Формула успіху ХХ століття – «Хто володіє інформацією – той володіє світом» (У. Черчілль) у ХХІ набула нового звучання – «Хто вміє комунікувати – той досягає успіху». Зміна комунікативної парадигми зумовлена *мегатрендами* – глобальними

тенденціями, що притаманні всьому світу, фіксують особливості комунікативних практик сучасного суспільства. Вперше поняття «мегатренди» було застосовано Дж. Нейсбітом у книзі «Мегатренди», яка вийшла у світ у 1982 р. й є популярною нині [9]. Низка мегатрендів базується на комунікативних практиках сучасного суспільства й водночас змінює їх.

Глобалізація. Визначення цього явища ґрунтуються на актуалізації комунікаційного/комунікативного компонентів: «процес, що «покриває дії» всіх міжнародних акторів – держав, організацій, підприємств, індивідуумів, які змушені міркувати на глобальному рівні, тобто на рівні всієї планети» (Ф. Моро-Дефарж; цит. за [7]); «втягування всього світу у відкриту систему фінансово-економічних, суспільно-політичних та культурних зв'язків на основі новітніх комунікаційних та інформаційних технологій» (О. Вебер; цит. за [7]). Термін «глобалізація» вперше було застосовано для характеристики розпаду Вестфальської системи націй-держав під впливом транснаціональних економічних та інформаційних зв'язків. Вважається, що Вестфальська система привела до трансформації національної держави у світовий інститут, а Філадельфійська система зумовила розбудову демократії як світового інституту. Всі ці події розглядаються як етапи глобалізації, формування спільності людства. Ключовими позиціями глобалізації є вільна торгівля, революції в техніці, інформатизація, надзвичайне скорочення митних бар'єрів, втрата національною валютою свого «патріотизму», посилення єдності людства. Глобалізація відбувається в результаті посилення комунікативних та інформаційних зв'язків, інтеграції народів, її результатом є мультикультуралізм. «Було б помилкою розглядати глобалізацію як простий процес світової єдності. Глобалізація соціальних відносин – це, насамперед диференціація часових і просторових відносин у нашому житті. Іншими словами, на життя суспільства значно впливають і події, що відбуваються далеко від нас» (Е. Гідденс; цит. за [7]).

Отже, культура глобальної спільноти формується в результаті бурхливого розвитку міжкультурних комунікативних практик, що породжує локальні і глобальні соціокультурні гібриди, які повсякчас складаються з несумісних частин, під час нестабільних ситуацій, що

суперечить національним традиціям. Наприклад, культура блогосфери поступово втрачає суто національні риси, набуває універсальних для представників всіх країн.

Зростання транснаціональних загроз (тероризм як зворотній бік глобалізації). Основними транснаціональними силами, що формують модель світу, є: (1) економічна інтеграція, фінансова й торговельна лібералізація та експансія, зростання взаємозалежності національних економік; (2) зростаюча швидкість і обсяг світових інформаційних потоків; (3) збільшення кількості транснаціональних організацій: міжнародних організацій, мультинаціональних корпорацій, ЗМІ і неурядових суб'єктів. Транснаціональні загрози, зокрема транснаціональний тероризм, організована злочинність, кіберзлочинність, значною мірою є результатом впливу цих сил. Специфіка зазначених загроз полягає в тому, що вони:

- незвичайні, з погляду пересічного громадянина;
- не відповідають законам війни, з точки зору засобів і можливостей;
- не відповідають наявному арсеналу військових засобів і планів;
- чітко спрямовані проти конкретних активів держави;
- припускають використання, нейтралізацію і зведення нанівець того, що в іншій ситуації становить могутність держави;
- складні для відповідних дій і особливо складні для чіткої і пропорційної протидії [19].

Усі зазначені загрози ґрунтуються на асиметричних комунікаціях і нестандартних підходах. Асиметрія означає відсутність загальної бази для порівняння, нестандартність – наявність характерної або незвичайної моделі.

Заміна інформаційної домінанти розвитку суспільства комунікативною. Доступ до інформації – ключовий ресурс у сферах економіки, науки, безпеки і оборони. Із виникненням мережі ключовим механізмом, що забезпечує ефективний розвиток суспільства, стає комунікація: інформаційний ресурс втрачає свої позиції, оскільки кожний відвідувач мережі може за бажанням виконувати аналітичні функції, збираючи та аналізуючи необхідну інформацію, та функції із створення контенту й впливу на цільову аудиторію. Саме відкритий доступ до інформації сприяв

зміні традиційних відношень *відправник повідомлення – канал комунікації – отримувач повідомлення*. Отримувач інформації перестає бути лише споживачем інформації, сам стає її виробником або «прос'юмером» (англ. *producer – виробник* та *consumer – споживач*). «From sender and receiver to wreaders or prosumers (Web 2.0)» – формула комунікації у сучасному суспільстві. Прикладом таких відношень є віртуальний проект – Вікі. Інструмент Вікі активно застосовується ІСБО. Так, розвідувальні агентства США у 2004 р. заснували «Інтеліпедію» – внутрішню Вікіпедію, яку може читати і доповнювати будь-який співробітник розвідки, що має відповідний допуск, – найкращий спосіб сприяти розширенню доступу до внутрішнього знання. В той же час «Інтеліпедія» є організаційним заходом щодо залучення, кооперування й об'єднання найкращих умів у розвідувальному аналізі та оцінюванні.

У СБО склався новий стиль комунікації, який припускає: а) горизонтальну взаємодію співробітників: «тільки об'єднання в систему може забезпечити доступ до необхідних сфер всебічного знання, і тільки системи, що самоорганізуються, які працюють насамперед горизонтально, можуть забезпечити можливість тісної взаємодії учасників, що дасть змогу звести такі знання в єдине ціле» (Ф. Шреєр; [12]); б) формування комунікативного ланцюга між фахівцями щодо збирання інформації, аналітиками та ІСБО (Р. Грабо; цит. за [12]); в) використання потенціалу налагодження зв'язків між ІСБО як на національному, так і міжнародному рівнях, для всебічного володіння інформацією та її використання; г) створення методів, процесів і систем, що допускають безперервні новаторства в інформаційно-комунікаційній сфері.

Мережева організація суспільства. Мережецентричність (англ. *Net-Centric*) дозволяє децентралізувати й прискорити циркуляцію інформації, посилити мобільність комунікацій, оперативність розроблення рішень та їхню якість. Мережецентричність стає комунікаційним принципом як у діяльності ІСБО (*Network-centric warfare, network-centric operations – NCO*), системи освіти (мережецентрична освіта), так і здійсненні інтернет-комунікації (мережеві спільноти). Всі зазначені сфери реалізації мережецентричності базуються на єдиному принципі – поліпшенні проходження комунікативних

потоків за рахунок створення добре інформованих розгалужених мереж, географічно віддалених одна від іншої. В основу мережецентричної війни покладено принципи стандартизації, уніфікації, комплексного втілення новітніх інформаційних технологій, що дає змогу створити єдиний інформаційно-комунікаційний простір, тим самим формується єдиний ланцюг людей, що приймають рішення, й виконавців. У галузі освіти мережецентризм передбачає надання значного комплексу освітніх послуг широкому прошарку населення як у країні, так і за кордоном за рахунок ширококомовних мережевих вузлів. В інтернеті мережеві спільноти становлять собою мережі міжособистісних зв'язків, що забезпечують соціальну взаємодію, підтримку, обмін інформацією, відчуття належності до групи й соціальну ідентичність. Соціальні мережі стають комунікативною платформою, яка дає можливість здійснювати різні види діяльності – від особистісної комунікації до формування іміджу установи, держави, породжувати веб-хвилі (англ. *Web-waves*), мобілізувати спільноту для дій у реальності.

Посилення діалогізму і мобілізаційності в мережевих комунікаціях.

Усі жанри інтернету діалогічно орієнтовані, що послугувало основою для їхньої трансформації (блог – гібрид щоденника та епістолярію; чат – комунікація миттєвого натовпу тощо). Володіння нормами спілкування в мережевому жанрі сприяє породженню веб-хвиль навколо будь-якої мовленнєвої або немовленнєвої події. Створення веб-хвиль передбачає реалізацію кількох завдань: 1) просування ідей серед спільнот, що мають близькі цінності та інтереси; 2) застосування веб-хвиль у дослідницьких цілях – вивчення мовленнєвих впливів на мережеві спільноти; відтворення портрету цільової аудиторії, що дозволяє вивчати її настрої, здатність до мобілізаційності тощо; 3) виявлення авторитетних у мережевих спільнотах особистостей – лідерів думок, здатних транслювати ідеї; 4) залучення до спілкування нових комунікантів. У сучасному маркетингу та піарі активно вживається вислів «працювати на веб-хвилі», що означає «створювати інтерактивні комунікації», `розповсюджувати ідеї від однієї мережевої спільноти до іншої за принципом хвилі`.

Актуальності набуло формування публіцитного капіталу ІСБО, який спрямований на вирішення кількох завдань: розуміння представниками громадськості залежності власної безпеки та якості життя від діяльності ІСБО;

надання громадськості актуальної для життєдіяльності інформації; підтримання достатнього рівня довіри до діяльності інститутів; здійснення зворотного зв'язку між представниками громадськості та ІСБО тощо.

Мобілізаційність передбачає можливість створення комунікацій, що викликають суспільний інтерес і потенційно можуть привести до колективних дій у реальному просторі. Першими категорію мобілізаційності почали використовувати економісти, соціологи і політологи (Х. Арендт, Ю. Левада, О. Фонотов, Ф. Хайек, F. Brzezinski, C. Friedrich), які під *мобілізаційністю* розуміють «розвиток, орієнтований на досягнення надзвичайних цілей з використанням надзвичайних засобів і надзвичайних організаційних форм» (О. Фонотов). Постає питання вивчення комунікативних механізмів, що забезпечують тенденцію мобілізаційності, «нано-технології» її відтворення.

Активізація по усьому світу «розумного натовпу» (флешмоб, кримінальний карнавал, мирний бунт), який формується в мережевих ресурсах та ЗМК, що забезпечує його організованість і планомірність дій. Мультимедійний супровід є обов'язковим для розумного натовпу: події висвітлюються не лише професійними журналістами, але й учасниками акцій, які постійно транслюють у мережевих ресурсах репортажі з місць подій та коментують їх.

«Рент-корпорація» та Інститут складності в Санта-Фе (SFI) прогнозували першу чверть XXI століття як час бунтів. Причинами цього дослідники визначили голод, загальне відчуття загрози, маргінальність, молодіжний націоналізм, який апелюватиме до проблем діаспори

Формування суспільної думки через застосування гіпертекстуальності сприяє формуванню ієрархії смислів у системі гіперпосилань. Гіпертекст може розглядатися як поєднання змістової структури, технічного середовища, технічних засобів, що дають змогу людині освоювати структуру змістовних зв'язків, здійснювати переходи між взаємопов'язаними елементами, тим самим формується система знань відвідувача мережі, його картина світу, яка може реально або викривлено відтворювати реальний стан речей.

Крім того, відбувається **закріплення присутності суб'єктів у мережі за допомогою понятійної системи** (концептів, термінів, іменувань реалій, зокрема й абревіацій). Вживаність цих понять, їхня актуалізація в картині світу відвідувачів мережі сприяє формуванню певних ціннісних систем та іміджі у комунікативному просторі інтернету.

Відтворення асиметричних комунікацій у кіберпросторі. Комунікативна асиметрія містить у собі асиметричність інформації, що створюється за допомогою підстроювання інформаційного потоку та асиметричності дискурсу. Асиметрія створюється порушенням збалансованого інформаційного стану, наприклад, наданням новини, особливо термінової та сенсаційної, що викликає інтерес реципієнта до новинного каналу. Новина створює термінову асиметрію, яка може підтримуватися або нівелюватися подальшими повідомленнями. Асиметричність комунікацій є підґрунтям маніпулятивного дискурсу, що перетворює сучасний кіберпростір на театр воєнних дій. Так, асиметричність комунікацій актуалізує питання кібербезпеки.

Отже, на момент 2014 р. інтернет-комунікація сформувалася як феномен, що впливає на діяльність усіх структур суспільства, створює підґрунтя для стирання меж у комунікації між: напрямками дослідження, дослідницькими підходами, суб'єктами комунікації, дискурсивними практиками, інституційним (офіційним) і неофіційним (персональним) спілкуванням тощо.

Тренди розвитку глобального суспільства зумовили нові вимоги до фахівців ІСБО у сфері галузевої комунікації. «Необхідні нові навички, які сприяють більшому обміну інформацією та співробітництву в мережах, цільових групах, осередках і командах. Використання ідей співробітників на всіх рівнях мереж, цільових груп і осередків є необхідною умовою для встановлення достовірності і встановлення довіри» (Ф. Шреєр; [12]).

Соціальні мережі як простір консцієнтального протистояння

Соціальна поведінка і комунікація відчують вплив моделей взаємовідносин людей. Спільноти інтернету розглядаються як соціальні мережі, об'єднані на підґрунті певних настанов. Відповідно до одного з

положень цієї концепції, чим міцніші соціальні зв'язки між людьми, тим активніше вони спілкуються один з одним, використовуючи всі доступні медіа. Як й інші комунікаційні технології, інтернет продовжує процес об'єднання людей у соціальні мережі, а також людей і організацій, розкиданих географічно, але пов'язаних спільними інтересами. Концепція соціальних мереж показує, що соціальна комунікація в інтернеті доповнює і розширює традиційну соціальну поведінку: чим активніше люди ведуть себе в спільноті, тим більше вони спілкуються в міжособистісній формі, і чим тісніше їхні контакти, тим частіше й «інтимніше» вони користуються електронними медіа для спілкування.

Виникнення концепції соціальних мереж зумовлено двома типами змін – трансформацією суспільства (та його економіки) й трансформацією свідомості людей. Використовуючи ці два типи змін, М. Кастельс зробив висновок, що комп'ютерні технології продукують новий тип суспільства – мережевий [2; 3]. Він був першим дослідником, котрий визначив усю важливість повсюдного поширення мережевих технологій та зауважив, що цей процес є продуктом мережевого суспільства, в якому не тільки компанії, але й індивіди можуть одержувати вигоду від нових комунікативних можливостей. Електронні мережі підтримують розвиток і поширення знань та інформації, що сприяє більш швидкій адаптації. М. Кастельс також звернув увагу на те, що процеси, які розвиваються, змінилися від буття, заснованого на фізичних ресурсах, до зростання довіри до мобілізації й координації знань та інформації. М. Кастельс розглядає інформаційну епоху не тільки як симбіоз позитивних моментів, але і як добу розколотих комунікацій: світ став більш фрагментованим, у ньому переважають нав'язані образи; комунікативний простір комерціалізований, продукуються нові взаємини між простором і часом. Розглядаючи аргументи «за» та «проти» глобалізації, М. Кастельс пропонує нові категорії для усвідомлення цього процесу – «нескінченний час» (англ. *timeless time*) і «простір потоків» (англ. *space of flows*): час не є довжиною, що фіксує послідовність подій, він може бути акумульованим через сукупність інформації й знищенням комунікацією, що відбувається миттєво й не обмежена ніякими просторовими вимірами; просторова конструкція нашого світу

сьогодні більше залежить від потоку мережевих електронних сигналів, ніж від фізичної дислокації. Ці особливості зумовили виникнення нового інформаційного століття.

Ідеї М. Кастельса, що є значущими для вивчення соціальних мереж [2-3]:

1. Модифікації інформаційного суспільства в мережі зумовлені двома типами змін – трансформацією суспільства (та його економіки) і трансформацією свідомості людей.

2. Комп'ютерні технології продукують новий тип суспільства й комунікації – мережеві.

3. Поширення мережевих технологій – продукт мережевого суспільства, в якому не тільки компанії, але й особи можуть отримувати вигоду від нових комунікативних можливостей.

4. Електронні мережі підтримують розвиток і набувають поширення знань та інформації, які дають можливість більш швидкої адаптації.

5. Процеси розвитку змінилися від буття, заснованого на фізичних ресурсах, до зростання довіри до мобілізації й координації знань та інформації.

Ще до початку російської агресії 2014 р. перед ІСБО постали певні виклики щодо стратегічного управління комунікаціями в соціальних мережах, зумовлені позитивними трендами розвитку соціальних мереж, а саме:

- **тренд прозорості – виклик інституційному управлінню**, оскільки «абсолютно все, що роблять і говорять інституції, підлягає деталізованому вивченню». Керівники ІСБО мають враховувати, що все те, що промовляється, робиться й навіть мислиться, може бути позиційовано у новинних потоках, відео, блогах і може зіпсувати репутацію назавжди [11];

- **тренд набуття глобальності локальними проблемами – виклик керуванню інформацією**. Інформація мандрує по всьому світу ще до того моменту, доки інституція дізнається про проблему;

- **тренд формування іміджу сприйняття – виклик акціонерам публіцитного капіталу**. Сьогодні імідж – не те, що говорить про себе інституція, а те, що про неї говорять інші. У соціальних мережах – це сума діалогів. Влада перейшла від інституції до пересічних громадян, оскільки саме вони можуть зіпсувати імідж інституції; і як результат – інституції мають

вести діалог із безвладними громадянами, зокрема маргінальним населенням, оскільки саме вони можуть через соціальні медіа зіпсувати будь-яку діяльність інституції;

• **тренд впливовості стейкхолдерів – виклик прийняттю рішень.**

Комунікації в соціальних мережах впливають на прийняття рішень ІСБО, які мають бути погоджені зі спільнотами. Прорахувати наслідки таких рішень неможливо. Стратегічна організація діяльності ІСБО в соціальних мережах передбачає аналіз дискурсивних особистостей стейкхолдерів – як легітимних (тих, хто погоджується з діяльністю інституції), так і нелегітимних (тих, хто не погоджується). Актуальності набуває завдання залучення нелегітимних стейкхолдерів задля поліпшення діяльності та іміджу інституції;

• **тренд узагальнюючої ролі бізнесових комунікацій в інтернет-комунікаціях – виклик поєднання бізнес і піар-технологій** для ефективного управління інституційними комунікаціями в соціальних мережах. Стратком дає можливість посилити або погіршити взаємини з різними групами.

Зазначені виклики набули практичного розвитку в інтернет-лінгвістиці, яка останніми роками зосередилася на вивченні суто прикладних питань, а саме:

Яким чином застосовується комунікативна практика соціальних мереж в організації та, відповідно, протидії консцієнтальним впливам?

Які жанри інтернет-комунікації є найбільш пристосованими для консцієнтальних впливів на свідомість різних цільових аудиторій?

Яким чином сугестивно-лінгвістичний ресурс задіяний в організації інформаційних атак в мережі?

Якими мовленнєвими засобами підтримується життєдіяльність та функціонування медіавірусів?

Яким чином необхідно організувати комунікативну практику ІСБО в мережі, аби протидіяти кіберзагрозам та забезпечувати безпеку людини, суспільства, держави?

У вивченні соціальних мереж останніх років можна виокремити три напрями, що базуються на міждисциплінарних дослідженнях із широким застосуванням потенціалу лінгвістичних наук: аналітичний ресурс соціальних мереж, мережевий ландшафт інтернету, кіберзагрози.

Ландшафт мережі вивчається з перспективою виявлення комунікативно напружених місць інтернет-простору. Семіотика інтернету припускає: якщо якась ділянка не описана, то її не існує. Картографування інтернету здійснюється не за допомогою географічних прийомів, а на основі вимірювання відстаней між «ідеями», «поняттями», мережевими спільнотами.

Соціальні мережі досліджуються в контексті медіаконсолідації, актуалізації горизонтальних зв'язків, лінгвосоціальних механізмів, що є основою мережевого існування. Активну наукову діяльність у цьому напрямку здійснює Berkman Center при Гарвардському університеті, у фокусі уваги якого всі аспекти формування блогосфери – від психологічних (що змушує блогерів бути блогерами) до етнокартографічних (виявлення найбільш комунікативно активних місць блогосфер різних націй, країн, мов тощо) [13-16].

Дослідники, що вивчають загрози кіберпростору, зосереджуються як на аналізі сутності, якості, стратегіях кіберзагроз, так і на діяльності ІСБО з їхнього попередження та подолання. Акцент у багатьох дослідженнях робиться на взаємодії військових і цивільних науковців як ключовій позиції наукових пошуків у цій галузі [17; 18; 20; 23; 25; 28-31]. Сьогодні визначено низку питань, нагальних для забезпечення транснаціонального кібербалансу (Див., [12]):

Як можна контролювати еволюцію й виявлення кіберзагроз (і чи доступні поліпшені засоби протидії) при збереженні анонімності в інтернеті?

Як можуть бути поліпшені можливості нагляду й мандат відповідних структур для рішення цього комплексного й суцільно технічного питання, особливо з урахуванням зростаючої участі й ролі спецслужб, що змінилася?

Яка відповідальність держав стосовно груп і окремих осіб, що здійснюють атаки з їхньої території?

Як можна регулювати погрози міжнародного характеру? Які міжнародні підходи й норми мають бути розвинені? Хто має взяти на себе ініціативу в цьому питанні?

Чи змінився характер воєнних дій? Якщо так, то чи будуть ці події мати наслідки для ІСБО?

Соціальні мережі стають актуальним предметом дослідження й новим простором комунікативного впливу, що дає змогу визначити підходи до їх використання у безпековій сфері:

- *соціальні мережі як комунікативний простір формування бренду* ІСБО та їхніх фахівців. Цей напрям активно розробляє школа НАТО в Обераммергау (<http://www.natoschool.nato.int>), де здійснюється навчання та підготовка кадрів для підтримки поточних і розробки майбутніх операцій НАТО, стратегії, політики, доктрин і процедур. Формування бренду ІСБО розглядається відповідно до бізнес-стратегій, акцентується на необхідність створення публіцитного капіталу, ідея цього напрямку формується так: «військові є брендом своєї країни; бренди та продукти мають поширюватися в сучасному світі» [25]. Під продуктом розуміється публіцитний капітал ІСБО;

- *соціальні мережі як простір гібридних війн та асиметричного протистояння*, зокрема російській інформаційній агресії

Блок 1. Із презентаційного курсу NATO School (від 08.01.2014)

Деякі непереможні факти, що змушують звернутися до проблеми соціальних мереж: **прозорість – це шлях уперед; ви не маєте можливості запобігти впливів.**

ЧОМУ ВІЙСЬКОВІ МАЮТЬ ВИКОРИСТОВУВАТИ СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ?

Мережі дають можливість чинити рівноцінну протидію викликам.

Формують комунікацію «обличчям до обличчя».

Контекст задовольняє будь-які вимоги.

Створюють неперевершені можливості для комунікації та негайного отримання зворотного зв'язку.

- *соціальні мережі як інструмент стратегічних комунікацій*. Фахівці НАТО позиціонують значущість VITAL компонентів (англ. *Video, Images, Text, Audio, Links*), притаманних соціальним мережам, що дають можливість здійснювати ефективні комунікації із громадськістю та реалізувати прагматику цих комунікацій – *Прозорість = Правдоподібність = Авторитет* (англ. *Transparency = Believability = Credibility*). «Соціальні медіа ІСБО скоро будуть стимулювати своїх комунікаторів творчо мислити й насправді взаємодіяти із цільовими аудиторіями» [25];

- *соціальні мережі як дослідницька платформа*. Традиційно соціальні мережі досліджуються в контексті медіаконсолідації, актуалізації

горизонтальних зв'язків, лінгвосоціальних механізмів впливу, формування ціннісних систем, етнокартографування тощо. Останнім часом з активізацією глобальних гібридних впливів РФ, дослідження соціальних мереж набуває стратегічного значення для ІСБО, оскільки дають можливість виявити комунікативні тенденції соціальних мереж; проаналізувати схеми їхнього використання задля здійснення інформаційних і психологічних операцій; прорахувати очікування суспільства; виявити загрози інформаційному державному простору. У низці досліджень Центру передового досвіду НАТО у сфері стратегічних комунікацій звертається увага на схожість механізмів вивчення та використання соціальних мереж бізнесовими та безпековими інституціями. «Інтерес до розвитку соціальних мереж та зусилля щодо прогнозування наступного «великого вибуху» стають гарячими темами для комунікаторів, маркетологів, інвесторів і урядів з моменту їхнього виникнення. Наприклад, питання, які платформи використовують ваші аудиторії, яким чином краще привернути їхню увагу, на які платформи вони зможуть потенційно мігрувати у майбутньому, як створити нову революційну платформу, що замінить популярні теперішні платформи, набувають все більшої актуальності» [26, с. 3-4].

Поняття *соціальні мережі* закріпилося в науковому дискурсі й має кілька значень: 1) спільноти постійних користувачів певного мережевого ресурсу, «коло своїх», об'єднаних нормами і спільністю цілей комунікації; 2) будь-яка технологія, що використовується в інтернеті для полегшення спілкування між людьми. В інтернет-лінгвістиці соціальні мережі розглядаються як мовні спільноти, яким притаманні такі комунікативно-прагматичні ознаки:

- власна мережа впливає на думку споживачів інформації набагато більше, ніж думка експертів у будь-якій галузі;
- ідентифікація особистості за принципом – *скажи, з якої ти мережі, і я скажу, хто ти*;
- зсув від вертикального до горизонтального виміру в організації комунікацій, що є відображенням тенденцій у глобальному суспільстві;

- сегментування аудиторій, спрямованість контенту на конкретну цільову аудиторію, індивідуалізація комунікацій і значимість лідерів думок;

- добровільне лавиноподібне розширення контенту; створення веб-хвиль, які запускають когнітивну схему «зацікавленість – участь у комунікації – прийняття рішень»;

- проведення моніторингу та аналізу ефективності комунікацій;

- зміна статусу споживача інформації, який бере активну участь у створенні контенту, поєднує ролі автора й читача, актуалізуючи таким чином принципи журналістики участі, орієнтованої на висвітлення подій соціальними мережами як колективним автором. Для опису нових форм комунікації виробників контенту з його споживачами використовується поняття *фактор конпродукції контенту* – виконання функції коментатора, репортера, фотокореспондента та/або редактора (модератора) певного сервісу або контенту самими користувачами;

- користувачі соціальних мереж як співвласники публіцитного капіталу. Відбувається процес вебціонування бренду/репутації (*Web + акціонування*), а відвідувачі соціальних мереж стають вебціонерами компанії/репутації бренду (*webholders = web+shareholders*);

- наявність взаємозв'язків, що виражають взаємини (спрямовані або неспрямовані, з низькою або високою домінантністю, поодинокі або множинні);

- наявність потоку ресурсів між акторами;

- наявність горизонтальних зв'язків, коаліцій та кластерів.

Під *акторами* (вузлами) розуміють індивідів, соціальні позиції, статуси, ролі, групи, оскільки входження нових індивідів у групу або вихід з неї не змінює стійких зв'язків між групами. До акторів відносять індивідів, сім'ї, формальні та неформальні групи, організації та їхні структурні підрозділи, соціальні інститути, поселення й регіони, локальні ринки, держави. Під ставленням розуміють сукупність зв'язків певного типу між акторами. Серед основних типів відносин в соціальних мережах визначають афективні оцінки (симпатії і антипатії), фізичні контакти,

зв'язки, співробітництво, членства в групах, комунікації і передачі ресурсів.

Нові аудиторії, які формуються в інтернеті, розширюють територію комунікацій, а поняття *соціальні мережі* починає асоціюватися з новою філософією комунікацій. Згідно з В. Wellman [33], соціальні мережі до моменту теперішнього стану пройшли кілька етапів комунікативних перетворень:

door-to-door – комунікація в межах району. Люди живуть у селах, містах, щоб спілкуватися ходять один до одного, знають сусідів;

place-to-place – комунікація і спілкування, що вийшли за межі району. Люди пишуть листи, їздять на поїздах, телефонують, відправляють телеграми тощо. Зв'язуються у співтовариства домашні господарства в різних місцях;

person-to-person – комунікація зумовлена швидкістю переміщення людей та інформації; актор у співтоваристві – це людина;

role-to-role – фрагментування, коли люди показують один одному грані своєї особистості але залишаються практично незнайомими.

Рисунок 1. Чотирьохетапний підхід до комунікативної стратегії

- Л** Люди
оцініть соціальну активність сайту
- Ц** Цілі
вирішіть, чого ви бажаєте досягти
- С** Стратегія
заплануйте, як відношення з відвідувачами сайту можуть бути змінені
- Т** Технології
вирішіть, які соціальні технології застосовувати

За останньою моделлю вибудовуються мобілізаційні комунікації в соціальних мережах. Так, фахівці НАТО пропонують чотирьохетапний підхід до вибору комунікативної стратегії, що забезпечить ефективність спілкування ІСБО із громадянським суспільством у мережі.

ІСБО активно звертаються до бізнесових технологій використання соціальних мереж [26; 28; 30], зокрема:

1. «Від культури участі до монетизації». Рання історія соціальних мереж у 1980-х р. визначалася прагматикою участі. Люди збиралися в мережах, таких як USENET або дошки оголошень (BBS), щоб поділитися своїми інтересами, поглядами, досвідом. Культура участі базувалася на демократичних засадах спілкування. Поступово кількість відвідувачів соціальних мереж зростала (наприклад, Friendster, створений у 2002 р. був першим сайтом, що зібрав 1 млн відвідувачів), вони перетворювалися у великі корпорації, що пропонують різні послуги, використовують алгоритми, які допомогли комерційним брендам визначити конкретну онлайн платформу і досягти успіху на онлайн ринку. Соціальні мережі представляють як масивний пул даних для маркетингових цілей, так й інструмент для аналізу аудиторій. У 2016 р. кількість відвідувачів соціальних мереж становила більше 2 млрд (64% усіх інтернет-користувачів).

Маркетинговий потенціал мереж може бути проілюстрований таким прикладом: у 2016 р. дохід від реклами в соціальних мережах становив більше ніж 27 млрд дол. США; згідно з прогнозами його щорічне зростання буде наближатися до 12,57%. За даними Socialbakers, у компаніях, що займаються аналізом соціальних мереж, кількість брендів, які розмістили платні промоакції на Facebook, за останні три роки збільшилася на 120%.

Користувачі беруть активну участь у комунікаціях із монетизації соціальних мереж. Так, сформувалася тенденція щодо визнання хештегу товарним знаком, що охороняється. Так, у Південній Африці все більше людей і компаній подають заяви на товарні знаки, пов'язані з їхніми хештегами.

2. *Глобалізація й консолідація соціальних мереж.* Значну кількість невеликих роз'єднаних соціальних мереж було консолідовано кількома глобальними гравцями, які поступово набули впливу на цьому ринку. Так, Facebook, незважаючи на швидке зростання інших ресурсів, зміг зберегти статус найпопулярнішої платформи. Після придбання Instagram (2012 р.) і WhatsApp (2014 р.), аудиторія яких становить більше ніж 900 млн активних користувачів, Facebook запропонував нові послуги. Існують прогнози (<http://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media>), що в майбутньому

власниками соціальних мереж будуть кілька великих компаній, які поступово придбають успішні локальні мережі та стартапи. Локальні національні мережі будуть поступово зникати, незважаючи на їхню популярність. На світовій соціальній мережі більше немає лакун. У певних регіонах (Європа, Північна Америка, Східна Азія) (<http://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research>) процент користувачів соціальних мереж вищий за процент населення у світовому масштабі (наприклад, у 2016 р. населення Східної Азії складало 22% населення світу, а користувачів соціальних мереж – 33%). Цей факт є свідченням того, що в цих регіонах мережева освіченість розвивається швидше, ніж де-небудь (<http://wearesocial.com/uk/special-reports/digitalin2016>).

3. *Мобільна революція як підґрунтя поведінкових змін.* Із виникненням соціальних медіа люди отримали нові можливості для спілкування. Водночас поширення мобільних пристроїв змінило соціальну поведінку, забезпечуючи потреби, які раніше передбачали використання кількох інструментів (прогноз погоди, пошук місця розташування, поради, допомога у плануванні часу, а також підключення до інших пристроїв – телевізор, холодильник, автомобіль тощо). Це суттєво зменшило витрати на використання певних технологій та полегшило вирішення щоденних проблем (банківські послуги тощо).

4. *Повернення до закритих мереж.* Маркетингові компанії спрямовані на пошук ефективних способів персоналізації спілкування з аудиторією та безпосереднього підходу до них. Усе активніше використовуються внутрішні закриті корпоративні мережі. Крім того, активно розробляється система Chatbot (комп'ютерна програма, призначена для імітації інтелектуальної розмови з одним або кількома комунікантами через слухові та текстові методи), яка сприймається користувачами як особистий радник, що допомагає дізнатися потрібну інформацію (знайти магазин, розмістити книгу тощо). Chatbot вважається новим етапом цифрової революції, що повністю змінить спосіб спілкування компаній з клієнтами і в найближчі 2-5 років буде сприяти вирішенню більшості щоденних проблем своїх користувачів. Chatbot –

система комунікацій Web 3.0, яка передбачає індивідуальний підхід до користувачів.

Персоналізація й закритість мережевих комунікацій також активно експлуатуються терористичними та екстремістськими організаціями.

5. *Контент соціальних медіа: менше тексту, більше зображень.* Зображення (фотографії, рисунки, меми, графіки, короткі відеоролики, піктограми тощо) все більше стають формами як міжособистісних, так і корпоративних комунікацій. Кількість зображень у соціальних мережах почала збільшуватися з 2013 р. Згідно з дослідженнями кампанії Еможі (2015 р.) 92% відвідувачів інтернету використовують піктограми, а 70% знаходять їх задля ефективного вираження власних емоцій. Згідно аналізу компанії CISCO, до 2019 р. у 80% глобального інтернет-трафіку буде домінувати відео (<http://www.socialmediatoday.com/social-business/social-media-trends-you-need-know-2016-infographi>; <http://www.digitalinformationworld.com/2015/12/infographic-social-media-marketing-trends-2016-insight>). Ще одна тенденція – постійно збільшувана кількість мемів, зокрема політичних. Це зумовлено їхньою вірусністю і впливовістю на свідомість особистості. Останнім часом терористи все частіше звертаються до комунікації за допомогою зображень. За даними звіту CEO NATO StratCom DAESH (2016 р.), у комунікаціях терористичних організацій в соціальних мережах спостерігається переважна кількість відео-контенту. Мета активного використання зображень – залучення користувачів до взаємодії та створення прихильності. Ключова тенденція комунікацій в соціальних мережах – перехід від впливу через спілкування до позиціонування наративу, що передбачає заміщення інтересу ідентифікацією: якщо аудиторія ідентифікує наратив, можливість взаємодії стає набагато вищою. Створити такий ефект за допомогою образів легше. Так, за низкою досліджень (<http://www.socialmediaexaminer.com/visual-storytelling-on-facebook>) на Facebook найпривабливіми повідомленнями є фотографії (93%). Цей факт має психолінгвістичне пояснення: 65% інформації може бути актуалізовано користувачем через три дні, якщо вона містила зображення; якщо інформація була представлена лише текстом, цей показник буде становити лише 10% (<http://www.lifelearn.com/2015/05/12/why-infographics-work>).

6. *Комунікація «тут і тепер»*. Трансляція контенту в режимі реального часу (переважно потокового відео) набуває більшої популярності ніж збереження даних задля наступного використання. Саме цим пояснюється затребуваність ресурсу Snapchat, особливо серед молоді. Його відвідуваність становить 150 млн користувачів на день, що перевищує показники Twitter (менше ніж 140 млн користувачів на день) (<http://www.bloomberg.com/news/articles/2016-06-02/snapchat-passes-twitter-in-daily-usage>). Snapchat все частіше використовується відвідувачами більш старших вікових груп. Причиною такої популярності є ілюктивні установки користувачів на збереження спогадів у вигляді фотографій (вкладка «Спогади») і обмін ними з друзями. У 2016 р. головним конкурентом Snapchat – Instagram було запропоновано нову функцію «Історії», що дозволяє користувачам розміщувати фотографії протягом доби. «2016 рік можна розглядати як рік прямої трансляції. Більша кількість соціальних мереж, що виникла, пропонує потокове мовлення» [26, с. 27], яке надає можливість відтворювати ефекти співприсутності.

7. *Майбутнє соціальних мереж – інновації*. Майбутнє соціальних мереж більшість експертів вбачає у синхронізації віртуальної та реальної реальностей, коли асинхронність комунікацій за допомогою телефону, планшета, комп'ютера буде нівельовано у реальному часі, де учасники комунікації зможуть синхронізуватися. Розширена реальність відрізняється від реальної тим, що використовує цифрову взаємодію з реальним світом. Так, у 2016 р. Facebook було презентовано демоверсію «соціальної віртуальної реальності», що може з'єднувати людей у віртуальних світах за допомогою аватарів: в один і той самий час користувачі можуть спілкуватися з друзями в коледжі, відвідувати батьків, мандрувати (<http://www.forbes.com/bernardmarr/2016/03/17/facebookvirtual-socialnetworks/#5f821>).

Спроби синхронізації реальної та віртуальної реальностей зроблені фахівцями НАТО. Одним із прикладів є навчання, що були проведені в Румунії у 2016 р., щодо реагування на стихійні лиха. Під час навчань

представники 16 країн-союзниць відпрацьовували у віртуальному просторі методи реагування на реальні кризові ситуації (<https://www.youtube.com/watch?v=dZ3S4OpKIFs&app=desktop>).

8. *Соціальні мережі як джерело новин.* Соціальні мережі все більше стають платформою задля пошуку місцевих, регіональних та міжнародних новин. Це не означає, що вони повністю перебрали на себе функції традиційних ЗМІ, але ж новини, створені користувачами в соціальних мережах, можуть здійснювати такий самий вплив, як і ЗМІ.

Згідно зі звітом Global Web Index за 2015 р. щодо причин використання соціальних медіа, люди переважно розглядають мережі як джерело контенту, а не як платформи, що потребують активного внеску. Переважно люди використовують соціальні мережі задля спілкування, отримання новин та інформації щодо останніх подій (41%) та для проведення вільного часу (41%). Лише 27% відвідувачів діляться у соціальних мережах інформацією про своє повсякденне життя. Ця установка менш важлива, аніж обмін думками, фото-, відеоконтентом (<http://www.globalwebindex.net/blog/top-10-reasons-for-using-social-media>).

Фахівці Амстердамського університету в академічному дослідженні 2016 р. SWOCC (<http://www.inma.org/blogs/research/post.cfm/research-compares-8-social-media-platforms-with-news-media-experiences-twitter-wins>) визначили, що ставлення людей до ЗМІ суттєво змінилося. Вивчення досвіду користувачів 8 платформ соціальних мереж (Facebook, YouTube, LinkedIn, Twitter, Google+, Instagram, Pinterest, Snapchat) щодо набуття медіа-досвіду довело, що не всі платформи, які традиційно визначалися як соціальні медіа, сприймаються як інструмент спілкування (YouTube, Pinterest); деякі з них визнаються такими, що мають багато спільного з традиційними медіа-каналами. Так, Twitter визначається респондентами як інформативний і такий, що висвітлює актуальні події. Отже, перед соціальними мережами постало завдання щодо транслювання простих і доступних новин.

9. *Від соціального обміну до ефективної зброї.* Внаслідок згаданих вище тенденцій, і особливо зміни кількості й моделей використання,

соціальні мережі можуть бути сприйняті як важливий інструмент впливу, зокрема на громадське ставлення та поведінку.

Конфлікти на Близькому Сході та в Україні є свідченням активного використання як державними органами, так і терористичними угрупованнями соціальних мереж задля мобілізації спільноти, введення в оману противника, навіть координації власних дій. Показово, що в гібридних конфліктах ефективно використовуються новітні інструменти та технології, розроблені для комерційних та маркетингових потреб, задля впливу на різні типи цільових аудиторій.

10. *Спроби контролювати інтернет.* Деякі держави, зокрема авторитарного спрямування, намагаються взяти під контроль інтернет і особливо соціальні ЗМІ (Китай, Куба та інші). Один із найвідоміших прикладів – Туреччина, де радикально зросла цензура віртуального середовища. У 2015 р. було внесено зміни до законодавства стосовно інтернету, що дало змогу уряду заборонити інтернет-контент, який порушує основи національної безпеки і громадський порядок. Туреччина блокує доступ до Twitter, Facebook, YouTube та інших сайтів під час терористичних нападів, громадських протестів та інших кризових ситуацій. У 2014 р. в РФ було прийнято закон, що обмежує діяльність соціальних медіа. Так, блогери, які мають більш ніж 3 тис. щоденних читачів, зобов'язані зареєструвати власні ресурси як ЗМІ в Роскомнагляді, й дотримуватися правил, які регулюють великі ЗМІ. У 2016 р. російська Дума прийняла так званий антитерористичний акт щодо посилення контролю над інтернет-активністю громадян. Оператори, блог-платформи, соціальні мережі та ЗМІ зобов'язані зберігати всі комунікації шість місяців і забезпечувати до них доступ органам влади, зокрема поліції та ФСБ.

Зростаюче використання соціальних мереж терористами призвело до обвинувачення урядом Ізраїлю соціальних мереж у «партнерстві у злочинах». Було прийнято закон, який зобов'язує соціальні медіа видаляти публікації, що сприяють терористичним настроям. Якщо менеджери не виконують закон, вони підлягають штрафам. Але ж у новому інформаційному середовищі практично неможливо повністю блокувати доступ до інформації. «Завжди буде хтось, хто знайде можливість інформувати світ про спроби контролювати

віртуальний простір, і сповістить про це мільйони людей протягом кількох секунд» [26, с. 38].

Стратегічні комунікації в соціальних мережах: лінгвоприкладний аспект

Прикладне спрямування лінгвістичних досліджень вже не викликає здивування і несприйняття представників ІСБО. Навпаки, саме лінгвістичні категорії було покладено в основу «Доктрини інформаційної безпеки України» (*Указ Президента України від № 47/2017 від 25.02.2017 р.*), де визначено підґрунтя страткому.

Інтернетний вимір страткому набуває особливої значущості, оскільки мережецентричність забезпечує синхронність комунікацій за всіма комунікативними напрямками – публічною дипломатією, зв'язками з громадськістю, військовими зв'язками, інформаційними та психологічними операціями; посилює ці комунікації за рахунок мережецентричної організації власне інтернету. Мережеві спільноти входять у концептуальну картину глобалізованого світу вже не як модель успіху сучасності; швидше – як загальна характеристика нової соціальної структури (М. Кастельс; [2]).

Стратком Web 2.0 базується на формулі «мережа як платформа». *Соціальний веб* (англ. *social web*) і *нові медіа* (англ. *new media*) стають комунікативними майданчиками страткому, оскільки фокусуються на спільнотах для створення та перевірки контенту; вільна форма його організації та класифікації за допомогою тегів і створення «інтерфейсів» для майбутньої інтеграції.

Стратком у соціальних мережах можуть мати і деструктивне спрямування. Під *деструктивними стратегічними комунікаціями* розуміємо комунікативну діяльність інституції (суб'єкта), яка стратегічно орієнтована на інших людей, суспільні структури або суспільство в цілому з

метою порушення нормального функціонування особистості, суспільства, держави на довгострокову перспективу.

Соціальні мережі відіграють усе більшу роль у здійсненні стратегічних комунікацій, оскільки залежність людства від сучасних технологій зростає з кожним днем. Комунікативний простір соціальних мереж є дуже динамічним, керованим користувачами, таким, що легко піддається вірусному зараженню і може досліджуватися безпосередньо учасниками мережевих комунікацій.

У 2015 р. серед країн-членів НАТО тривала дискусія щодо визначення стратегічних комунікацій та їхньої ролі у забезпеченні безпеки [24]. Головним висновком, до якого дійшли учасники обговорення, був такий: стратегічні комунікації спрямовані на зміну поведінки цільових аудиторій. Необхідність зміни поведінки серед ключових аудиторій є більш актуальною на операційному рівні, коли короткотермінові зміни у поведінці можна визначити, спостерігати та вимірювати на підтримку операційних цілей. Формування поведінки має носити проактивний, а не реактивний характер. На комунікативному рівні зміна поведінки досягається переважно лінгвосугестивними засобами.

Отже, теоретичне підґрунтя страткому в інтернеті складають наукові дослідження інтернет-комунікації, зокрема лінгвістичні.

Технології використання соціальних мереж у гібридних війнах

Гібридна війна у соціальних мережах передбачає застосування нового типу зброї – комунікативно-технологічної. Аналіз використання соціальних мереж пропагандистами РФ, терористами ІДІЛ як окреслює існуючі технології, так й дозволяє визначити можливості асиметричних відповідей.

Згідно з думкою Д. Шахіна [28], терористами ІДІЛ успішно апробовано технології використання соціальних мереж, а саме:

- популярні медіа-платформи, такі як Twitter, формують ядро терористичної пропаганди і використовуються як базове середовище веб-контенту, що поширюється на значній частині некерovanого інтернету;
- адаптивна структура мереж надає можливість боротьби із зовнішніми впливами та реагування на зовнішні операції з обмеження діяльності

терористів. Протерористичні соціальні мережі адаптуються й централізуються дуже швидко;

- інноваційно використовується вразливість платформ, що дає ІДІЛ можливість уникати виявлення, призупинення та видалення контенту державними й недержавними суб'єктами через автоматичні та ручні методи аналізу;

- завдяки використанню структури мережевої периферії та великої кількості мережевих акторів створюється фактор резервування, здатний попередити зрив ланцюга інформаційного забезпечення ІДІЛ;

- використовується гнучкість малих комунальних мереж, що забезпечує широкомасштабну взаємодію. Це створює новий виклик – деструктивні мережеві структури в традиційному середовищі інформаційної війни, що передбачає виділення значних ресурсів для ефективної боротьби з терористичною ідеологією. Ці ресурси (людські та інші) сьогодні є нез'язаними, неефективними та нестабільними в довгостроковій перспективі;

- системно здійснюються інформаційні і психологічні операції у соціальних мережах, які базуються на адаптації інформації до рівня усвідомлення її споживачами за такими етапами: постійне відтворення адаптивних пізнавальних мереж; сигналізація задля уникнення викриття; швидке та адаптивне закриття; визначення вражливостей системи.

Під *адаптивною пізнавальною мережею* розуміється мережа, яка базується не на фізичному формуванні взаємин, а на природній когнітивній (пам'ять, пізнання) структурі. Так, якщо відвідувач згадає ім'я друга, мережа вибудує когнітивний зв'язок серед кількох комунікантів. Когнітивні мережі можуть бути перебудовані противником після видалення акаунтів.

Сигналізація задля уникнення викриття стає все більш поширеною в системі комунікацій ІДІЛ за умов масштабної боротьби з пропагандою тероризму. Сигналізація включає кілька методів. Наприклад, для уникнення автоматичного розпізнавання за фотографіями (пошук за

фотографіями) дещо модифікуються зображення (обрізаються, погіршується якість, змінюються пропорції тощо). Іноді на повідомленнях робляться семантичні примітки, зокрема «8-й акаунт після призупинення». Таке повідомленням може не містити явних сигналів щодо належності медіа-центру ІДІЛ, а лише повідомляти про новини в Багдаді. Але можна зрозуміти: якщо попередні 7 акаунтів були призупинені, то для цього були певні причини. Цей факт у поєднанні з аналізом змісту повідомлень дає змогу зробити висновок щодо належності акаунту системі медіа-центру ІДІЛ.

Швидке та адаптивне закриття передбачає перебудову мережі акаунтів і залучення до комунікацій резервного складу акаунтів – вторинних і третинних, на які робляться перепости повідомлень і які виходять на перший план комунікації за необхідності, надаючи прямий доступ до свого контенту й намагаючись досягти попереднього рівня впливу. Ці акаунти пов'язані не лише структурно, але й когнітивно – позиціонують спільну систему цінностей.

Рисунок 2. Приклад акаунту на підтримку ІДІЛ (комбінація функцій припинення і швидкого закриття)



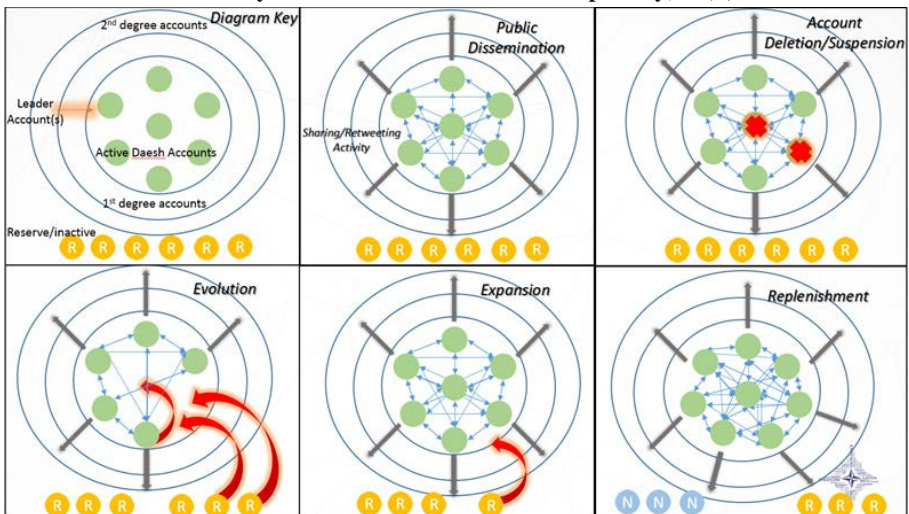
На рисунку 3 наведено приклад акаунту, що комбінує функції сигналізації та швидкого закриття. За даними Д. Шахіна, акаунт належить молодій жінці-членкині ІДІЛ, яка додала до імені користувача номер (160), використала фотографію дівчинки з прапором ІДІЛ у кутку, що інформує відвідувачів

стосовно підтримки даним акаунтом ІДІЛ. Ця жінка створила низку акаунтів за таким самим зразком, що утруднює їхнє виявлення та призупинення.

Д. Шахін методологію використання ІДІЛ соціальних мереж для пропаганди тероризму у ворожому середовищі визначив як DEER-процес (англ. *Dissemination – Deletion – Evolution – Expansion – Replenishment*), який передбачає такі етапи [28]:

1. Поширення публічної пропаганди (англ. *Dissemination of public propaganda*).
2. Видалення або призупинення противником (англ. *Deletion or suspension by adversary*).
3. Еволюція (мережі) структури або методів (англ. *Evolution of (network) structure or methods*).
4. Розширення впливу або методів (англ. *Expansion of influence or methods*).
5. Поповнення акаунтів та ресурсів (англ. *Replenishment of accounts and resource*).

Рисунок 3. Технологія DEER- процесу, за Д. Шахіним



DEER-процес дав можливість ІДІЛ створити інфраструктуру, здатну завдати шкоди соціальним мережам противника, адаптуватися до будь-яких змін та підтримувати терористичну присутність в інтернеті.

Е. Ланже-Іонатамішвілі та С. Светока [23] пропонують поняття *соціальна кібератака* – атака, що передбачає вплив під фальшивими претензіями або анонімно, або шляхом випуску маніпулятивного сигналу в соціальну мережу або маніпулювання існуючим сигналом для досягнення бажаних результатів – хаосу, паніки, масових розладів. Цей тип кібератаки пропонує новий погляд на атаки в кіберсередовищі, оскільки їхні наслідки є суто психологічними.

Поширення чуток – одна з найефективніших технологій соціальної кібератаки, оскільки чутки можуть продукувати страх, ненависть або необгрунтовану надію на цільову аудиторію, яка, швидше за все, призведе до реальних дій, наприклад, масових протестів, закриття банківських рахунків або організованих нападів на певні групи або осіб, що були представлені як ворог.

Соціальна кібератака може також включати в себе традиційне хакерство, якщо маніпулятивна інформація має бути отримана або опублікована таким чином. Оскільки концепція соціальної кібератаки є дуже новою, важко визначити, яку діяльність слід класифікувати як таку. Ключовим компонентом соціальної кібератаки є наратив. Приклад – акції проросійського «КіберБеркута», що під прикриттям наративу «боротьба з олігархами» загальмовує діяльність українського Уряду, а у 2014 р. виказував намір не допустити вибори в Україні. Меседжі «КіберБеркута» перекладалися на кілька європейських мов – ще одне свідчення орієнтації на деструктивне висвітлення подій в Україні.

Серед можливостей соціальних мереж у здійсненні гібридних впливів дослідники (Д. Шахін, М. Холмстром, Е. Ланже-Іонатамішвілі, С. Светока) визначають такі:

- створення привабливого контенту (зображень, відеоігор, музичних відео тощо). За даними Центру передового досвіду НАТО у сфері страткому

15% контенту, що підтримував діяльність ІДІЛ у 2014 – 2015 рр., базувався на сучасних субкультурах. Це надавало змогу залучати західну аудиторію, перетворюючи тероризм на популярний західний культурний продукт;

- використання нових методів для розповсюдження традиційного контенту. Ця тенденція надає можливості швидкого рентабельного розповсюдження контенту і охоплення більшої аудиторії. Однак найважливішою проблемою залишається визначення найвпливовіших платформ, які активно відвідуються різними цільовими аудиторіями. Ось чому терористичні угруповання використовують різні обмінні платформи для розповсюдження власних ідей, навіть дуже традиційних. Наприклад, обмін релігійними текстами за допомогою Google або створення інформаційних кіосків в Афганістані в місцях, де немає доступу до інтернету, поширення продукції у форматі MP3 або використання дешевих мобільних карт та мобільних телефонів;

- координоване використання кількох каналів – загальнодоступних та закритих. Скоординовані комунікації як у загальнодоступних (наприклад, Twitter, блоги тощо), закритих (наприклад, програми прямого надсилання повідомлень – WhatsApp, Messenger, онлайн ігри тощо), так і в ультразамкнених системах (наприклад, Wickr або Silent Circle) зумовлюють ефективність впливів. Інтернет розділюється за принципом «поверхневого вебу» та «темної мережі», в якій здійснюється величезна частина комунікацій (особливо стосовно вербування, мобілізації підтримки або координації діяльності);

- створення мобільних додатків для передачі повідомлення безпосередньо користувачам. Так, мобільний додаток Dawn of Glad Tidings був розповсюджений серед прихильників ІДІЛ у 2014 р., що дозволило автоматично обробляти інформацію у Twitter;

- широке використання соціальних ботів – від простих до тих, що витончено відтворюють інформаційні стратегії. Згідно з різними дослідженнями принаймні 8% акаунтів у Twitter є ботами, а 5-11% – у

Facebook. У 2014 р. половину всіх акаунтів, створених на Twitter, було вилучено. У першій половині 2016 р. Twitter призупинив комунікації близько 350 тис зареєстрованих відвідувачів, керуючись правилами щодо попередження тероризму. Хоча деякі боти є нешкідливими і створені з метою забезпечення більш ефективного обслуговування клієнтів, інші – зловмисні боти, призначені спеціально для заподіяння шкоди. Ці боти вводять в оману, експлуатують та управляють медіа-дискурсом, наповнюючи його чутками, спамом, зловмисним програмним забезпеченням, дезінформацією або просто шумом. Боти можуть маніпулювати дискусіями (наприклад, боти пропонували різні пояснення вбивства Б. Немцова, серед найпопулярніших – участь Б. Немцова у любовному трикутнику). Фейкові номери підключень, можливість купувати зв'язки для відтворення квазіпопулярності, фейкові рейтинги та відгуки для рекламування товару, формування думки спільноти під час конфліктів – усе це результати діяльності ботів. Так, за переписом Twitter, приблизно 20% акаунтів було створено ботами або програмами. Використання ботів різними суб'єктами може мати такі форми:

- ✓ неправильне спрямування – використання в твітті хештегів, що пов'язані з конфліктом або кризою, до новин, які не мають до цих подій жодного стосунку;
- ✓ закріплення хештегів (або викрадення хештегів) – додавання популярних хештегів контенту задля його більш широкого розповсюдження, в певних випадках спрямування на конкретну аудиторію;
- ✓ димова завіса – згадування певних деталей запланованої теми, але не завжди негативних. Наприклад, при згадуванні про ІДІЛ необов'язково підіймати тему обезголовлювання;
- ✓ викручування – зміна дискусійної теми на відкритому форумі. Наприклад, використовуючи хештег #ISIL, можна спрямувати увагу відвідувачів ресурсу на сайту покупок.

Мережі поступово навчилися виявляти прості боти. Однак, у відповідь на ці зусилля, боти набули більшої витонченості, стали більш соціальними;

• *горизонтальне транслювання наративів*, що сприяє об'єднанню широкої громадськості у соціальних мережах. Існує низка визначень наративу, але найбільш вдалим вважаємо поняття, запропоноване Дж. Лог'ю: «Наратив – це просте, достовірне і узагальнююче уявлення концептуального ідеалу, призначеного для транслювання самосприйняття організації, цінностей, обґрунтування, легітимності, моральної основи і бачення». Переваги використання наративу полягають у тому, що він «описує минуле, виправдовує сучасність і надає бачення майбутнього» (Цит. за: [17, с. 123]). Наратив пропонує рамки для сюжету та налаштування історії, вбудовує в неї «сирі» факти, спрямовуючи інформацію на різні цільові аудиторії. Когнітивний психолог Дж. Брунер доводить, що люди в 22 рази частіше пам'ятають факт, загорнутий в історію, ніж незалежний факт.

Використання наративів у комунікаціях соціальних мереж передбачає орієнтацію на конкретних особистостей, а не маси. Звичайна людина стає новим чинником гібридних впливів. У соціальних мережах особистісні та культурні ідентичності переважно визначаються ідеями та наративами, а не національністю або етнічністю. «ІДІЛ намагається знищити нинішню націоналістичну ідентичність на Близькому Сході, переписавши історію арабського народу, щоб виправдати халіфат. Так само РФ має наміри підірвати інші національні ідентичності певних цільових аудиторій, замінюючи їх на російську національну ідентичність. Ідентичність забезпечує базову лінію наративів, які вже були прийняті. Знищення цієї базової лінії дозволить цілком нову інтерпретацію історії та обґрунтування нового напрямку дій» [17, с. 131].

Оскільки в соціальних мережах переважно збираються люди близьких поглядів, їхні думки легше поляризувати, оскільки кожна людина впливає на думки групи, і навпаки, група сприяє обранню людиною певної лінії поведінки. Індивід приймає соціально визначену правду за допомогою групи, а потім сам стає пропагандистом, допомагаючи іншим досягти тих самих висновків.

Тролінг і фейк як інструменти деструктивних стратегічних комунікацій

Жанр тролінгу мав значні перетворення, зумовлені гібридними війнами та глобальними спеціальними операціями. Якщо на момент свого виникнення жанр тролінгу організовував комунікації, мета яких – формування розбіжностей та підбурювання конфліктів в онлайн-овому середовищі в інтересах окремих особистостей, то *гібридний тролінг* є інструментом гібридної війни.

Завдання гібридного тролінгу такі:

- вплив на політику інших урядів;
- підрич довіри до лідерів та державних установ у країні;
- розвал її стосунків з іншими націями;
- дискредитація та послаблення урядових та неурядових опонентів;
- зміна системи суспільних цінностей держави-мішені, заміщення їх цінностями держави-агресора.

Якісними характеристиками гібридного тролінгу є:

- інтенсивно повторювані повідомлення, що публікуються з різних IP-адрес та / або під псевдонімами;
- перепости інформації та посилань;
- активна підтримка певної політичної позиції;
- коментування тем, пов'язаних із конкретними галузями політики;
- для проросійського тролінгу – погане володіння мовними навичками при публікації коментарів іншими мовами, крім російської.

Блок 2. Приклад кількісного аналізу даних щодо наявності тролінгового контенту в латвійському сегменті інтернету

Кількісний аналіз коментарів, розміщених на трьох найбільших портативних порталах в інтернеті (латвійською та російською мовами) – *apollo.lv*, *delfi.lv* та *tvnet.lv* – проводився з 29 липня по 5 серпня 2014 року. Використовуючи функцію «коментар-відстеження» (англ. *comment-tracking*), дослідники зібрали та проаналізували більше 200 000 коментарів.

Було встановлено, що лише 1,45% загальної кількості коментарів у трьох основних новинних порталах потенційно продукують гібридними тролями. Однак цей показник

був трохи вищий, досягнувши 3,72%, коли враховувалися тільки сфери, що підпадають під дію тролінгової діяльності.

Той факт, що коментарі гібридного тролінгу є більш поширеними для статей, пов'язаних з конфліктом в Україні. З усіх статей, на які відреагували гібридні тролі, 37% були пов'язані з подіями в Україні, включаючи катастрофу літака МН17 «Малайзійські авіалінії» над Східною Україною. Ще 27% статей були пов'язані з західними санкціями проти Росії та її контрзаходами.

Детальний аналіз моделей комунікації та контенту продемонстрував, що вплив гібридного тролінгу зменшується за рахунок низки факторів: коментарі, що позиціонують ненависть та ксенофобію, часто автоматично видаляються відразу після їх розміщення; користувачі, які не погоджуються з такими коментарями, позначаючи їх неприйнятними, викривають їх як повідомлення тролів, виключаючи їх авторів із подальшого спілкування. Крім того, через відносно короткий час, який читачі проводять в інтернеті, розділи коментарів не є особливо популярними. Якісний аналіз аудиторії онлайн новин показує, що розділи коментарів відвідують лише більш активні користувачі, які також найменш схильні до впливу гібридних тролів.

Internet Trolling as a Hybrid Warfare Tool: the Case of Latvia. – Riga : NATO Strategic Communication Centre of Excellence, 2016. – 5 p.

Тролінгові конструкції повідомлень дуже різнопланові, кожний вид спрямований на певну цільову аудиторію, формуючи ілюзію чисельності коментарів. Фахівцями Центру передового досвіду НАТО у сфері стратегічних комунікацій було запропоновано таку класифікацію:

- **тролінгові повідомлення-звинувачення США у змові** (англ. *Blame the US conspiracy trolls*), поширюють інформацію наративу «теорія змови» та звинувачують США у створенні міжнародних потрясінь. Цей тип повідомлень представлений довгими текстами, де логічно подана аргументація, спрямована на «викриття істини»;

- **тролінгові повідомлення-бікіні** (англ. *Bikini trolls*) представлені найвими, переважно антиамериканськими коментарями, які, як правило, супроводжуються фотографією профілю привабливої дівчини. Контент простий: він може містити питання та / або пропозицію, зокрема «чи може бути, що тільки Росія є поганою? Світ так не працює – може, ми повинні ...», після чого впливає мотив «провини США». Ці повідомлення, незважаючи на примітивне оформлення, споживаються значною частиною інтернет-спільноти, оскільки не сприймається як тролінг;

- **агресивні тролінгові повідомлення** (англ. *Aggressive trolls*) подібні до класичних тролінгових повідомлень, оскільки є емоційно

навантаженими, дуже агресивними, призначеними викликати емоційні відгуки користувачів. Цей тип повідомлень спрямований на продовження словесного конфлікту;

- **тролінгові повідомлення Вікіпедії** (англ. *Wikipedia trolls*) містять фактичну інформацію з Вікіпедії (або інших авторитетних джерел, таких як блоги історії). Опублікована інформація є правильною, однак вона використовується в контексті, що призводить аудиторію до хибних висновків, і тому навряд чи буде дискредитована навіть досвідченими користувачами;

- **тролінгові повідомлення-вкладки** (англ. *Attachment trolls*) представлені дуже короткими текстами з посиланнями на інші новинні статті або відеоматеріали, що містять цінні дані (наприклад, із російських новинних платформ, телевізійних новин, відео очевидців на YouTube тощо).

Найвпливовішими тролінговими повідомленнями є останні два види, оскільки вони можуть впливати навіть на психологічно стійких і освічених користувачів.

Український досвід дає змогу доповнити наведений перелік:

- **тролінгові повідомлення-провокації**, представлені перепостами друзів. Головний меседж цих повідомлень – вибратися з безнадії та зради в Україні можливо лише за умов насильства; мішень – патріотично налаштовані українці, тобто ті, хто найбільше переймається станом справ у державі;

- **тролінгові повідомлення як антипод традиційним медіа** базуються на тому положенні, що люди, які не довіряють «традиційним» медіа, є більш схильними споживати дезінформацію. «Те, що починається як здоровий скептицизм, закінчується пошуком диких конспірологічних теорій» (О. Померанцев, цит. за: [11]);

- **показово патріотичні тролінгові повідомлення** публікуються із застосуванням національної символіки, містять пропатріотичні висловлювання, а також грубі образи щодо уряду та лідерів країни.

Блок 3. Проект Укрінформ щодо виявлення тролів у патріотичному сегменті Facebook

«Тексти» вирахували мережу з близько 2 тисяч користувачів Facebook, яка тісно пов'язана із групами бойовика «ДНР» Степана Мазури. Останній довго видавав себе за

патріота України. Це мережа з публічних груп та користувачів, які, прикриваючись патріотичними слоганами, поширювали заклики до перевороту та протестів.

Ми вираховували і візуалізували мережу акаунтів у Facebook, які пов'язані з акаунтом Степана Мазури. Хто забув – це віртуальний агент впливу, якого викрив Укрінформ. Він удавав із себе простого українського патріота, який розчарувався у владі, політичних іграх, тому планує творити долю країни на майданах. ... За акаунтом Мазури тягнувся російський слід – по той бік монітора сидів колишній бойовик російської гібридної армії на Донбасі Сергій Жук.

Не тільки Мазура, а й уся пов'язана з ним соціальна мережа активно закликає до силового повалення влади в Україні. Безумовно, частина цих акаунтів – живі люди зі справжніми переконаннями, жодним чином не пов'язані з Росією. Ми будували мережу на основі зв'язків між акаунтами у ФБ. Якщо ви знайшли себе у нашій візуалізації, це лише привід замислитися: хто ваші друзі у Facebook і наскільки заражені троями спільноти, в яких ви пишете.

Як правило, наш троль – це на 80% програма і на 20% – людина. Троль-програма робить автоматичні запити про дружбу. З кожним новим френдом троль «товстішає». Особливо його вага в соцмережі збільшується, якщо вдалося подружитися з популярним блогером.

Програма-троль може навіть постити якусь нісенітницю чи обмінюватися лайками з такими ж програмами. Ці дії також збільшують їхню вагу. Але в годину X, коли потрібно розігнати якусь тему, акаунти тролів починає наповнювати жива людина.

Також живі люди, часто під псевдонімом, модерують групи, де велика концентрація тролів. Цих модераторів ми теж для зручності називаємо троями. Як і акаунти живих людей, які є впливовими фігурами в нашій мережі і які активно постять чи коментять.

Як це працює? Хтось один із тролів робить пост. Величезна кількість інших починає лайкати, коментити і репостити його. Алгоритм ФБ сприймає це як інтерес живих людей до даного поста. І він починає з'являтися у стрічках НЕ тролів, які колись френдули троля.

Якщо пост вдалий, його починають репостити звичайні люди, а потім підхоплюють журналісти. До слова, за аналогічною схемою розганяються ролики на YouTube.

Н. Романенко, Я. Михайлишин, П. Солодько, О. Зог

<http://www.ukriform.ua/rubric-politycs/1948496-moskovskiy-slid-koloradskogo-guka>

Таблиця 1. Ідентифікація тролінгу, за методикою NATO Strategic Communication Centre of Excellence

<p>Етап 1. Ідентифікація гібридних тролінгових повідомлень</p>	<ul style="list-style-type: none"> • довгі коментарі (більше ніж 4 рядки); • коментарі «поза контекстом»; • коментарі, визначені як тролінгові в інших коментарях; • коментарі неприховано агресивні та ворожі; • напівграмотні коментарі; • якщо гібридні тролінгові повідомлення було знайдено – визначить типові повідомлення в групах (тролі можуть маскуватися в різних типах меседжів). <p><i>Навіть, якщо всі показники присутні, це ще не є безумовним свідченням тролінговості повідомлення.</i></p>
<p>Етап 2. Контроль гібридності тролінгового повідомлення</p>	<ul style="list-style-type: none"> • поставте питання національною мовою: класичні тролі надають типові відповіді, відповіді гібридних тролів неможливі в силу мовних питань; • перевірте сумнівні повідомлення Google-інструментарієм: <ul style="list-style-type: none"> - один і той самий меседж – різні профайли; - один меседж – безліч повторень (один і той же коментар надається до статей за різними темами);

	повторення повідомлення протягом довгого періоду, навіть може бути до року)
Етап 3. Навішування ярлика гібридного тролінгового повідомлення	<ul style="list-style-type: none"> • через коментарі задля інформування чисельної інтернет-аудиторії; • якщо «ярликування» тролінгового повідомлення відбулося, переходимо до етапу 4.
Етап 4. Ігнорування!	<p>Ігнорування тролінгових повідомлень є життєво необхідним із таких причин:</p> <ul style="list-style-type: none"> • більшість користувачів підпадають під вплив тролінгу, який викликає довіру перш за все у недосвідчених користувачів; • чим більше відповідей отримають тролі, тим більше «кликів» вони матимуть у майбутньому (ефект сніжного кому), навіть негативні реакції є вигідними троям; • будь-яка реакція може бути використана задля провокації в майбутньому (певним чином підібрані експерти можуть позиціювати «реальний погляд» по пропагандистським каналам).

Фейк (англ. *Fake*) – підробка, фальсифікація. Для порівняння: *фейкова сторінка, фейковий акаунт, фейковий сайт* тощо. За умов гібридних війн фейкова інтернет-продукція розглядається як складова **інформаційних операцій** – дій, вжитих організованими акторами (урядами або недержавними суб'єктами) задля спотворення внутрішніх або зовнішніх політичних настроїв, найчастіше для досягнення стратегічного та / або геополітичного результату. Ці операції можуть використовувати комбінацію методів – фейкові новини, дезінформацію, фейкові акаунти, спрямовані на маніпулювання громадською думкою. Фейкові ресурси також називають «помилковими підсилювачами».

Блок 4. Веб-хвилі прокремлівської дезінформації

Дев'ятий раунд дезінформації про катастрофу МН17

Прокремлівський дезінформаційний новинний цикл знаходиться в постійному пошуку можливостей для множення і посилення помилкових посилань. На цьому тижні така нагода трапилася, коли представники самопроголошеної «Донецької Народної Республіки» передали нідерландським слідчим фрагменти останків пасажирів і частини фюзеляжу «Боїнга», що летів рейсом МН17.

Можна з повною підставою сказати, що на це пішло досить багато часу: літак Malaysian Airlines був збитий над Східною Україною більше трьох років тому, в результаті чого загинули 298 пасажирів і екіпаж.

Ми помітили, що російські ЗМІ та офіційні представники влади РФ поширили не менше восьми різних версій катастрофи, згідно з якими Росія не має ніякого відношення до того, що сталося, хоча організована голландцями комісія з розслідування з певністю прийшла до протилежного висновку.

А тепер **нам представили дев'яту за рахунком брехню**. Чергові неправдиві відомості були опубліковані телевізійним каналом Міністерства оборони РФ «Зірка», згідно з якими «колишній майор української армії» Юрій Батурин нібито бачив, як

літак був збитий українським зенітно-ракетним комплексом «Бук». Пізніше телеканал видалив цю інформацію зі своєї стрічки, проте її можна легко знайти в кеш-пам'яті.

Але мета досягнута – історія поширилася на десятках інших російсько- та англомовних новинних сайтах.

[Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<https://mail.google.com/mail/u/0/?ui=2&ik=b1399a71c7&view=lg&msg=15f1557d1d7d5ad6>

Особливості використання фейкових новин зумовлені такими чинниками:

- *намір*: постачальники фейкових новин можуть бути мотивовані фінансовими стимулами, індивідуальними політичними цілями. Новини можуть надсилатися зі зловмисними намірами або без них. Тим не менше, інформаційні операції мотивуються політичними цілями, а не фінансовою вигодою;

- *середовище*: фейкові новини насамперед пов'язані з новинами, які мають надходити з легітимних джерел. Проте інформаційні операції часто включають більш широку інформаційну екосистему, зокрема старі та нові медіа;

- *ампліфікація*: фейкові новини існують самостійно в інтернет-просторі. Проте послідовне скоординоване підсилення сприяє їхній участі в інформаційних операціях.

За даними аналітиків Facebook, створення фейкового контенту має етапи:

Таргетування (цільове збирання) даних:

- інформаційне збирання/розвідка;
- кібероперації проти організацій або особистостей;
- крадіжка даних.

Створення контенту:

- поширення історій у пресі (посів);
- генерування мемів та історій;
- генерування фейкових акаунтів/віртуальних особистостей.

Фальшиве посилення:

- фейкові акаунти розповсюджують меми й контент;
- створення астротурфінгових груп;
- коментування спаму.

Таблиця 2. Критерії визначення «чесних» і фейкових медійних повідомлень

РЕКЛАМНІ ТА ПІАРНІ ПОВІДОМЛЕННЯ У НОВИХ МЕДІА	
<ul style="list-style-type: none"> • будь-яка реклама має бути орендованою (позначка «Р»), або надпис «на правах реклами» – перед першим абзацом); • прес-релізи помічаються як «ПРЕС-РЕЛІЗ», публікуються в окремих блоках і не змішуються з редакційними новинами; • у соціальних мережах професійних медіа є повідомлення «далі – реклама» 	<ul style="list-style-type: none"> • публікація під виглядом банерної реклами «джинси», наприклад «Сенсація: стало відомо ім'я...». Швидше за все, така реклама веде на ресурси, що створюються задля публікацій деструктивних матеріалів за гроші; • розміщення піарних новин без відповідного маркування; • дискредитація певних осіб у рекламних та новинних повідомленнях
НОВИННІ ПОТОКИ	
<ul style="list-style-type: none"> • новинна площадка має репутацію та історію; • резонансна новина має бути маркована («Прес-реліз», «На правах реклами»); • визнання помилок і повідомлення про виправлення, уточнення, доповнення новин; • внизу сторінки сайту (журн. жар. – у «підвалі») визначено, які матеріали ресурс відносять до рекламних повідомлень; • наявність офіційної реєстрації ресурсу 	<ul style="list-style-type: none"> • сенсація від імені малознайомих медійних особистостей, «експертів»; • розміщення новин без рекламного маркування із посиланням на Facebook замовника або прес-службу партії/руху/ організації; • інформація про значні політичні події, зокрема міжнародні, із посиланням на російські джерела, без врахування офіційних даних та публікацій європейської преси; • цитатія політичних лідерів без контексту; • публікація викривлених заяв відомих особистостей в політичних інтересах (використання репутації певної особи); • у «підвалі» сайту або у правилах використання матеріалів не визначено, що автори ресурсу відносять до рекламних повідомлень; • у сайті відсутні контактні дані редакції;

Про наявність фейкової веб-хвилі можуть свідчити такі показники:

- посилення або пониження конкретної причини чи проблеми, що може включати дезінформацію, меми та/або фальшиві новини. Використовується привабливий «гачок» для певної аудиторії залежно від цільового ринку або регіону, перш за все теми, що стосуються політичних діячів або партій, політики, релігії, національних урядів, націй, етносів, поточних подій;

- посилення недовіри в політичних установах. Чисельність фейкових акаунтів не є принциповою, їхнє головне завдання – підірвати статус-кво політичних або громадських інститутів на стратегічному рівні;

- поширення плутанини: режисери фейкових акаунтів мають довгострокову мету навмисно придушувати громадський дискурс і провокувати конфлікт між протилежними фракціями;

- підроблення облікового запису, іноді масово;
- координований обмін контентом та повторювані миттєві повідомлення на кількох поверхнях (наприклад, у їх профілі або в кількох групах одночасно);

- координовані чи повторювані коментарі, що провокують насильство;
- координація «лайків» або реакцій;
- створення астротурфінгових груп, які спочатку можуть бути заселені підробленими акаунтами, але можуть бути і самодостатніми, оскільки їхні відвідувачі стають учасниками дискусій;

- створення груп або сторінок із конкретним наміром поширити сенсаційні чи упереджені новини, або заголовки, що часто спотворюють факти відповідно до нарративу. Іноді ці сторінки містять законний та незв'язаний контент, відхиляючись від їх реальної мети;

- створення впливових (наприклад, расистських) мемів, або маніпулювання фотографіями та відеоматеріалами.

Блок 5. Результати аналізу фейкових акаунтів як інструменту гібридної війни (на матеріалі контенту соціальних мереж Словаччини, Чехії, Польщі, Угорщини, Молдови, України)

Аналіз майже 200 кейсів показує, що прокремлівські нарративи можуть мати як загальний, так і національний характер. До першої групи відносяться антинатовські нарративи, що активно просувалися у 2016 році в Угорщині, Молдові та Польщі. Сильний нарратив проти ЄС було позиційовано в Молдові та Словаччині.

Спільні технології, що реалізують ці нарративи: позиціонування Росії, приниження західних систем, урядів чи окремих ідей, політиків, намагання переконати адресатів у відсутності об'єктивної істини.

Ці два стратегічні нарративи йдуть рука об руку з цілями зовнішньої політики Кремля, які полягають у підриві єдності НАТО та ЄС.

Національні нарративи експлуатують кризові відношення як на рівні міждержавному, так й усередині країн.

Так, у Польщі активно просувається антиукраїнський наратив, пов'язаний з Волинською трагедією, а також наративи «Схід Польщі, за думкою українців, – окупована територія Західної України», «Кривавий переворот в Україні за умов існування США» або «Правий сектор – правонаступник Волинської трагедії».

У Чехії найбільш відомі теми на каналах дезінформації, пов'язані з біженцями з арабських країн та небезпекою ісламізації Європи. Як приклади наводилися випадки насильницьких злочинів, скоєних мігрантами в європейських містах, терористичних атак або неприйняття ісламського права. Міграційна криза часто зображується як запланована змова глобалістської еліти або як демонстрація нездатності європейських політиків знайти ефективне рішення.

У Молдові найбільш важливу роль відіграє наратив «Анти-ЄС». Прямі та непрямі повідомлення, передані більшістю спостережуваних публікацій, навмисно експлуатують кілька ідей, спираючись на ментальність молдовської громадськості, а саме: «Європа незабаром розпадеться», «США та Європа кидають виклик Росії, яка має захищати себе та справедливую систему у всьому світі», «Уряд Кишинєва керується ззовні, не може самостійно вирішувати національні питання», «Молдова повторить долю України, якщо керівництво країни не переорієнтується на Росію», «Угода про асоціацію з ЄС суперечить інтересам країни». Однією з технологій розповсюдження дезінформації є публікація статей, які містять багато інформації, але розташовують її відповідно до завдань дезінформації.

Для угорської аудиторії контент розроблявся спеціально. Єдиним спільним наративом з іншими країнами був антиміграційний.

У Словаччині існують відмітні риси як у суб'єктах, так і у формі подачі інформації. Наративи торкалися питань антиамериканського шляху розвитку, панславізму, а не традиційно проросійських поглядів. Але аналіз контенту довів, що статті є перекладом російськомовних текстів, містять значну кількість граматичних помилок.

Ключові сюжети в Україні мають як мізінформаційний, так і дезінформаційний характер і можуть бути згруповані за чотирма основними темами, а саме: «Україна як невдала держава», «Небезпечні українці», «Україна порушує мінські угоди» та «Кожний любить Росію».

Information Warfare in the Internet: Countering Pro-Kremlin Disinformation. – Centre for International Relations & Partners, 2017. – 34p.

Як протидіяти російському деструктивному страткому.

Аналіз певних підходів

Відповідь на деструктивні комунікативні впливи має бути асиметричною, несподіваною і креативною. Цей рівень ведення гібридної війни передбачає реалізацію багатокрокової стратегії: *дослідження (моніторинг – аналіз – оцінювання) – інформування – асиметричні комунікації*.

Етап досліджень. Цей етап активно реалізується міжнародними політичними та безпековими інституціями. Так, Зовнішньополітичною службою Євросоюзу було створено сайт для інформаційної протидії російській пропаганді в межах кампанії «ЄС проти дезінформації» (www.euvsdisinfo.eu). Сайт пропонує на англійській, російській, німецькій мовах

інтерактивну статистику, контент, спрямований проти прокремлівської дезінформації.

Крім того, вже кілька років активно функціонує мережа, заснована East StratCom «Огляд дезінформації» (англ. *Disinforeview*), що об'єднує близько 400 експертів, журналістів, держслужбовців, аналітичних центрів майже з 30 країн світу, які повідомляють про дезінформаційні матеріали. Мета ресурсу – підвищити освіченість спільноти про факти дезінформації. Ресурс містить низку інформаційних та аналітичних матеріалів щодо прокремлівської дезінформації.

Блок 6. Приклад матеріалів ресурс «Огляд дезінформації»

Цифра тижня: 10 млн

10 October 2017 | FOW RU, Новини

Facebook заявив, що за кілька місяців до і після виборів в США в 2016 році близько 10 мільйонів чоловік у Сполучених Штатах переглядали політично орієнтовану рекламу, що була куплена в Росії. Згідно нової інформації, опублікованої CNN, метою деяких рекламних оголошень на Facebook були Вісконсін та Мічиган, два американські штати, що «вагалися».

Ця реклама мала географічну спрямованість і задіяла «суперечливі посили, щоб виділитися в хаосі передвиборної онлайн реклами і поширити антимусульманські настрої», повідомляє CNN з посиланням на джерела. Розрив між двома кандидатами в президенти США був край малий і в Вісконсині, і в Мічигані.

Сенат США розслідує вплив Росії на президентські вибори в 2017 році.

[Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://mail.google.com/mail/u>

Етапи досліджень та інформування визнані ключовими у діяльності Оперативної робочої групи зі стратегічних комунікацій Євросоюзу, що була створена у 2016 р. Серед основних завдань групи визнано такі: розробка комунікаційних матеріалів і кампаній, що мають на меті роз'яснювати політику ЄС у регіоні Східного партнерства; кампанії зі стратегічних комунікацій, що ґрунтуються на предметному аналізі, роз'ясненні ключових питань політики ЄС і відтворенні позитивного нарративу ЄС; ситуативні комунікації по актуальних питаннях політики ЄС, аналіз дезінформаційних трендів, що роз'яснюють дезінформаційні нарративи і спотворюють міфи. Як зазначено на офіційному сайті (<https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/16043/operativnaya-rabochaya-gruppa-po-strategicheskim-kommunikaciyam>). Група

не займається контрпропагандою, її основне завдання – просування політики Євросоюзу щодо країн Східного партнерства.

Кілька проектів з аналізу деструктивного страткому та інформування широкої спільноти було започатковано в США. Так, у 2017 р. створено сайт «Hamilton 68», що призначений для виявлення проросійської пропаганди і дезінформації. В режимі реального часу цей ресурс надає можливість аналізувати зміст майже 600 англомовних акаунтів Twitter, зокрема тих, що розповсюджуються російським інформгентством Sputnik і телеканалом RT. Крім того, Радою керівників з питань мовлення США (BBG, Broadcasting Board of Governors) сумісно з агенцією «Голос Америки» запущено програму мережевого телемовлення РС/РСЕ російською мовою «Настоящее время», вона спрямована на пострадянський простір і транслюється через мережі.

Для цих етапів ключового значення набуває вирішення таких питань:

- *цільова аудиторія*: хто є одержувачами інформації; як на них впливають різні канали подання інформації та різні маніпулятивні технології; яким може бути ймовірний вплив фейкової продукції на різні типи аудиторії;

- *автори фейкової продукції*: які їх мотиви; чи навмисно вони поширюють фейкову продукцію і по яких каналах; яка спрямованість каналів поширення інформації; чи діють вони відповідно до певної бізнес-моделі; наскільки високий рівень зв'язності між всіма каналами, що поширюють інформацію;

- *медіа-освіта стосовно етики подання інформації*: журналісти мають ретельно перевіряти інформацію, а не цитувати фейкові меседжі; політики не повинні використовувати канали з сумнівною репутацією; компанії мають розміщувати рекламу лише на офіційно зареєстрованих каналах; пенсіонери, студенти та учні мають володіти певними навиками критичного оцінювання інформації, щоб не піддаватися емоційному впливу.

Якщо етапи *досліджень* та *інформування* успішно реалізуються багатьма інституціями, що протидіють російським деструктивним комунікаціям, то

третій етап, *асиметричні відповіді*, викликає певні труднощі. Усе частіше пропонується аналіз технологій, що не працюють або працюють неефективно.

Так, Д. Золотухін, заступник міністра інформаційної політики України, визначає 10 методів протистояння російській пропаганді (<http://site.ua/dima.zoloukhin>), які не працюють, зокрема: говорити лише правду; банити контент, забороняти телеканали і газети, блокувати сайти; розвінчувати фейки; моніторити медіапростір, оцінювати постачальників контенту; вдосконалювати законодавство; шукати рішення в західному досвіді; створювати спеціальні структури з протидії пропаганді; звертатися до суду і звинувачувати російські телеканали; створювати армії ботів; проводити круглі столи з проблем гібридних загроз і запускати нові ініціативи. Іронічне висловлювання Д. Золотухіна – «всі знають як НЕ ТРЕБА, трудно знайти того, хто скаже – ТРЕБА САМЕ ТАК» – характеризує глобальну ситуацію, що склалася серед фахівців інформаційно-психологічної сфери.

Тим не менш, вже робляться певні спроби щодо вироблення технологій з асиметричної протидії. Так, Ж.-Б. Ж. Вільмер, директор французького Інституту стратегічних досліджень при Воєнній академії (IRSEM) зауважив, що *«контрпропаганда – невдалий інструмент для реалізації цілей західних демократичних країн, які намагаються усунути наслідки дезінформації»*. Він запропонував 25 способів протидії прокремлівській дезінформації без застосування контрпропаганди:

1. Проводити чіткі межі між дезінформацією, пропагандою і громадською дипломатією на противагу доводу про те, що «будь-яка інформація – це пропаганда». У той час як кожна країна має право на захист власної точки зору, «міжнародна фальсифікація інформації» є неприпустимою.

2. Не демонізувати Росію, а зосередитися на боротьбі з дезінформацією.

3. Підвищувати обізнаність про значущість проблеми.

4. Визнати, що існують заходи інформування, які використовують у своїх цілях упередження людей і знаходяться в проміжній зоні між інформаційною війною і воєнними діями, такі як кібератаки, політична комунікація, втручання у вибори і дезінформація.

5. Активізувати вивчення цієї проблеми всіма зацікавленими сторонами, включаючи міністерства, університети, науково-дослідні центри та пресу.

6. Визнати обмеження виключно офіційного відгуку на дезінформацію. Представників влади завжди підозрюють в упередженості. Необхідно залучати також громадськість.

7. Визнати обмеження такого інструменту, як викриття. Встановлення фактів необхідно, але недостатньо. Особливо це вірно з урахуванням того, що метою прокремлівської дезінформації є «розхитування концепції об'єктивної реальності і навіювання сумнівів в самій можливості журналістської діяльності».

8. Розробити програми для підвищення медіаграмотності населення.

9. Встановити загальноприйняту угоду про журналістську етику.

10. Адаптувати спосіб подачі інформації до особливостей аудиторії. Використовувати «інформаційно-розважальний» стиль реагування на дезінформацію, щоб охопити аудиторію, яка споживає розважальну інформацію.

11. Підтримувати незалежні російські ЗМІ.

12. Перекладати статті незалежних російських видань. Це дозволить продемонструвати, що RT і Sputnik не відображають повної картини представлених в Росії думок.

13. Розвивати зв'язки з незалежними російськими журналістами.

14. Опублікувати свідчення викривачів, які залишили систему пропаганди. Вони можуть розповісти про використувані в ній методи.

15. Використовувати новітні технології для автоматизації перевірки фактів та ідентифікації підбурювачів («тролів»), що діють в інтернеті.

16. Залучати фінансування і персонал в Оперативну робочу групу зі стратегічних комунікацій ЄС і більш широко розповсюджувати її продукти.

17. Заохочувати країни-члени ЄС розвивати національні механізми протидії дезінформації. У той час як деякі з них вже приступили до цієї діяльності, зростання числа національних центрів протидії дезінформації буде сприяти більш швидкому реагуванню на її виникнення.

18. Зміцнювати співпрацю між країнами, Європейським Союзом і НАТО з цієї проблеми. Уникати недоглядів і дублювання зусиль.

19. При викритті дезінформації також розкривати використані при її поширенні методи пропаганди. Знайомити користувачів із методами дезінформації, аби вони могли самостійно розпізнавати їх в інших ситуаціях.

20. Відстежувати фінансування «антиєвропейської пропаганди».

21. Створювати міжнародні НУО по боротьбі з дезінформацією, на кшталт таких організацій, як «Репортери без кордонів» і Transparency International. Ці організації могли б ранжувати ЗМІ за ступенем достовірності їх репортажів.

22. При необхідності розглянути застосування більш обмежувальних заходів протидії, таких як штрафи, санкції і, в деяких випадках, блокування.

23. Боротися також із впливом дезінформації, зміцнюючи солідарність ЄС і НАТО, соціальну згуртованість, демократію і повагу до прав людини.

24. Більше комунікувати російською мовою, зокрема в соцмережах.

25. Захищати європейські цінності і формувати позитивний наратив, пов'язаний з Європейським Союзом.

Є. Магда визначає умови ефективної протидії російській пропаганді на загальноєвропейському рівні: обмін інформацією між країнами молодії демократії для створення загальних позитивних інформаційних приводів, нарощування рівня інформованості громадян цих країн про події у сусідніх державах; робота з академічним середовищем. «Забезпечити ефективні академічні обміни, узгодження позицій, перевести «історичні війни» регіонального масштабу з політичного на науковий рівень – завдання цілком посильні. У ситуації, що склалася, є стабільний попит на неординарні рішення, оскільки гібридність міжнародних відносин передбачає необхідність корекції усталених практик. Пошуки алгоритму співпраці з Білорусією, інтенсифікації політики «м'якої сили» щодо цієї держави, яка «бачиться найбільш імовірною наступною жертвою» гібридної агресії РФ; формування узгодженої політики постсоціалістичних республік у справі протидії гібридній агресії РФ як запорука їхнього політичного виживання і збереження позицій Європейського Союзу» (<http://prportal.com.ua/Peredovitsa/klyuch-k-centralnoy-evrope-kak-protivodeystvovat>).

Отже, нагальним стає питання вироблення асиметричних стратегічних комунікацій, зокрема в соціальних мережах.

Висновки

Асиметричні відповіді стають можливими за умови зміни прагматичних установок ведення гібридної війни – прагматика захисту має бути заміщена прагматикою першого неочікуваного удару, відповідно слова *протидія*, *попередження* не відображають суті страткому у ситуації тотальної інформаційної агресії РФ. Доцільнішим було б використання визначень *асиметричні відповіді*, *наступальні операції* тощо.

Задля вироблення дієвої стратегії в соціальних мережах необхідно надати відповіді на такі питання:

Які платформи соціальних медіа, зокрема тих що висвітлюють події СБО, є найбільш корисними для ведення гібридної війни?

Як працюють ці платформи?

Які є сильні та слабкі аспекти платформ соціальних медіа при висвітленні подій в СБО?

Як можуть журналісти створювати, публікувати і ділитися матеріалом про СБО за допомогою соціальних медіа?

Які етичні аспекти слід враховувати при використанні соціальних медіа?

Чи використовують фахівці державних та ІСБО соціальні медіа як професійний інструмент? Якщо так, то яким чином?

У чому полягають ризики використання соціальних мереж у гібридних війнах?

Як має забезпечуватися асиметрія відповідей в умовах гібридного протистояння?

Перед ІСБО світу постало нагальне завдання – виробити асиметричні проактивні технології протидії деструктивним впливам і розбудувати ефективні стратегічні комунікації на всіх рівнях (публічна дипломатія, зв'язки з громадськістю, цивільно-військові відношення, інформаційні та

психологічні операції) з різними цільовими аудиторіями. У рекомендаціях до розділу зроблено спробу узагальнити певні висновки інституцій [18; 20; 22; 23; 30; 32], що опікуються стратегічними комунікаціями.

Список використаних джерел

1. Інтернет-комунікація в діяльності інститутів сектору безпеки: теоретико-прикладний аспект : [кол. монографія]. – К., Луганськ : Янтар, 2013. – 664 с.
2. Кастельс М. Становление общества сетевых структур / М. Кастельс // Новая постиндустриальная волна на Западе / [под ред. В. Л. Иноземцева]. – М. : Academia, 1999. – С. 296-308.
3. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс. – Екатеринбург : У-Фактория, 2004. – 328 с.
4. Компанцева Л. Ф. Гендерные основы Интернет-коммуникации в постсоветском пространстве : [монография] / Л. Ф. Компанцева. – Луганск : Альма-матер, 2006. – 392 с.
5. Компанцева Л. Ф. Философия Сети Интернет: школа Бернарда Лонергана и славянский опыт : [монография] / Л. Ф. Компанцева. – Луганск : Знание, 2006. – 352 с.
6. Компанцева Л. Ф. Интернет-лингвистика: когнитивно-прагматический и лингвокультурологический подходы : [монография] / Л. Ф. Компанцева. – Луганск : Знание, 2008. – 528 с.
7. Компанцева Л. Ф. Соціальні комунікації для фахівців сектору безпеки та оборони : [підручник] / Л. Ф. Компанцева. – К. : НА СБУ, 2016. – 578 с.
8. Методологія досліджень та використання інтернет-ресурсів (для науковців сектору безпеки та оборони) : [підручник] / [за заг. ред. Л. Ф. Компанцевої]. – К. : Нац.акад. СБУ, 2015. – 344 с.
9. Нейсбит Д. Мегатренды / Д. Нейсбит. – М. : ООО «Издательство АСТ»; ЗАО НПП «Ермак», 2003. – 380 с.
10. Руднев Д. Словарь культуры XX века / Д. Руднев. – М. : Аграф, 1999. – 394 с.
11. Холмс П. PR и социальные сети / П. Холмс [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.youtube.com/watch?v=lanD82bmt3o>.
12. Шреер Ф. Трансформирование разведывательных служб : как сделать их более сильными, динамичными, результативными и эффективными / Ф. Шреер [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.demlib.com.
13. Access Contested : Security, Identity, and Resistance in Asian Cyberspace / R. Deibert, J. Palfrey, R. Rohozinski, J. Zittrain. – US : MIT Press, 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://access.opennet.net/2011/12/access-contested-book-launch>.
14. Access Controlled : The Shaping of Power, Rights, and Rule in Cyberspace / R. Deibert, J. Palfrey, R. Rohozinski, J. Zittrain. – US : MIT Press, 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cyber.law.harvard.edu>.
15. A Growing Far-Right Blogosphere in France / USA : Blogging Common. Berkman Center for Internet and Society, 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://stats.berkman.harvard.edu>.
16. Avgerou C. Comments on Allen Lee's article «Retrospect and Prospect : Information Systems Research in the Last and Next 25 years» // Journal of Information Technology. – 2010. – № JIT 25(4). – P. 355-357.
17. Dunnigan J. F. The Next War Zone: Confronting the Global Threat of Cyberterrorism / J. F. Dunnigan. – NY : Citadel Press, 2002. – 320 p.
18. Elkjer Nissen T. Social Media's Role in 'Hybrid Strategies' / T. Elkjer Nissen. – Riga : NATO Strategic Communication Centre of Excellence, 2016. – 8 p.
19. Gray C. S. Thinking Asymmetrically in Times of Terror / C. S. Gray, 2002 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.freerepublic.com/focus/news/711746/posts>.

20. Huyghe Fr. D'Ukraine en Syrie, cette guerre des images et de la com' qui se joue discrètement sous nos yeux / Fr. Huyghe [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.atlantico.fr/decryptage/ukraine-en-syrie/cette/ guerre>.

21. Holmstrom M. The Narrative and Social Media / M. Holmstrom // Defence Strategic Communications : The official journal of the NATO Strategic Communications Centre of Excellence, 2015. – Vol.1, № 1.– P. 118-132.

22. Internet Trolling as a Hybrid Warfare Tool: the Case of Latvia. – Riga : NATO Strategic Communication Centre of Excellence, 2016. – 5 p.

23. Lange-Ionatamishvili E., Svetoka S. Strategic Communications and Social Media in the Russia Ukraine Conflict / E. Lange-Ionatamishvili, S. Svetoka // Cyber War in Perspective: Russian Aggression against Ukraine. – Tallinn : NATO CCD COE Publications, 2015. – P. 103-111.

24. Mapping of StratCom Practices in the NATO Countries / NATO Strategic Communications Centre of Excellence, 2015. – 4 p.

25. Military Social Media – Bespoke Courses – Webinars [Электронный ресурс]. – Режим доступа : militarysocialmedia.eu.

26. New Trends in Social Media. – Riga : NATO Strategic Communication Centre of Excellence, 2016. – 48 p.

27. Online Security in the Middle East and North Africa : A Survey of Perceptions, Knowledge, and Practice / [R. Faris, H. Roberts, R. Heacock, E. Zuckerman, U. Gasser]. – USA : Blogging Common. Berkman Center for Internet and Society, 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://cyber.law.harvard.edu>.

28. Shaheen J. Network of Terror: How DAESH Uses Adaptive Social Networks to Spread its Message / J. Shaheen. – Riga : NATO Strategic Communication Centre of Excellence, 2015. – 25 p.

29. Schreier F. On Cyberwarfare / F. Schreier. – Geneva : DCAF, 2012. – 120 p.

30. Social Media`s Role in «Hybrid Strategies». – Riga : NATO Strategic Communication Centre of Excellence, 2016. – 10 p.

31. Ventre D. Cyberwar and Information Warfare / D. Ventre. – London : Hoboken, ISTE Ltd and John Wiley & Sons, Inc., 2011. – 448 p.

32. Vilmer J.-B. J. La lutte contre la désinformation russe : contre la propagande sans faire de contre-propagande? / J.-B. J.Vilmer [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.jbjv.com/IMG/pdf/JBJV_2017_-La_Lutte_contre_la_desinformation_russe.pdf.

33. Wellman B. Network Analysis: Some Basic Principles / B. Wellman. – Sociological theory. – 1983. – № 1.1. – P. 155-200.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЗДІЙСНЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

1. Важливо змінити стиль мислення, а не звинувачувати соціальні медіа у змінах. «Якщо ми нездатні протистояти екстремізму і дезінформації у своїх мережах, необхідно вивчати діяльність тих, хто використовує їх для маніпуляції. Щоб боротися з пожежами в соціальних мережах, потрібно бути знайомими з інструментами, програмами, каналами та платформами, які використовує ваша аудиторія» [33, с. 5].

2. Необхідно використовувати соціальні медіа задля внутрішніх комунікацій. Це дасть змогу не тільки покращити адміністрування, але й заохотити співробітників до просування певних ідей.

3. Слід формувати присутність у соціальних мережах, оскільки часто відповідна інформація дає більше можливостей бути почутими. Принцип виживання в соціальних медіа змінився: виживає не найшвидший, а найновіший. Це передбачає створення актуального і цілеспрямованого контенту.

4. Важливо забезпечити широку присутність у соціальних мережах, інакше актори, зацікавлені в поширенні деструктивних повідомлень, будуть домінувати.

5. Контроль наративу – головний виклик, оскільки наратив деструктиву може поставити під загрозу безпеку певних інституцій та осіб. Стратегія комунікації в соціальних мережах має включати і стратегію ризику соціальних мереж. Однією із відповідей на цей виклик є освіта та підвищення соціальної медіаграмотності комунікаторів і працівників.

6. Контент має бути цілеспрямованим і поширюваним інтегрованим способом. Важливою є інформація, яка стосується людей. Соціальні мережі переважані інформацією, тому з цільовими аудиторіями необхідно спілкуватися, а не намагатися охопити широку аудиторію абстрактними повідомленнями.

7. Усі зусилля щодо комунікації повинні відповідати потребам користувачів мобільних пристроїв, оскільки вони зараз становлять більшість користувачів інтернету: короткий привабливий контент, зручне використання та можливість перегляду на всіх мобільних пристроях.

8. Необхідно прийняти комплексний підхід до інформаційного протистояння. Це означає пошук надійних комунікаторів серед громадянського суспільства, які могли б говорити в інтересах відомства (державні комунікатори не такі впливові); визначення культурних точок дотику (міжособистісні цінності, поведінка, норми, тенденції тощо) та використання їх в інтересах забезпечення безпеки; виявлення платформ, які використовує противник, і ускладнення йому доступу до них. Фахівцям ІСБО слід вивчати та використовувати технології протидії маніпуляції й дезінформації. Більш агресивний підхід передбачає мобілізацію громадськості проти екстремізму, об'єднання з існуючими групами і зусиллями,

спрямованими на боротьбу з екстремізмом (хакери, лідери громадської думки, активісти), заохочення їх до участі в інформаційній війні. Однак такий підхід має значні етичні та правові обмеження (наприклад, ідентифікація загроз і порушення певних норм демократії), оскільки передбачає використання більш радикальних методів боротьби (зокрема сугестивних технологій та дезінформації). Необхідно визнати обмеження винятково офіційного відгуку на дезінформацію, оскільки представників влади завжди підозрюють в упередженості. Необхідно залучати громадськість.

9. Необхідно вивчати методи забезпечення підтримки соціальних медіа, що застосовують терористичні угруповання (зокрема ІДІЛ) або гуманітарні організації. Наприклад, творчий характер використання сучасних технологій, заохочування добровільної підтримки та мобілізація громадськість задля дій у реальному просторі. Так, ІДІЛ зміг залучитись близько 40 тис підписувачів до комунікацій на сайті *Dawn of Glad Tidings*, було використано спеціальний мобільний додаток задля автоматичного поширення пропаганди з їхніх соціальних мереж. До творчих методів комунікації мають більш активно звертатися уряди та інститути ІСБО. Слід адаптувати спосіб подачі інформації до особливостей аудиторії. Використовувати «інформаційно-розважальний» стиль реагування на дезінформацію, щоб охопити аудиторію, здатну споживати тільки розважальну інформацію.

10. Слід розробляти привабливий брендинг. Державні відомства, ІСБО менш досвідчені у позиціонування власного бренду, ніж приватний сектор або екстремісти. Розроблення більш привабливого та ефективного бренду, що містить певні характеристики способу життя та цінності, сприятиме залученню підтримки громадськості, приватного сектору тощо.

11. Необхідно чітко визначати цільову аудиторію і не переоцінювати підтримку користувачів соціальних мереж. Не можливо впливати на всі типи інтернет-аудиторії. Типова помилка комунікаторів соціальних мереж – вважати відвідувачів соціальних мереж всією громадськістю. Фактично, вони є тільки найбільш досяжною частиною спільноти. Вивчення соціальних мереж Естонії довело, що лише близько 12% всіх користувачів соціальних мереж активні, готові створювати контент, ділитися ним або брати участь у дискусіях. Саме цих користувачів необхідно залучати до комунікації. Не слід очікувати, що всі повідомлення на екрані будуть помічені користувачами, оскільки охоплення не означає впливу.

12. Існує потреба відстежувати ресурси, якими користується молодше покоління – вони будуть тими, хто випробує нові інструменти. Наприклад, Snapchat спочатку мав популярність винятково серед підлітків, але зараз він також залучає більше користувачів середнього віку, а також дедалі більше експлуатується діловими та державними організаціями (наприклад, Білим домом, Міністерством закордонних справ Великої Британії, Європейським парламентом). Аналіз комунікацій молодих користувачів може стати гарним способом пошуку індикаторів майбутніх подій у соціальних мережах.

13. Необхідно шукати більш гнучкі та ретельні підходи до аналізу й залучення аудиторій до соціальних мереж. Одне з рішень, яке сьогодні розробляється Організацією НАТО з науки і технологій, – програма «Цифрові і соціальні медіа». Це постійно оновлюваний інструмент оцінювання інформації задля моніторингу та аналізу цілей, тактики й методів, що використовуються противником в інформаційному просторі, щоб зробити власну цільову аудиторію більш стійкою до маніпуляцій.

14. Для кращого розуміння криз необхідно об'єднати цифрові дані з інформацією, наданою учасниками на місцях. Цифрові дані можуть надати велику кількість інформації та відгуків щодо ситуацій у кризових та конфліктних зонах. Однак інструменти аналізу соціальних мереж, навіть найсучасніші, не забезпечать усіх відповідей – важливо вийти за межі соціальних медіа, щоб отримати результати, які могли б краще відображати реальні факти.

15. Необхідно пам'ятати, що соціальні медіа більшою мірою формують соціальні та психологічні відношення, ніж технологічні. Соціальні медіа – лише один із можливих каналів зв'язку. Кожне повідомлення в соціальних мережах має чітко відповідати поставленій меті й завданням інституції. У соціальних мережах вага інституційних меседжів залежить від ваги того, як і де відбувається комунікація. Необхідно прогнозувати та оцінювати результати комунікативних зусиль.

16. Комунікувати мовою противника у його соціальних ресурсах.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОЇ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ ВІЙНИ

Сергій Нестеренко

Вступ

У реаліях сучасного світу інформаційний простір розглядається як окремий театр воєнних дій, і це цілком закономірно. Поява та стрімке розповсюдження інтернет-технологій кардинальним чином змінили саму сутність підходів до війни і насамперед щодо ролі та місця інформаційно-психологічного впливу на супротивника, а також технологій для здійснення такого впливу.

Інформаційні війни вчора і сьогодні: в чому різниця?

Щоб зрозуміти, що саме зумовило радикальні зміни у стратегічному баченні війни, слід зробити невеликий історичний екскурс. Якщо ми порівняємо сьогоднішню і ситуацію, що панувала кілька десятиків років тому, легко переконаємося: у минулі часи роль – та, власне, й сама концепція інформаційно-психологічних операцій – у мистецтві ведення війни була порівняно скромною. Принаймні, нікому й на думку не спадало виводити дії у цій царині на домінантне місце – тоді як зараз дедалі більше фахівців схиляється до такої думки. Аргументи останніх є вельми переконливими: досягнення перемоги над супротивником завдяки інформаційно-психологічному впливу та спонукання його таким чином до саморуйнівної поведінки є набагато ефективнішим, менш ресурсовитратним та менш кровопролитним.

Інакше кажучи, ціна війни і перемоги за допомогою технологій інформаційного впливу на супротивника є незрівнянно меншою, ніж та, яку доводиться платити за війну із застосуванням традиційних засобів. І

хоча сьогодні ще рано списувати традиційну зброю як головний інструмент ведення війни, тенденція до домінування інформаційно-психологічних технологій є очевидною. Адже таким чином можна нейтралізувати навіть найпотужнішу зброю супротивника, зруйнувати його стратегію на початкових етапах, і загалом змусити його вдатися до вчинення різноманітних саморуйнівних дій (що, власне і є метою інформаційної війни).

Причина появи цієї тенденції не менш очевидна. Ще кілька десятиліть тому арсенал технологій впливу на свідомість супротивника та широких верств його населення був надзвичайно обмеженим і фактично зводився до розповсюдження чуток, пропагандистських листівок (з літаків чи підпільними групами, що діяли у тилу ворога) та радіопередач, які трансливалися на країни противника.

Ефективність цих засобів складно назвати високою через кілька факторів. По-перше, через об'єктивні складнощі з доступом до цільової аудиторії. По-друге, через відсутність гарантованої регулярності цього доступу. По-третє, – і головне – через малу значущість масштабів такого впливу. Бо навіть якщо радіотрансляції могли б охоплювати майже необмежену аудиторію, в реальності вони доходили тільки до тих, хто й так вже не підтримував діючу владу своєї держави – адже для того, щоби прослухати таку програму, потенційний об'єкт впливу мав свідомо і власноруч підключитися до неї. Зрозуміло, що з фізичними каналами – чутками і листівками – справи стояли ще важче. Таким чином, можливість проведення інформаційно-психологічних операцій була суттєво обмежена недостатньою кількістю каналів доступу до цільової аудиторії. І цей фактор відтіснив важливість інформаційно-психологічних операцій на другий план порівняно з традиційними військовими операціями. Але поява інтернету та масовий доступ до нього кардинально змінили стан справ. «Сьогодні ми стикаємося з чимось подібним до холодної війни, де шпигунство та військові витрати були головними кулями, що визначали результат війни. Але, на відміну від холодної війни, ціна за вхід у кібервійну значно нижча, можливість

визначати дії та включати гравців значно ширша, а швидкість змін експоненційно швидша – отже, уроки минулої війни не зможуть нам допомогти» [6, с. 67]. І з ними важко не погодитися.

Справді, тепер фахівці з інформаційної війни отримали можливості, про які раніше могли лише мріяти – миттєвий, прямий і безпосередній контакт із широкими верствами населення супротивника. А поява і популярність соцмереж підняла ці можливості на фантастичний рівень, зробивши можливим не тільки миттєве поширення певної інформації чи дезінформації, але й прямий доступ до політичної, військової та іншої еліти країни супротивника та лідерів думок через їхні акаунти. Якщо додати до цього, що соцмережі дозволяють майже ідеально маскувати проведення операцій психологічного впливу, стає беззаперечно очевидним: соцмережі є надзвичайно ефективним інструментом ведення інформаційної війни.

Але перш, ніж перейти до аналізу інформаційно-психологічних операцій у соцмережах, варто згадати визначення цього поняття. Згідно з [8] «це сплановані операції, що передають обрану інформацію та показники зарубіжній цільовій аудиторії, щоби впливати на її емоції, мотиви, обґрунтування цілей, і перш за все – на поведінку іноземних урядів, організацій, груп та індивідуумів. Мета всіх інформаційно-психологічних операцій – створити у нейтрально, дружньо чи вороже налаштованих іноземних групах людей емоції, ставлення чи потрібну поведінку, що підтримують досягнення національних цілей США та воєнної місії. В цьому процесі інформаційно-психологічні операції впливають не лише на політику та ухвалення рішень, а й на здатність керувати державою та військовим сектором, бойовий дух, готовність підкорятися наказам і надавати підтримку. Комбінування продукції інформаційно-психологічних операцій та дій формує у обраній аудиторії поведінку, що підтримує завдання національної політики Сполучених Штатів та наміри командування на стратегічному, оперативному та тактичному рівнях».

Очевидно, що за умови вилучення із цього визначення аббревіатури «США» його можна вважати універсальним. А тепер давайте з'ясуємо, як в цьому контексті можуть бути використані соціальні мережі.

Ось головні фактори ефективності використання соцмереж для інформаційно-психологічних операцій:

1. Вони дають змогу миттєвого доступу до широких верст населення країни-противника.

2. Дозволяють швидко поширювати інформацію чи дезінформацію, причому силами населення країни-противника, тобто виключно за рахунок застосування маніпулятивних технологій психологічного впливу.

3. Дозволяють оперативно здійснювати аналіз психологічного стану населення, політичних лідерів та інших впливових персон, визначати суспільні настрої та найбільш гострі суспільні теми. Це, окрім інших переваг, дає можливість детального зворотного зв'язку, який, в свою чергу, дозволяє готувати більш точні і ефективні інформаційно-психологічні операції.

4. Дають змогу отримання інформації за допомогою різноманітних маніпулятивних технологій психологічного впливу.

5. Дозволяють маскувати та швидко зачищати сліди проведених операцій (створення та видалення фейкових акаунтів тощо).

6. Люди, що відвідують соцмережі, менш здатні до критичного осмислення інформації і, відповідно, підвищено вразливі до маніпулювання. Властиві соцмережам різнобарвність та фрагментарність інформаційних повідомлень посилюють цю вразливість.

Отже, соцмережі сьогодні – одночасно і окремих театр воєнних дій, і полігон для перевірки нових технологій та засобів психологічного маніпулювання.

Найбільш відомим і масованим застосуванням цих технологій стала гібридна війна РФ проти України, яка стала предметом ретельних спостережень та досліджень для фахівців із ведення інформаційної війни і безпеки та військових різних країн світу. Зокрема, Центр з кіберзахисту при НАТО видав книгу, присвячену цим подіям, під назвою «Кібервійна в перспективі: російська агресія проти України» [7].

Зрозуміло, що проведення такого аналізу для самої України ще більш актуальне, тож у подальшому розгляді інформаційно-психологічних операцій у соцмережах звернемося до аналізу прикладів саме таких дій з боку пропагандистів РФ. Потрібно чітко усвідомлювати, що методи та технології не мають національної приналежності, а є універсальними у застосуванні.

Очевидно, що чітке розуміння технологій ведення воєнних дій в інтернеті, зокрема у соцмережах, є необхідною складовою воєнної майстерності будь-якої держави, яка хоче вижити і перемогти у майбутніх протистояннях, що мають дедалі більше виражену інформаційно-психологічну домінанту. Саме тому аналіз дій російських пропагандистів у соцмережах та розробка ефективних контрзаходів на майбутнє є життєво важливими для захисту безпеки української державності.

Насамперед визначимося, що було головними мішенями російських пропагандистів у цій інформаційній війні у соцмережах. Аналіз і спостереження за їхніми діями протягом 2014 – 2018 рр. дозволяють сформувати такий перелік:

1. Сіяння страху і паніки серед широких верств населення.

Приклад: постійне вкидання інформації про неминуче широкомасштабне вторгнення російських військ в Україну (змінювалися лише дати).

2. Формування громадської думки як щодо конкретних тактичних дій РФ, так і її стратегії в цілому.

Приклад: позиціонування РФ та підтримуваних нею сепаратистів як «борців із фашизмом, хунтою тощо».

3. Спонування населення та політичних лідерів України до саморуйнівних дій.

Приклад: Заклики до негайного повалення влади, проведення «третього майдану», які поширювалися і підтримувалися проросійською агентурою.

4. Поширення дезінформації.

Приклад: Вигадки щодо «звіртв» українських військових на Донбасі на кшталт «розіп'ятого хлопчика» чи «згвалтованої пенсіонерки».

5. Заклики до саботування розпоряджень української влади.

Приклад: заклики до ухилення від мобілізації, конкретні рекомендації від «юристів» як це зробити тощо.

6. Підрив бойового духу українських бійців та населення.

Приклад: розповсюдження відеороликів із тортурами, які чинили сепаратисти над полоненими українськими військовими, тіла загиблих українських воїнів тощо. Матеріали про «непереможну міць» російської армії на тлі «відсутності» армії української.

7. Дискредитація політичного та військового керівництва України.

Приклад: чисельні матеріали від акцентування і масштабування реальних негативних рис і вчинків до відвертих фейків про представників української влади.

8. Провокування конфліктів в Україні та серед певних політичних сил.

Приклад: щонайменший конфлікт між представниками політичної еліти України швидко роздувається і широко розповсюджується у соцмережах.

9. Провокування користувачів соцмереж із метою збирання інформації.

Приклад: публікації провокаційних постів та коментарів, втягування у сперечки впливових осіб, що має на меті «зняття інформації».

10. Апелювання до світової спільноти для виправдання російської агресії проти України і дискредитації України.

Приклад: регулярна цілеспрямована активізація «кремлівських тролів» перед кожним Мінським самітом чи іншою важливою для розв'язання конфлікту на Донбасі подією.

11. Вербування «живої сили» для участі в конфлікті на Донбасі на боці сепаратистів.

Приклад: створення численних груп у соцмережах із цією метою.

12. Використання постів у соцмережах як джерела подальшої легалізації дезінформації у ЗМІ.

Приклад: багато російських ЗМІ у вочевидь дезінформаційних матеріалах посилалися на пости у соцмережах як джерело інформації – фактично, це стало їхньою щоденною практикою.

Варто зауважити, що характерною рисою фактично усіх перелічених пунктів є застосування широкого спектру технологій психологічного впливу, зокрема НЛП, еріксонівського гіпнозу, транзактного аналізу тощо.

Слід враховувати і той факт, що на початку 2014 р. РФ фактично опинилася в ідеальних умовах для ведення війни в інформаційному просторі України: ані ІСБО, ані широкі верстви населення України не були готові до такої потужної інформаційної агресії, а політична нестабільність і стан стресу значно посилювали фактор психологічної вразливості мешканців України. До того ж багато людей не сприймало соцмережі як поле бою інформаційної війни, і це також підсилювало їхню вразливість.

Про ретельну підготовку і спланованість дій російських пропагандистів свідчать і такі дані: різні соціальні мережі використовувалися для різних аудиторій. Наприклад, контент, який російські пропагандисти розміщували у Твіттері був орієнтований перш за все на світову громадськість; у російсько- та україномовній частині Фейсбуку – на українську прозахідно орієнтовану аудиторію; ВКонтакте та Однокласниках – для мобілізації прихильників «русской весны», «ДНР» – «ЛНР» тощо. YouTube використовувався для розміщення відеоматеріалів для подальшого розповсюдження через решту соцмереж у вигляді посилань.

Канали інформаційно-психологічного впливу

Канали поширення інформації у соцмережах можна структурувати за таким принципом:

1. Реальні суспільні авторитети (експерти та лідери громадської думки). Цей канал впливу є надзвичайно ефективним, оскільки сьогодні більшість людей визначає свою позицію щодо тієї чи іншої події, покладаючись на думку авторитетів та експертів. У той же час цей канал дуже обмежений у використанні: лідери суспільних думок важко піддаються контролю, неохоче йдуть на співробітництво зі спецслужбами, мають високу самооцінку, дорожать власною репутацією, мають власну думку тощо, – тому, як правило, не готові сліпо виконувати накази і

озвучувати те, що їм передають куратори-пропагандисти чи співробітники спецслужб.

2. Штучне створення «авторитетів», які сприймаються цільовою аудиторією як справжні і мають відповідний вплив.

Під час ведення РФ антиукраїнської кампанії з'явилася величезна кількість «експертів» у політичній, економічній, військовій галузях, про яких ніхто раніше не чув. Вони регулярно робили прогнози, які так само регулярно ніколи не збувалися. Але, власне, точність прогнозів ніколи не була дійсною метою цих експертів. Прогнози були лише формою, яка гарантувала зацікавленість цільової аудиторії (психологам добре відомо, що найбільше людина потерпає від невизначеності майбутнього). Ця форма відіграла роль технічного засобу для здійснення впливу і моделювання заздалегідь програмованих емоційних та поведінкових реакцій з боку цільової аудиторії.

3. Двоступеневі технології. Створювалися акаунти, власники яких відверто демонстрували свою опозиційність та негативне ставлення до путінського режиму (ступінь виклику довіри), але в той же час постійно робили вигідні Кремлю прогнози – наприклад, що Путін обов'язково здійснить широкомасштабне воєнне вторгнення в Україну – через тиждень, два тижні місяць, три місяці тощо (реалізація основної мети). Ця технологія спрямовувалася на тримання населення України у стані страху та паніки, що, власне є одним з ключових завдань інформаційної війни.

4. Масове створення фейкових акаунтів. Якщо на перших етапах інформаційної війни кремлівські пропагандисти намагалися створювати правдоподібні аканти, то з часом почали домінувати відверто фейкові, іноді взагалі одноразові акаунти – без фото та інших даних користувача, з вигаданим іменем та прізвищем. Чим був викликаний такий підхід?

Перш за все тим, що, більшість користувачів соцмереж не вдається до верифікації не лише інформації, але й власника акаунтів. З іншого боку, інформація, реалізована через велику кількість акаунтів сприймається як достовірна, що цілком відповідає психологічному принципу персеверації

(багаторазового повторення) як ефективного методу надання достовірності.

Сьогодні соціальні мережі дають змогу реєструвати акаунти на будь-яке ім'я і у будь-якій кількості. Це дозволяє під час ведення інформаційних війн застосовувати один із базових принципів психологічного впливу – «соціальний доказ» [5]: аудиторія підсвідомо схильна сприймати ту думку, яку, на її погляд, поділяє більшість («більшість не може помилятися»). Таким чином, відкривши величезну кількість фейкових акаунтів та поширюючи через них потрібну інформацію, можна створити ілюзію, що певну думку поділяє більшість людей.

Вплив фейкових акаунтів підсилюється психологічним законом, відомим під назвою «спираль мовчання»: якщо люди вважають, що вони в меншості, то уникають публічного висловлення своєї думки. Отже, чим більше акаунтів користувачів пропагують ту чи іншу ідею, тим більше людей прийме її як правильну та адекватну – і тим менше людей висловить альтернативну думку. Як бачимо, другий фактор підсилює перший, і таким чином утворюється безперервний цикл відтворення і популяризації певної ідеї. Цикл відтворює сам себе, не потребуючи додаткових зусиль. Ця технологія дає можливість демонструвати народну підтримку на підтвердження певних рішень, які, насправді, є штучно створеною за допомогою маніпулятивних технологій ілюзією.

Маніпулятивні технології: головний інструмент впливу

Сьогодні лише донести до людини певну інформацію задля отримання бажаного в інформаційних війнах ефекту – змінах у її світогляді і спонукання до певної поведінки – недостатньо. Успішність впливу насамперед залежить від того, у яку форму «запаковано» повідомлення. Технології прямої агітації та пропаганди, що домінували кілька десятиліть тому, сьогодні не спрацьовують. На зміну їм прийшли маніпулятивні технології прихованого впливу, які можна віднести до категорії «soft power». До засобів ведення інформаційної війни адаптували такі потужні інструменти у царині психології, як НЛП, еріксонівський гіпноз, транзактний аналіз тощо.

Усі ці технології об'єднані спільним принципом: знаючи типові патерни та стереотипи людського мислення і поведінки, можна вибудовувати комунікацію так, щоб запрограмувати потрібну реакцію об'єкта впливу – як щодо змін у світогляді, так і щодо певної поведінки. Розглянемо деякі прийоми, які використовують сучасні фахівці з інформаційних війн.

1. Вживання оціночно забарвленої лексики. За допомогою цього прийому будь-яке повідомлення одразу формує ставлення, а отже, і оцінку реципієнта змісту повідомлення. Цей прийом дозволяє оминати захисні бар'єри критичного мислення і діє на рівні підсвідомості. Ось як його визначає російський фахівець у галузі інформаційного впливу професор В. Соловей: «Слова і ярлики, якими ми користуємося, визначають і створюють наш соціальний світ. Називаючи певний предмет, особу або групу, ми не просто вимовляємо слова, а визначаємо ставлення до того, що називаємо, і підштовхуємо до певного способу дій. Найкраще ці тези пояснити на прикладах. Називаючи когось «фашистом», ми не тільки формуємо вочевидь негативне ставлення, але фактично закликаємо до жорсткого придушення званого. Адже з історії пам'ятаємо, що з фашистами можна розмовляти тільки мовою зброї. Як там стверджував великий пролетарський гуманіст з промовистим псевдонімом «Горький»: «Якщо ворог не здається, його знищують»? Визначивши неприйнятний для нас політичний режим як «хунту», ми не тільки підкреслюємо його нелегітимність, але і свідомо відмовляємося вести з ним переговори. Які ще переговори можуть бути з «хунтою», тим більше «фашистської»? Але якщо ми все ж змушені вступити в ділові стосунки з цією «хунтою», то вона перетворюється для нас у «партнера, з яким можна мати справу». На сусідній Україні йде війна, яку ми називаємо «громадянської і братовбивчої». Офіційна позиція сусідньої країни: війна – результат «російської агресії». Для нас учасники війни – «ополченці і добровольці», з одного боку, «силовики» (а до цього «карателі») – з іншого. Для сусідньої держави наші «ополченці» – «сепаратисти», а «силовики» – «доблесні бійці Збройних Сил і добровольці». Слова «ополченці», «добровольці», «бійці» викликають симпатію; «Карателі» і «сепаратисти» –

відторгнення; «Силовики» –нейтральне ставлення. Симпатія може бути настільки сильною, щоб спонукати до дії: надати доступну допомогу «ополченцям» і «добровольцям» або навіть вступити в їхні ряди. Навпаки, «сепаратистам» і «карателям» необхідно чинити опір усіма можливими силами. Нагадаю, в даному випадку мова йде про одних і тих самих людей. Але в залежності від того, як їх назвуть, буде сформовано певне ставлення до них і спровоковані певні дії. Можна піти далі і взагалі позбавити опонентів права називатися людьми. Це так просто зробити! Ми назвемо їх «укропами», віднісши до рослин, або «колорадами», тобто мерзеними комахами. Адже шкідників треба знищувати, чи не так? І нема чого сумувати про загибель «колорадів» або скошеній вогнем «Градів» траві – «укропі» [3, с. 67].

2. Гра на емоціях. Інтелект і емоції людини не можуть ефективно працювати одночасно, бо їхня активність зумовлюється домінуванням різних зон головного мозку. Саме тому досягти домінування емоцій над критичним мисленням у об'єкта впливу є одним з головних, базових завдань фахівця з інформаційної війни. Увівши об'єкт у стан емоційного збудження, легше маніпулювати його психікою і поведінкою, примусити повірити у дезінформаційне повідомлення і спонукати до його розповсюдження, змінити переконання тощо. «Страх може бути потужною мотивуючою психологічною силою, такою, що направляє всі наші думки і енергію на видалення загрози, щоб ми більше ні про що інше не думали» [4, с. 53].

Тож не дивно, що існує практично безліч різноманітних прийомів стимулювання підвищеного емоційного стану у об'єкта психологічної атаки. Зупинимось на найбільш розповсюджених.

а) *емоційний вступ*, що передує інформаційному повідомленню. Наприклад: *«Жахливі новини! Знищена ціла бригада військових ...»*. Такий прийом не просто стимулює емоційність, а й безпосередньо вказує, яку емоцію реципієнт має відчувати щодо подальшої інформації;

б) *вербальна деталізація і візуалізація*, що викликають потрібний емоційний стан – страх, почуття провини чи гніву –у реципієнта. Наприклад, детальний опис страждань поранених чи родичів загиблих – страх і провина. Або опис розкошів, у яких живе керівництво держави противника, – гнів.

Емоційність також є запорукою того, що повідомлення буде розповсюджене якнайширше;

в) *табуйовані теми*. Будь-яка тема, пов'язана з порушеннями соціальних табу, колосально підвищує емоційність реципієнта, а отже і некритичність його мислення. Варто зазначити, що російські пропагандисти широко експлуатують ці теми під час інформаційних впливів на Україну. На цьому принципі побудовані дезінформаційні повідомлення про «розіп'ятого хлопчика» і «згвалтовану фашистами пенсіонерку та їм подібні. До цієї ж категорії належать і звинувачення представників противника у сексуальних збоченнях. Наприклад, російські пропагандисти використовували цей прийом, розповсюджуючи в соцмережах повідомлення про те, що в українських батальйонах існували обов'язкові «сексуальні ритуали посвячення у побратими» тощо. Попри очевидну абсурдність цих повідомлень вони сприймалися та ретранслювалися частиною аудиторії саме через належність до соціально табуйованих тем.

г) *тролінг*. Цей прийом надзвичайно широко використовується російськими пропагандистами в соцмережах, а тому потребує більш детального розгляду.

Навіщо тролі на війні?

«Існує практика найму інтернет-тролей, що просувають пропутінські аргументи на сайтах західних ЗМІ. Журналісти США назвали це «атакою Кремля» з метою «встановити контроль над інтернетом» [1, с. 43].

Тролінг (англ. *trolling*) – розміщення в інтернеті провокаційних повідомлень з метою викликати конфлікти між учасниками, образи, війну редагувань, марнослів'я тощо. Фахівці з інформаційної війни значно розширили функції тролінгу, перетворивши його на потужний мультифункціональний інструмент психологічної агресії проти противника.

Які ж завдання можна вирішувати за допомогою тролінгу? «Ахіллесова п'ята» соцмереж – можливість створювати анонімні акаунти у необмеженій кількості. Це дозволяє не тільки ефективно просувати власну точку зору, але й подавляти позицію противників або нейтральних осіб. Так, у ситуації, коли

противник намагається популяризувати певну ідею через своїх лідерів думок, застосування атаки тролів – найефективніший засіб нейтралізації його дій, тому що:

1. На одну реальну людину-лідера думок одразу нападає ціла армія інтернет-тролей, створюючи ілюзію, що його думка є хибною. (Цей ефект досягається завдяки вже згадуваному принципу «соціального доказу»: люди схильні орієнтуватися на думку більшості).

2. Тролінг передбачає не цивілізовану дискусію, побудовану на логічних аргументах, а грубі нападки на особистість, приниження, прямі образи, звинувачення у підлості, аморальності та інших вчинках, що осуджені у суспільстві. Ті, хто не розуміє цих правил гри і спробує вести дискусію у логічному полі, у такій суперечці однозначно приречений на поразку.

3. Більшість лідерів думок – люди з підвищено вразливою самооцінкою, тому будь-яка критика, не кажучи вже про прямі образи, легко виводить їх з психічної рівноваги. До того ж часто об'єкт впливу не розуміє, що його втягують у психологічну гру і намагається довести власну правоту за допомогою логічних аргументів. Так він потрапляє у пастку, де приречений на програш.

4. Анонімність дає троям значну перевагу над об'єктом атаки. Адже реальний лідер думок має постійно дбати про власний імідж і зважати на те, що він публікує, в той час як аноніма це абсолютно не хвилює. Але навіть якщо об'єкт атаки перейде на мову емоційної агресії та образ і вступить у бій з троями на їхньому рівні, він все одно опиниться в гірших умовах. На відміну від нього, троль-анонім не відчуває фрустрації та емоційного болю від образ, тому що вони адресовані не його реальній особистості, а фейковому акаунту.

5. Єдиною правильною поведінкою щодо тролів є негайне знищення їхніх коментарів і «бан» їхніх акаунтів. Але абсолютна більшість об'єктів атаки все ж таки вступає з ними у бій, в якому реальна людина приречена програти, оскільки тролі тиснуть на одні з найпотужніших психологічних тригерів – потребу бути правим та позиціонування образу власного «Я». Тому цілком закономірно, що людина-об'єкт атаки втрачає контроль та критичне мислення і реагує на дії тролів на рівні підсвідомості і емоцій, що робить її ще більш вразливою.

Отже, атака тролів спрямована на досягнення таких результатів:

1. Зменшення активності або її повне припинення відвідувачів соцмереж, які демонструють позицію, що не співпадає із завданням тролів. Це зумовлено тим, що більшість людей не здатна витримати такого психологічного тиску і образ, а тому завершує комунікацію.

2. Формування думки мережевої спільноти, яка не визначилася із власною позицією. Цей ефект досягається на основі дії закону «соціального доказу».

3. Формування піднесеного настрою у стані агресора, чому сприяють окремі перемоги тролів.

Армія тролів винищує альтернативні думки та їх носіїв у соцмережах, відтворюючи там власні ідеологічні конструкти. Тролінг відіграє ту ж саму роль, що і артилерія у війнах фізичного рівня: пригнічує сили противника і розчищає поле для наступу танків і мотострільців – реальних та фейкових авторитетів, які просувають потрібні ідеологеми, оцінки і концепти світосприйняття.

Висновки

У 1989 р. у «US Marine Corps Gazette» з'явилася стаття військових дослідників під заголовком «Змінюючи обличчя війни: в четверте покоління» («*Changing the Face of War: Into the Fourth Generation*»), де було зроблено надзвичайно сміливий на той час прогноз: у війнах четвертого покоління мішенню впливу буде все населення країни противника; різниця між військовими та цивільним населенням розмиється; телевізійні новини стануть більш потужною оперативною зброєю, ніж бронетехніка. Як це часто буває, реальність перевершила очікування, адже інтернет і соціальні мережі значно потужніша зброя, ніж телебачення.

Сьогодні війни четвертого покоління – реальність, в якій ми живемо. Фактично, кожен з нас знаходиться на війні, навіть якщо фізично ми перебуваємо далеко від лінії фронту, – у кіберпросторі такої лінії не існує.

Російська інформаційна агресія в соцмережах проти України поки що лишається наймасштабнішим прикладом війни такого типу. Але немає сумніву,

що цей процес буде швидко набирати обертів. Технології війн четвертого покоління будуть постійно відшліфовуватися і вдосконалюватися.

Цей процес ще не сягнув свого піку – фактично він тільки розпочався. До нього активно приєднуютимуться нові країни, які вже зараз створюють і тренують підрозділи для ведення війни в соцмережах, і це стимулюватиме появу нових технологій і контртехнологій. Битви у віртуальному просторі та інформаційна зброя ставатимуть дедалі витонченішими. І зрозуміло, що ті, хто почне опановувати новий театр воєнних дій першими, матимуть значну перемогу у новій парадигмі війн ХХІ століття. Відповідно, й Україні слід приділити якнайбільше уваги підготовці до бойових дій в інтернеті взагалі і соцмережових війнах зокрема. «Хто хоче миру, хай готується до війни» – ця перевірена роками істина вповні стосується і війни інформаційної.

Список використаних джерел

1. Кемаль А. Кибервойна. Как Россия манипулирует миром / А. Кемаль. – М : Эксмо, 2015. – 208 с.
2. Лайнбарджер П. «Психологическая война. Теория и практика обработки массового сознания / П. Лайнбарджер. – М. : Центрполиграф, 2013. – 448 с.
3. Соловей В. Абсолютное оружие. Основы психологической войны и медиаманипулирования / В. Соловей. – М. : Эксмо, 2015. – 250 с.
4. Пратканис Э., Аронсон Э. Эпоха пропаганды: механизмы убеждения. Повседневное использование и злоупотребление / Э. Пратканис, Э. Аронсон. – СПб. : Прайм-Еврознак, 2002. – 384 с.
5. Чалдини Р. Психология влияния / Р. Чалдини. – СПб. : Питер, 1999. – 336 с.
6. Andress J., Winterfeld S. Cyber Warfare. Techniques, Tactics and Tools for Security Practitioners / J. Andress, S. Winterfeld. – Waltham : Syngress, 2014. – 320 p.
7. Cyber War in Perspective: Russian Aggression against Ukraine. – Tallinn : NATO CCD COE Publications, 2015. – 175 p.
8. FM 3-05.301 Psychological Operations Tactics, Techniques, and Procedures. – USA, 2003 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://fas.org/irp/doddir/army/fm3-05-301.pdf>.
9. Jones A., Kova G. L. Global Information Warfare / A. Jones, G. L. Kova. – London; NY : CRC press, 2016. – 684 p.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПРОТИДІЇ ВОРОЖОМУ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОМУ ВПЛИВУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Очевидно, що найбільш вразливим місцем абсолютної більшості людей взагалі і представників органів державної влади зокрема є нерозуміння суті, технологій та прийомів прихованого інформаційно-психологічного впливу та використання соцмереж як інструменту ведення війни. Отже, головними засобами протидії супротивнику є:

1. Формування широкої обізнаності цільової аудиторії у цій сфері, розуміння нею особливостей інформаційних аспектів сучасної війни

До конкретних ефективних заходів у цій царині можна віднести такі:

- запровадження базового курсу щодо технологій інформаційно-психологічного впливу і протидії їм при підготовці працівників органів державної влади з подальшим складанням іспиту на цю тему;
- регулярне проведення семінарів та тренінгів для політиків і працівників органів державної влади, розроблених фахівцями з інформаційно-психологічного впливу та комунікацій, оскільки технології інформаційно-психологічного впливу постійно та стрімко розвиваються.

2. Формування певних правил поведінки, скерованих на дотримання безпеки і нейтралізацію інформаційно-психологічної активності ворожої сторони.

Навіть за допомогою наведених вище заходів перетворити кожного працівника державного органу у потужного фахівця з інформаційно-психологічної війни неможливо, а в соцмережах їм будуть протистояти саме такі спеціалісти ворожої сторони. Тому надзвичайно ефективним методом буде розроблення фахівцями набору правил поведінки в інтернеті взагалі і соцмережах зокрема, дотримання яких мінімізує ризики. Враховуючи надзвичайну важливість цього фактору для національної безпеки України, варто також запровадити сувору відповідальність за порушення цих правил.

3. Ефективним засобом перманентної актуалізації протидії ворожому інформаційно-психологічному впливу має стати регулярне видання відповідних посібників для працівників органів державної влади, організація та підтримка наукових досліджень і публікацій на цю тему.

Ще одним потужним інструментом може стати створення спеціалізованого, «для службового користування», видання (журналу, бюлетеня тощо) на базі МО України, СБ України чи РНБО України, яке б містило найактуальніші публікації за темами інформаційно-психологічного впливу від найкращих фахівців із різних ІСБО, медіа та суспільства. Особливо важливим мусить стати постійний аналіз актуальних технологій і прийомів інформаційно-психологічної війни держав-ймовірних противників України для оперативного ознайомлення з ними цільової аудиторії.

СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ В КІНО- ТА ФОТОМИСТЕЦТВІ

ВОЄННА КІНОДОКУМЕНТАЛІСТИКА: ПРОДЮСЕРСЬКИЙ ЦЕНТР «ФОР-ПОСТ»

Стратегічні комунікації з різними цільовими аудиторіями можуть мати різні форми, і одна з найвпливовіших – кіномистецтво. «Фотографія – це правда. А кіно – правда 24 кадри на секунду» (Ж. Л. Годар). І цю правду має не лише знати, а й сприйняти громадськість, особливо у кризові періоди національної історії. Саме з цих причин авторський колектив нашої монографії звернувся до продюсерського центру «ФОР-ПОСТ», який підтримує телепроекти щодо становлення страткому в Україні, з проханням надати фотоматеріали з фільмів про події 2014 – 2018 рр. в Україні для оформлення обкладинки видання.

Учасники курсів зі стратегічних комунікацій, що проводилися в Національній академії Служби безпеки України протягом 2016-2018 рр., були першими глядачами і критиками воєнного кіно, підготовленого центром «ФОР-ПОСТ». Знімати воєнне правдиве кіно може лише військовий. Засновник продюсерського центру «ФОР-ПОСТ» – Олександр Якович Дріз – полковник запасу, в минулому військовий інженер електрозв'язку, в 1992 р. створив Військове телебачення України, яке згодом трансформувалося в Центральну телерадіостудію Міністерства оборони України. Саме близькість до воєнної тематики надихнула О. Я. Дріза на інший амбітний проект – створення у 2003 р. Міжнародного продюсерського центру «ФОР-ПОСТ» з метою розбудови іміджу України в світі та розвитку героїко-патріотичного мовлення як в Україні, так і за її межами.

Так на телеканалі УТ-1 було створено двохгодинний телеблок різножанрових телепрограм – героїко-патріотичний канал «ГАРТ», який транслювався щонеділі з 10.00 до 12.00 протягом року.

У 2004 р., за сприяння МЗС та Держтелерадіо України, продюсерський центр «ФОР-ПОСТ» став ініціатором та організатором міждержавного телевізійного проекту до 60-річчя перемоги у Другій світовій війні за участю 12 пострадянських країн. У тому ж році, спільно з Державною службою зайнятості, було започатковано соціальну телегру «Місце під сонцем», цикл документальних фільмів «Король професії» та інші соціальні проекти, які протягом багатьох років виходили на центральних телеканалах (1+1, СТБ, УТ-1 тощо).

У 2006 р. центр «ФОР-ПОСТ» випустив документальний серіал «Справа честі», зокрема перший його фільм «Вдивляючись в 9-ту роту» впродовж трьох років 9 травня виходив на каналі «1+1».

У сфері публічної дипломатії «ФОР-ПОСТ» почав працювати ще в ті роки. Так, на замовлення Міністерства культури і туризму України у 2006 р. була створена перша державна DVD-презентація чотирма мовами під назвою «Україна запрошує», а в 2009 р. – реалізовано інформаційно-презентаційний проект «Україна гостинна», в якому було представлено трьома мовами низку фільмів, що відтворювали імідж України для закордонної аудиторії. Головний фільм циклу неодноразово демонструвався на Канському кінофестивалі в Українському павільйоні.

У 2014 р. українське документальне кіно звернулося до подій на Сході України, оскільки громадський попит на українські воєнно-патріотичні фільми був дуже високий. Продюсерський центр «ФОР-ПОСТ» одним з перших прийняв цей виклик.

Сьогодні центр «ФОР-ПОСТ» розбудовує воєнне кіно в Україні, постійно бере участь в пітчінгах Держкіно, а першу перемогу отримав на VII конкурсному відборі, у 2016 р. успішно завершивши два повнометражні документальні фільми – «Іспит на людяність» (фільм розкриває подвиги українських праведників у різних куточках світу за часів голокосту) і «Війна на нульовому кілометрі» (фільм присвячений українським прикордонникам, які першими зустріли ворога в 2014 р. на східних кордонах держави).

На IX конкурсі Держкіно, центр «ФОР-ПОСТ» отримав перемогу, представивши ще три повнометражні національні документальні фільми, які було завершено у 2017 р.: «Перехрестя Балу» (легендарний блок-пост та бійці, що його захищали, стали символом дебальцевської епопеї в лютому 2014 р.), «Одесити на Донбасі» (сплетіння історій одеських патріотів, які добровільно вирушили на війну, а по поверненню – опинилися в протистоянні з сепаратистськими настроями деяких земляків і навіть родичів), «Заміновані вірністю» (історія легендарної вівчарки Баді, яка втратила на війні трьох своїх господарів і сьогодні є символом і улюбленцею батальйону «Айдар»). Кінофільм «Одесити на Донбасі» вже вийшов у кінопрокат та потрапив до фінальної конкурсної програми національної кінопремії «Золота Дзига».

Сьогодні в розробці продюсерського центру «ФОР-ПОСТ» ще дві документальні кінострічки – «Луганський форпост» (фільм про подвиг оборонців Луганського аеропорту як однієї з найвизначніших бойових операцій періоду АТО), «Гідра» (історія найгучнішої операції СБ України щодо знешкодження найбільшого транс'європейського наркокартеля 90-х років).

Продюсерський центр «ФОР-ПОСТ» лишається чи не найбільшим продуцентом фільмів воєнно-патріотичної тематики, створює кіно для різних цільових аудиторій в різних куточках України і світу, розповідає про військових різних безпекових інституцій, добровольців, волонтерів, тим самим забезпечуючи комунікації стратегічного рівня, оскільки в центрі всіх фільмів – Україна і громадськість, що опікується безпекою своєї держави.

ОЛЕКСАНДР КЛИМЕНКО: В ЦІЙ ВІЙНІ БАГАТО ЩЕ НЕ ЗНЯТО

Більшість історичних фото, які демонструвалися на відкритті Музею новин Мистецького арсеналу, – роботи фотожурналіста Олександра Клименка. За останні тридцять років йому вдалося відобразити на фотоплівці (і у цифровому форматі) практично всі найважливіші події у житті країни.

Ось на фото студентські страйки, злітає на руках мітингувальників Левко Лук'яненко, на іншому – Чорновіл піднімає догори зжатиї кулак, наймовірно веселий Леонід Кучма, фото молодих Кличків. «Не хочемо московського ярма!» – гасло на плакатах страйкарів 1990 р. Мабуть, війна, яка розпочалася ще тоді, сьогодні лише перейшла у «гарячу» фазу. Лише зараз Україна остаточно розриває з радянською імперією та її ідеологічною спадщиною.

Олександр Клименко – фотожурналіст парламентської газети «Голос України». Випускник факультету журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. З 1992 р. побував у більш ніж десяти країнах, де велися збройні сутички та конфлікти. На війну почав їздити з чистої журналістської цікавості. «Уявіть, вам пропонують знімати або фермерське господарство в Житомирській області, або українських миротворців у Сараєво. Звісно, миротворців!», – розповідає Олександр. З тих пір він знімав збройні конфлікти у Придністров'ї, Сараєво, Хорватії, Сьєра-Леоне, Судані.

«Це моя війна!», – говорить Олександр, який не може втримати емоцій і залишатися просто фотографом. У його пам'яті залишилися п'ять його знайомих вертолітників, з якими він літав у Африці і які загинули в Україні, загинули колеги журналісти і герої його фоторепортажів, яких вже теж немає. З тих вертолітників, яких збили під Слов'янськом 02.05.2014 Олександр веде свій власний відлік війни. Під час зйомок на Майдані його

було поранено осколком гранати. Це стало певним уроком для нього особисто і шоком та приводом для тривоги всієї сім'ї. Та на війні бувають моменти, коли нічого від тебе не залежить. Коли неподалік вибухають міни чи снаряди, а ти нічого не можеш вдіяти. І тоді здається, що краще загинути у відкритому бою, ніж ховаючись.

Тим цінніше знову зустрічати тих, хто не лише вижив, а й став переможцем у непростих боях війни, яка ще точиться в Україні. Ось він на фото з комбригом 93-ї окремої механізованої бригади «Холодний Яр» Владиславом Ключковим. Олександр знімав воїнів 93-ї біля Пісок. Його книга «Фронтвий альбом» високо оцінена бійцями і командиром холодноряців. Про саму бригаду знято фільм «93: бій за Україну», а ще у задумах комбрига книга про бойовий шлях і Героїв бригади. Це така необхідна частина стратегічних комунікацій армії і суспільства, ветеранів бригади і нових поколінь бійців, частина історичної пам'яті України.

Фотографія – не тільки невід'ємний елемент цієї пам'яті, а й, мабуть, найбільш концентрований її виразник. Адже книга – це вже авторська інтерпретація подій, а у фото хоча й теж є автор, який обрав сюжет, місце, час і точку зйомки, проте ця зупинена мить буття більш об'єктивно його відображає. Тут важче спотворювати дійсність. Тому до фото- і відеоматеріалів більше довіри. І більше спокуси все ж маніпулювати свідомістю людей постановочними фото, чудесами монтажу і фотошопу, видаючи одні фото за виконані в інший час і в іншому місці. Тому фото- та телекореспонденти багатьох інформаційних агентств РФ перетворилися на штатних пропагандистів Кремля, а їх продукція – найважливіший елемент «деструктивного страткому», нової технології гібридної війни проти України.

Олександр Клименко веде цей бій з протилежної сторони. Його завдання – якомога повніше і об'єктивніше відобразити миттєвості цієї війни. Навіть такі страшні, як спецоперація з обміну тіл загиблих під Дебальцево. Адже фотокореспондент несе відповідальність не лише перед

сучасниками, сторонами цього конфлікту, а й перед майбутніми поколіннями. Його мрія, мабуть утопічна і, на жаль, нездійсненна, – фото, яке зможе зупинити війну. Як фото дітей після бомбардування напалмом із в'єтнамської війни. Проте можливо, саме такі страшні фото допоможуть запобігти конфліктам майбутніх поколінь, які будуть гуманнішими за нас?

Цінність фотографії сьогодні знижується. Цифрові засоби зв'язку та інтернет, наявність фотокамери у кожному телефоні дозволяють робити та поширювати фото із неймовірною швидкістю, тиражувати його у різних варіантах. Це призводить до надміру візуальної інформації, перевантаження каналів її сприйняття у глядачів. А розкриття відверто фейкових та постановочних фото та відео з російських телеканалів (як, наприклад, фото пуску ракети начебто з українського винищувача, яка збила малайзійський Боїнг) різко знижує довіру до фото взагалі. Проте, тим ціннішими є реальні кадри з місця подій і тим потужнішою зброєю вони є у боротьбі за уми людей, за правдиве і неупереджене сприйняття конфлікту.

Цільові аудиторії фотовиставок дуже різноманітні. У 2012 р. виставка робіт Олександра Клименка відбулася у Нью-Йорку. Зарубіжна аудиторія, дипломатичний корпус, політики – важливий елемент впливу в публічній дипломатії. Невипадково Олександр помічає елементи цього впливу і в США, і в Естонії, де в крамничках продають матрьошок і «двохголових курок», де є аналог українських «Вестей», а матриця раша-ТБ закладена в голови місцевих «ватників». Але є й *ICDS-International Centre for Defence and Security*, ті, хто наполегливо протидіють гібридним загрозам. Саме з ними він і співпрацює.

Фотовиставка Олександра Клименка «Філософія війни» була представлена у Будинку Уряду України. Тут працюють найвищі посадовці держави. Вони повинні бачити не лише цифри і статистику впливу бойових дій на промисловість і фінансовий стан країни, а й воїнів України, які захищають її на Сході, саму війну у всіх її людських і нелюдських

аспектах. Можливо тоді їх рішення будуть більш виваженими. Національний музей історії України у другій світовій війні експонує роботи Клименка не лише у власній експозиції, а й влаштовує фотовиставки поза межами музею. Це можливість ознайомитися з роботами фотографа широкому загалу.

Найсильніші за емоціями моменти, це коли герої фоторепортажів бачать на світлинах себе. Як наприклад, родина Жемчугових. На фото дружина Олена обіймає чоловіка Володимира після восьми місяців полону, після втрати двох рук і зору. Нарешті, після тривалого лікування герой знімка і Герой України може сам побачити себе. Його не зламала окупація рідного краю, серйозне поранення, тривалі місяці полону. Саме на таких прикладах мають виховуватися майбутні покоління. Світлини у таких випадках – нечисленні матеріальні свідчення історії.

Олександр знімав бійців 95-ї бригади поблизу гори Карачун під Слов'янськом, 51-ї біля Червоноармійська, 30-ї поблизу селища Металіст на околиці Луганська, артилеристів під Красногорівкою. Він літав вертольотом і проходив посвяту в матроси на борту «Гетьмана Сагайдачного» у липні 2013 р. Одна з мрій Олександра – вироблення чіткої інформаційної політики Міністерства оборони України, яка б дозволила нарешті фотографам вести зйомки у різних гарячих точках Операції Об'єднаних Сил. Інакше будуть втрачені цінні і неповторні моменти історії. Адже на цій війні знято ще далеко не все ...

Автори монографії вдячні Олександру Клименку за надані для обкладинки світлини. Ці фото органічно доповнили матеріали монографії та стали не тільки її окрасою, але й потужним меседжем для наших читачів: «Україну не перемогти! Її Збройні Сили і весь український народ стоять на захисті її Незалежності».

ВИСНОВКИ

Монографія «Стратегічні комунікації в умовах гібридної війни: погляд від волонтера до науковця» – один із кроків формування системного бачення теоретичної парадигми, методології, технології протидії гібридним викликам. Автори монографії – представники різних державних і безпекових інституцій і волонтери, теоретики і практики, керівники і послідовники актуальних наукових шкіл України. І це не випадково – досягнення стратегічних переваг над противником передбачає координацію і комунікацію всіх зацікавлених учасників. У діалозі поглядів і думок народжується істина. Як результат наших сумісних пошуків пропонуємо такі висновки:

1. Теоретична парадигма страткому і гібридної війни знаходиться у стадії формування і має певні лакуни як в міжнародному, так і в українському науковому і правовому дискурсах. Так, запропоноване у Военній доктрині України (*затверджена Указом Президента України № 555/2015 від 24.09.2015 р.*) і Доктрині інформаційної безпеки України (*затверджена Указом Президента України від № 47/2017 від 25.02.2017 р.*) поняття стратегічних комунікацій містить такі складові, як *публічна дипломатія, зв'язки з громадськістю, військові зв'язки з громадськістю, інформаційні та психологічні операції*, але визначень цих понять не зустрічається в жодному законодавчому документі України. Переважно дослідники і науковці посилаються на документи західних країн (наприклад: FM 3-24 «COUNTERINSURGENCY» FINAL DRAFT; FM 3-24 «Insurgencies and Countering Insurgencies»; Report of the Defense Science Board Task Force on Managed information dissemination; Information Operations: Doctrine, Tactics, Techniques, and Procedures; Psychological Operations Tactics, Techniques, and Procedures, тощо). Така сама ситуація відбувається і з поняттям *гібридна війна*, яке активно використовується в наукових і аналітичних працях, повідомленнях ЗМІ, промовах медійних особистостей держави, але термінологічно не закріплено в жодному із законодавчих документів. Наш авторський колектив вважає, що настав час здобутки і напрацювання міжнародної та української наукової спільноти перекласти на мову державних законодавчих документів. Тим більше, що Україна отримала унікальний досвід протидії гібридній агресії Росії.

2. Методологія і технології забезпечення публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, цивільно-військових відносин у системі стратегічних комунікацій стали предметом теоретичних і практичних пошуків авторів-представників різних ІСБО – ЗС України, СБ України, ДПС України. Автори дійшли висновків, що всі зазначені складові страткому мають відтворюватися в системному процесі, що включає в себе діяльність та дані, спрямовані на залучення ключових аудиторій для досягнення мети, що відповідає місії, баченню та цілям держави та її ІСБО. Комунікація є основою для вирішення поставлених завдань. Саме тому автори пропонують певні інструкції для здійснення процесу ефективної комунікації з базовими аудиторіями – як внутрішніми, так і зовнішніми. Міжнародна (*публічна дипломатія*), внутрішня (*зв'язки з громадськістю*)

узгодженість та взаємодія під час багатовимірних операцій (*цивільно-військові відносини*) – підґрунтя ефективного діалогу, взаєморозуміння і взаємодії державних і безпекових інституцій із різними цільовими аудиторіями. Прийшов час визначитися щодо сутності не лише базових понять, але й тих, що є результатами глобальних трансформаційних процесів у національному вимірі, наприклад *біженець, переміщена особа*, а також сформувати принципи толерантної комунікації на різних рівнях державної взаємодії.

3. *ГІБРИДНА ВІЙНА* як цивілізаційний концепт реалізується як в матеріальному (фізичному), так і в дискурсивному (мовленнєвому, текстовому) 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. Серед характерних ознак співвідношення між цими двома модусами було визначено такі: зв'язок між текстами щодо війни (дискурсивними практиками й наративами) та матеріальними (фізичними) параметрами воєнних дій; превалювання символічних компонентів на позначення новітніх конфліктів; вербальні засоби (слова, словосполучення, тексти) та невербальні реалізатори (візуальні, звукові, тощо) як ключові компоненти формування смислів.

І як результат – конскієнтальність впливів на масову свідомість, специфіка яких на період 2014–2016 рр., порівняно з попередніми конфліктами, полягає 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 існуючих і формування нових інтерпретаційних і смислових механізмів сприйняття дійсності.

Пошук методологій асиметричних відповідей – нагальне завдання теоретиків і практиків у сфері страткому. Прийшов час перейти від екстенсивних до інтенсивних дій: прагматика протидії конскієнтальним впливам має бути замінена на прагматику креативного наступу. Технології мають постійно змінюватися, статичність – завжди поразка.

4. Стратком відіграє все більшу роль у забезпеченні безпеки, оскільки спрямований на зміну поведінки цільових аудиторій. Формування поведінки має проактивний, а не реактивний характер, що на комунікативному рівні досягається переважно лінгвосугестивними засобами. Саме тому необхідно спрямовувати наукові і практичні пошуки не тільки на викриття та нейтралізацію деструктивних комунікацій, але й на створення ефективних методик впливу на свідомість та підсвідомість людей, що сприятиме формуванню асиметричних відповідей у гібридній війні, мінімізуватиме негативні переживання населення, забезпечуватиме стабілізацію та «позитивізацію» психоемоційного стану людини. Саме навколо цього завдання мають об'єднатися наукові гуманітарні школи та інформаційні бійці-практики.

5. Для гібридної війни існує такий самий симбіотичний зв'язок між гібридним агресором і сучасним інформаційним середовищем, що включає

медійні і новомедійні засоби (інтернет та соціальні мережі) – без соціальних мереж сучасна гібридна війна втратила б сенс. А тому соціальні мережі відіграють усе більшу роль у здійсненні стратегічних комунікацій, оскільки залежність людства від сучасних технологій зростає з кожним днем. Комунікативний простір соціальних мереж є дуже динамічним, керованим користувачами, таким, що легко піддається вірусному зараженню й може досліджуватися безпосередньо учасниками мережевих комунікацій. Для ефективної протидії деструктивному страткому мають відбутися певні зміни у концепції протидії гібридним впливам: необхідно вивчати діяльність тих, хто використовує соціальні мережі для маніпуляції; детально вивчати інструменти, програми, канали і платформи, що є ефективними і затребуваними різними цільовими аудиторіями; щоб бути почутими, формувати присутність у соціальних мережах, контролювати наратив; спілкуватися з цільовими аудиторіями необхідно, а не намагатися охопити широку аудиторію абстрактними повідомленнями; формувати і поширювати контент відповідно до різних цільових аудиторій.

6. Асиметричні відповіді у гібридних війнах передбачають системний підхід, зокрема формування медіаграмотності населення. Громадськість має знати технології маніпуляції, що використовуються проти неї, робити власну експертизу подій, визначати достовірні джерела інформації. Лише таким чином можна зберегти психологічне здоров'я і національну єдність народу України.

7. Необхідно адаптувати спосіб подачі інформації до особливостей аудиторії. Використовувати «інформаційно-розважальний» стиль реагування на дезінформацію, щоб охопити аудиторію, здатну споживати тільки розважальну інформацію.

8. Слід розробляти привабливий брендинг. Державні відомства та ІСБО менш досвідчені у позиціонування власного бренду, ніж приватний сектор або екстремісти. Розроблення більш привабливого та ефективного бренду, що містить певні характеристики способу життя та цінності, сприятиме залученню підтримки громадськості, приватного сектору тощо.

9. Необхідно чітко визначати цільову аудиторію і не переоцінювати підтримку користувачів соціальних мереж. Неможливо впливати на всі типи інтернет-аудиторії. Типова помилка комунікаторів соціальних мереж – вважати відвідувачів соціальних мереж всією громадськістю. Фактично, вони є тільки найбільш досяжною частиною спільноти. Вивчення соціальних мереж Естонії довело, що лише близько 12% всіх користувачів соціальних мереж активні, готові створювати контент, ділитися ним або брати участь у дискусіях. Саме цих користувачів необхідно залучати до комунікації. Не слід очікувати, що всі повідомлення на екрані будуть помічені користувачами, оскільки охоплення не означає впливу.

10. Існує потреба відстежувати ресурси, якими користується молоде покоління – вони будуть тими, хто випробує нові інструменти. Наприклад, Snapchat спочатку мав популярність винятково серед підлітків, але зараз він також залучає більше користувачів середнього віку і дедалі більше

експлуатуються діловими та державними організаціями (наприклад, Білим домом, МЗС Великої Британії, Європейським парламентом). Аналіз комунікацій молодих користувачів може стати гарним способом пошуку індикаторів майбутніх подій у соціальних мережах.

11. Необхідно шукати більш гнучкі підходи до аналізу й залучення аудиторій до соціальних мереж. Одне з рішень, яке сьогодні розробляється Організацією НАТО з науки і технологій, – програма «Цифрові і соціальні медіа». Це постійно оновлюваний інструмент оцінювання інформації для моніторингу та аналізу цілей, тактики й методів, що використовуються противником в інформаційному просторі, щоб зробити власну цільову аудиторію більш стійкою до маніпуляцій.

12. Для кращого розуміння криз необхідно об'єднати цифрові дані з інформацією, наданою учасниками на місцях. Цифрові дані можуть надати велику кількість інформації та відгуків щодо ситуацій у кризових та конфліктних зонах. Однак інструменти аналізу соціальних мереж, навіть найсучасніші, не забезпечать усіх відповідей – важливо вийти за межі соціальних медіа, щоб отримати результати, які могли б краще відображати реальні факти.

13. Необхідно пам'ятати, що соціальні медіа більшою мірою формують соціальні та психологічні відношення, ніж технологічні. Соціальні медіа – лише один із можливих каналів зв'язку. Кожне повідомлення в соціальних мережах має чітко відповідати поставленій меті й завданням інституції. У соціальних мережах вага інституційних меседжів залежить від того, як і де відбувається комунікація. Треба прогнозувати та оцінювати результати комунікативних зусиль.

14. Комунікувати мовою противника у його соціальних ресурсах.

Державні і безпекові інституції у своїй діяльності мають враховувати загальнодержавний стратегічний контекст, що передбачає такі дії:

- залучення та підтримка якості всіх сил (державних і безпекових інституцій, громадськості, масмедіа різного рівня, міжнародних аудиторій тощо);
- здобуття та підтримка довіри громадськості, залучення її представників для протидії деструктивним впливам РФ на рівні міжособистісних комунікацій;
- відновлення рівноваги та створення умов для майбутнього шляхом стабілізації інформаційного простору;
- поглиблення розуміння та створення умов захисту українського інформаційного простору шляхом залучення добре обізнаної спільноти;
- формування страткому на основі концептів – *ДОВІРА, ЧЕСНІСТЬ, ПРОЗОРИСТЬ, ОСОБИСТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ*;
- протидія деструктивним стратегічним комунікаціям РФ.

ГЛОСАРІЙ

Асиметрія комунікативна – комунікація, що містить у собі асиметричність інформації, що створюється за допомогою підстроювання інформаційного потоку та асиметричності дискурсу. Асиметрія створюється за допомогою порушення збалансованого інформаційного стану, наприклад, наданням новини, особливо термінової й сенсаційної, що викликає інтерес реципієнта до новинного каналу. Новина створює термінову асиметрію, яка може або підтримуватися подальшими повідомленнями, або закреслюватися наступними новинами. Асиметричність комунікацій є підґрунтям маніпулятивного дискурсу, який перетворює сучасний кіберпростір на театр воєнних дій.

АТО – комплекс скоординованих спеціальних заходів, спрямованих на попередження, запобігання та припинення терористичної діяльності звільнення заручників, забезпечення безпеки населення, знешкодження терористів, мінімізацію наслідків терористичної діяльності (*Закон України, затверджений Указом Президента України № 1313-VII 1313-18 від 05.06.2014 р.*).

Біженець (англ. *refugee*) – особа, яка через обґрунтовані побоювання стати жертвою переслідувань за ознакою расової належності, релігії, громадянства, належності до певної соціальної групи чи політичних поглядів знаходиться за межами країни своєї національної належності і не в змозі користуватися захистом цієї країни або не бажає користуватися таким захистом внаслідок таких побоювань; або, не маючи визначеного громадянства і знаходячись за межами країни свого колишнього місця проживання в результаті подібних подій, не може чи не бажає повернутися до неї внаслідок таких побоювань (*Женевська Конвенція «Про статус біженців», 1951 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_011*).

Біженець – особа, яка не є громадянином України і внаслідок обґрунтованих побоювань стати жертвою переслідувань за ознаками раси, віросповідання, національності, громадянства (підданства), належності до певної соціальної групи або політичних переконань перебуває за межами країни своєї громадянської належності та не може користуватися захистом цієї країни або не бажає користуватися цим захистом внаслідок таких побоювань, або, не маючи громадянства (підданства) і перебуваючи за межами країни свого попереднього постійного проживання, не може чи не бажає повернутися до неї внаслідок зазначених побоювань (*Закон України «Про біженців та осіб, які потребують додаткового або тимчасового статусу», затверджений Указом Президента України № 992-VIII від 04.02.2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3671-17>*).

Біженці – особи, які через обґрунтовані побоювання стати жертвою переслідувань за ознакою раси, релігії, національності чи належності до певної соціальної групи шукають захист в іншій країні (відповідно до Женевської Конвенції про статус біженців вважаються). У правовому полі термін «біженці» та «особи, які мають право на притулок» застосовуються щодо людей, які вже

отримали статус захисту: особи, які мають право на притулок визнаються відповідно до «Закону про надання притулку» згідно з Конституцією, біженцями визнаються особи відповідно до Женевської Конвенції про статус біженців. Альтернативні терміни: утікачі, шукачі притулку або особи, які потребують захист) (*Glossar der Neuen deutschen Medienmacher. Formulierungshilfen für die Berichterstattung im Einwanderungsland*).

Біженець – особа-іноземець або особа без громадянства, яка змушена рятуватися втечею і залишати місце свого проживання внаслідок певних подій через обґрунтований страх стати жертвою переслідувань за ознаками: політичних переконань, раси, релігії/віросповідання, національності, громадянства (підданства), через причини етнічного, економічного чи культурного характеру, належності до певної соціальної групи, особисті переслідування, внаслідок загрози її життю, безпеці чи свободі, унаслідок зовнішньої агресії, окупації, масових порушень прав людини, внутрішніх збройних конфліктів, через скрутне становище, приниження її честі і гідності; і не може чи не бажає повернутися до країни свого колишнього проживання внаслідок зазначених побоювань (*Мільо А.*).

Біженець внутрішній/вітчизняний/український – особа, яка внаслідок так званих «гібридних загроз», внутрішнього збройного конфлікту та зовнішньої окупації змушена рятуватися втечею і залишати місце свого проживання у межах своєї країни через обґрунтований страх стати жертвою переслідувань за ознаками: політичних переконань, раси, релігії/віросповідання, національності, громадянства (підданства), через причини етнічного, економічного чи культурного характеру, належності до певної соціальної групи, особисті переслідування, внаслідок загрози її життю, безпеці чи свободі, унаслідок зовнішньої агресії, окупації, масових порушень прав людини, внутрішніх збройних конфліктів, через скрутне становище, приниження її честі і гідності; і зможе повернутися до місця свого колишнього проживання після припинення таких загроз або коли її життю не загрожуватиме небезпека (*Мільо А.*).

Біженці та переміщені особи – категорії осіб, які після подій *Другої світової війни* були спеціально саме так визначені документами *Організації Об'єднаних Націй*. «Біженець» – це особа, яка покинула країну, громадянином якої вона є, чи попереднє звичне місце свого проживання, або особа, яка перебуває поза межами своєї країни чи звичного місця свого проживання і яка, незалежно від того, зберегла вона своє громадянство чи ні, стала жертвою нацистського чи ін. режимів, що брали участь у II світ. війні на боці гітлерівців, чи жертвою режимів, які допомагали Німеччині та її сателітам. Проблема біженців існувала і до II світ. війни, однак статус біженця не був юридично оформленим. Біженцями вважалися і вважаються нині також особи, які опинилися поза межами країн походження чи постійного місця проживання з причин расового, реліг. або етнічного характеру чи внаслідок політ. переконань (*Енциклопедія історії України / [за ред. В.М. Литвина]. – К. : Наукова думка, 2003.*).

Битва наративів – інтерпретаційна складова гібридної війни, або когнітивний вимір ведення гібридних воєнних дій реалізуються за допомогою дискурсивних вербально-семіотичних засобів; конфлікт інтерпретацій, під час гібридної війни використовується як різновид зброї поряд з іншими невійськовими компонентами гібридних дій (*Яворська Г.*).

«Братовбивство інформаційне» (англ. *information fratricide*); в українській традиції частіше за все це слово перекладають як «дружній вогонь», – результати застосування елементів інформаційних операцій таким чином, що це викликає ефекти у інформаційному середовищі, які заважають проведенню дружніх операцій чи негативно впливають на дружні сили. Бі переважно відбувається в результаті двох взаємопов'язаних проблем – відсутності координації на рівні структур та відсутності координації на рівні меседжів (власне контенту) (*Information Operations: Doctrine, Tactics, Techniques, and Procedures. Field Manual [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fas.org/irp/doddir/army/fm3-13-2003.pdf>*).

Взаємодія з цивільними – увесь особовий склад, який перебуває на дійсній службі або в резерві отримує повною мірою необхідну підготовку для здійснення взаємодії з цивільними та підтримки ЦВО. Така діяльність: (1) посилює взаємини між військовими та представниками місцевої влади у зоні відповідальності військ (сил); (2) надає можливість залучення цивільних експертів для підвищення ефективності ЦВО (*Army Doctrine Reference Publication No 6-22 (FM 6-22). Army Leadership. Headquarters. Department of the Army, Washington, DC, 10 September, 2015*).

Війна інформаційна – системні дії, що мають на меті досягнення переваг силовим способом через застосування інформаційних технологій за принципом «5 Д»: дезорієнтація, де мотивація, дезорганізація, деморалізація, дискредитація (*Карпенко В.*).

Війна гібридна (*І публічне визначення поняття*) – така форма протиборства, яка поєднує конвенціональні (традиційні) воєнні та невоєнні дії з неконвенційними, – співпрацею з напіввійськовими формуваннями на ворожій території, переміщенням на непідконтрольну ворогові територію радикальних терористів, руйнуванням інфраструктури, економічною війною, хакерськими атаками військової або фінансово-господарської спрямованості, проведенням інформаційних і психологічних операцій (*Mattis J. Future Warfare: The Rise of Hybrid Wars / J. Mattis, F. Hoffman [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://milnew.stbay.pbworks.com/f/MattisFourBlockWarUSNINov2005.pdf>*).

Війна гібридна – набір ворожих дій, за допомогою яких замість класичного масштабного воєнного вторгнення атакуюча сила прагне ослабити свого суперника різноманітними діями, у тому числі диверсійними розвідувальними операціями, саботажем, хакерськими атаками та підтримкою повстанських угруповань. Вона [гібридна війна] також може поширювати дезінформацію (у цільових і третіх країнах), чинити економічний тиск і погрожувати постачаннями енергоносіїв (*Popescu N. Hybrid tactics: neither new nor*

Війна гібридна – сучасна військова стратегія, яка поєднує одночасне застосування конвенційних мілітарних сил з використанням іррегулярних утворень, ведення дій у кіберпросторі, а також інформаційних операцій та засобів економічного і дипломатичного тиску на противника (*Світлова Гібридна війна: український фронт : [монографія] / [за заг. ред. В. П. Горбуліна]. – К. : НІСД, 2017*).

Війна гібридна – воєнні дії, що здійснюються шляхом поєднання мілітарних, квазімілітарних, дипломатичних, інформаційних, економічних, юридичних 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 (*Яворська Г.*).

Війна консієнтальна (лат. *conscientia* – свідомість) – «війна на ураження свідомості», що має на меті знищення ядерної людської здатності до вільної ідентифікації, тобто до самовизначення того, ким людина прагне бути й у рамках якої культурно-історичної традиції. Після знищення такої здатності людині може бути нав'язана або наведена будь-яка ідентифікація, яка з якихось причин потрібна ззовні. В результаті консієнтальної війни певні типи свідомості просто мають бути знищені. А носії цієї свідомості, навпаки, можуть бути збережені, якщо вони відмовляться від форм свідомості – предметів руйнування й ураження. Типи свідомості – предмети ураження в консієнтальній війні – мають бути витіснені за рамки цивілізаційних допустимих і прийнятних форм. Існують п'ять основних способів ураження та руйнування свідомості в консієнтальній боротьбі: 1) ураження нейро-мозкової системи людини, що призводить до зниження рівня функціонування свідомості (за допомогою хімічних речовин, отруєння повітря, їжі, випромінювання тощо); 2) зниження рівня організації інформаційно-комунікативного середовища, у якому існує свідомість, шляхом її дезінтеграції та примітивізації; 3) окультний вплив на організацію свідомості; 4) спеціальна організація та розповсюдження комунікативними каналами образів та текстів, які направлені на руйнування роботи свідомості (психотропна зброя); 5) руйнування способів та форм ідентифікації особистості щодо фіксованих спільнот, що призводить до зміни форм самовизначення та до деперсоналізації (*Крупнов Ю. В. Как Россия сможет предотвратить пятую мировую войну. Консиентальная война / Ю. В. Крупнов [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://kroupnov.ru/pubs/2005/02/09/10403>*).

Війна консієнтальна – війна, психологічна за формою, цивілізаційна за змістом та інформаційна за засобами, в якій об'єктом руйнування та перетворення є ціннісні установки народонаселення противника, в результаті чого первинні цілі замінюються вторинними, третинними та більш низькими, приземного рівня, з дещо збільшеною вірогідністю їхнього досягнення, ця

вірогідність, за рахунок економічних та інших матеріальних важелів впливу варіюється так, що досягнення цих цілей сприймається людиною як благо (Потехин В. *Современные концентрированные войны и национальная безопасность России* / В. Потехин [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.milresource.ru/Potekhin>).

Війна неоголошена – війна, що 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. 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 (Яворська Г.).

Війна семантична – вид концентрованої війни, коли йдеться про зміну концептуальних основ масової свідомості через свідомість лідерів думок, тобто свідомість інтелектуалів. Семантична війна це війна за зміну розумових установок. Семантична війна не надає переваги тому або іншому існуючому дискурсу, критикуючи, обмежуючи або знищуючи інший(інші) дискурс(-и). Семантична війна створює нові дискурси, і в цьому її принципова мета. У цьому сенсі семантична війна – це війна дискурсів на рівні розумових установок. Створюваний новий дискурс є перемогою тієї чи іншої розумової установки (Дацюк С. *Семантическая война против путинской России* / С. Дацюк [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://hvylyu.net/analytiks/society/semanticheskaya-voyna-protiv-putinskoy-rossii>).

Вигнанці – громадяни Німеччини або так звані «етнічні німці» (юридичний термін, Федеральний закон про переміщених осіб) та їх нащадки, які втратили місце свого проживання внаслідок подій Другої світової війни. Також, «Переселенці, примусово виселені із попереднього місця проживання», і визнані у правовому полі як вигнанці. Вигнанці, переселенці (вимушені) чи пізні переселенці із країн колишнього східного блоку мають законне право бути прийнятими у Німеччині. У ФРН вони, як правило, автоматично отримують так званий статус німця, після чого не вважаються іноземцями (*Glossar der Neuen deutschen Medienmacher. Formulierungshilfen für die Berichterstattung im Einwanderungsland*).

Гранднاراتив – позитивістська складова системи стратегічних комунікацій, спрямована на формування національної єдності, визначення зрозумілих національних цілей, гуртування населення, надання їм зрозумілих трактувань подій (пояснення реальності); метаісторія, спрямована передусім (але не виключно) на внутрішню аудиторію (Дубов Д.).

Громадськість – частина соціального оточення, яка своєю поведінкою може безпосередньо чи опосередковано впливати на успішну діяльність організації (Катлін С. М. *Паблік рилейшенз. Теорія і практика* / С. М. Катлін, А. Х. Центр, Г. М. Брум. – М. : Вільямс, 2000)

Дипломатія публічна – засіб, за допомогою якого відповідні держави впливають на установки і думки інших народів і урядів. Використання публічної дипломатії передбачає можливість відкритих звернень громадських організацій, діячів до аудиторій інших країн з метою роз'яснення цілей зовнішньої політики країни; комунікації між громадянським суспільством, неурядовими організаціями в інших країнах з питань організації культурних і громадських заходів за кордоном тощо (Галліон Е., 1965 р., під час заснування при Школі права та дипломатії імені Флетчера при Університеті Тафтс Центру публічної дипломатії імені Едварда Р. Мюрроу).

Дипломатія публічна (на національному рівні) – налагодження комунікації між безпековими відомствами та громадянським суспільством, особливо у демократіях, що знаходяться на початковому етапі розвитку, коли довіра громади до сектору безпеки має низький рівень завдяки стереотипу щодо силового блоку, як виключно до апарату примусу та покарання (Лапутіна Ю.).

Дискурс інституційний – стійка система статусно-рольових відношень, що склалася в комунікативному просторі життєдіяльності певного соціального інституту, має визначену систему обмежень, здійснює конструювання соціальних відносин у парадигмі *адресант* (соціальний інститут) – *адресат* (громадянське суспільство) (Юджо Л.).

Дискурс публічний (за умов інформаційної війни) – дискурс, що включає будь-яку публічну комунікацію (усі види медіа, соціальні мережі, публічні виступи, політичні дебати, офіційну частину дипломатичної активності). ДП є механізмом для обміну смислами, для конструювання ідентичностей і створення версій розуміння подій. Зрештою, публічний дискурс формує порядок денний для соціальних, політичних, воєнних та ін. подій.

Дискурс російсько-українського гібридного конфлікту – дискурс, продукування смислів, поширюваних медіа й соціальними мережами у зв'язку з російською агресією в Україні та її наслідками. 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 до глобального рівня дискурсу війни (Яворська Г.).

Дискурс толерантності – тип соціальної поведінки, всі складові якої орієнтовані на забезпечення гарантованого правопорядку, що реалізується в комунікативних стратегіях підтримки й позиціонування норм і цінностей громадянського суспільства, реалізації права бути «іншим»,

демонстрації активної громадянської позиції, попередження конфліктів (Юдко Л.).

Жанр тролінгу – жанр, за яким організуються комунікації, що мають на меті формування розбіжностей та підбурювання конфліктів в онлайн-овому середовищі в інтересах окремих інституцій або особистостей (Компанцева Л.).

Зв'язки з громадськістю – одна з функцій управління, яка сприяє встановленню та підтримці спілкування, взаєморозумінню, налагодженню співробітництва між організацією та громадськістю. Ця діяльність складається з таких напрямів: забезпечення керівництва інформацією про громадську думку; надання допомоги у розробці відповідних заходів; врахування інтересів громадськості; своєчасне передбачення тенденцій розвитку організації; використання досліджень та відкритого спілкування задля досягнення результатів (Rex Harlow *Definition of PR Flashcards [Електронний ресурс]*. – Режим доступу : <https://quizlet.com/99490373/rex-harlow-definition-of-pr-flash-cards>).

Зв'язки з громадськістю – це, у першу чергу, взаємини між керівництвом організації (а не всією організацією) та громадськістю (Grunig J.E., Hunt T. *Managing Public Relations* /J. E. Grunig, T. Hunt. – Holt, Rinehart and Winston, 1984).

Інтегрування гендерне (англ. *gender mainstreaming*) – оцінка впливів на жінок і чоловіків будь-яких запланованих дій, включно із законодавством, політикою чи програмами в усіх сферах на всіх рівнях. Це стратегія, за якої інтереси й досвід і жінок, і чоловіків є інтегральним виміром проектування, впровадження, моніторингу й оцінки політик і програм в усіх політичних, економічних і соціальних сферах так, щоби жінки і чоловіки на рівних користалися плодами цих політик і програм (Mainstreaming the Gender Perspective into All Policies and Programmes in the United Nations System ECOSOCAC, 1997).

Інституція сектору безпеки, чутлива до гендерних питань, – структура, що враховує різноманітні потреби щодо безпеки з боку чоловіків, жінок, хлопців і дівчат, а також забезпечує повну та рівноправну участь чоловіків і жінок (Бестік М. *Посібник щодо самооцінки з гендерних питань для поліції, збройних сил та сектору правосуддя* : [посібник] / М. Бестік. – Женева : ЦКЗС, 2011).

Інтолерантність – приниження гідності людини або спільнот, невизнання права бути «іншим»; демонстрація переваг власної ціннісної (особистісної, національної тощо) системи над іншими (Юдко Л.).

Кібератака соціальна – атака, що передбачає вплив під фальшивими претензіями або анонімно, або шляхом випуску маніпулятивного сигналу в соціальну мережу або маніпулювання існуючим сигналом для досягнення бажаних результатів – хаосу, паніки, масових розладів. Соціальна кібератака може включати в себе традиційне хакерство, поширення чуток (Lange-Ionatamishvili E., Svetoka S. *Strategic Communications and Social Media in the Russia Ukraine Conflict* / E. Lange-Ionatamishvili, S. Svetoka // *Cyber War in Perspective: Russian Aggression against Ukraine*. – Tallinn : NATO CCD COE Publications, 2015).

Комунікації кризові – комплекс заходів, що реалізуються державними органами України у кризовій ситуації і передбачають їх діалог із цільовою аудиторією з питань, що стосуються кризової ситуації (*Доктрина інформаційної безпеки України, затверджена Указом Президента України від № 47/2017 від 25.02.2017 р.*).

Комунікації стратегічні – сфокусовані Урядом США зусилля на розуміння та залучення (англ. *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 (*Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.dtic.mil/doctrine/new_pubs/jp1_02.pdf*).

Комунікації стратегічні – 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 (*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>*).

Комунікації стратегічні (стратком) – 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 (*Воєнна доктрина України, затверджена Указом Президента України № 555/2015 від 24.09.2015 р., Доктрина інформаційної безпеки України, затверджена Указом Президента України від № 47/2017 від 25.02.2017 р.*).

Комунікації стратегічні деструктивні – комунікативна діяльність суб'єкта, яка стратегічно орієнтована на інших людей, суспільні структури, або суспільство в цілому з метою порушення нормального функціонування особистості, суспільства, держави на довгострокову перспективу (*Компанцева Л.*).

Комунікації стратегічні конструктивні – комунікативна діяльність суб'єкта (держави, інституції тощо) щодо забезпечення взаємодії та вибудовування довгострокових формальних і неформальних зв'язків між різними структурами, інститутами, людьми з метою вирішення стратегічних завдань, спрямованих на позитивний суспільний результат (*Компанцева Л.*).

Комунікації урядові – комплекс заходів, що передбачають діалог уповноважених представників Кабінету Міністрів України з цільовою аудиторією з метою роз'яснення урядової позиції та/або політики з певних

проблемних питань (*Доктрина інформаційної безпеки України, затверджена Указом Президента України від № 47/2017 від 25.02.2017 р.*).

Комунікування діями – загальна базова позиція для дійсно ефективних стратегічних комунікацій, спрямована на зменшення розриву в конструкції *say – do*. КД передбачає демонстрацію певної позиції у відповідь на дії партнера по комунікації низкою заходів (поведінкою, вчинками, політикою тощо) (*Дубов Д.*).

Контрнарратив – сюжетна історія, яка запускається для нейтралізації ворожого інформаційного впливу (*Покальчук О.*).

Конпродукція контенту – виконання функції коментатора, репортера, фотокореспондента та/або редактора (модератора) певного сервісу або контенту самими користувачами.

Координація діяльності в системі ЦВС – координація діяльності з усіма гравцями в зоні конфлікту та на всіх рівнях: місцевими адміністраціями, цивільними організаціями та населенням з метою об'єднання зусиль для оптимального та ефективного використання усіх можливих ресурсів (*Цивільно-військове співробітництво за стандартами НАТО : [навчальний посібник]. – К. : НУОУ імені Івана Черняхівського, 2015*).

«Лінзи гендерні» – можливість у будь-якому явищі, проекті, програмі, артефакті побачити відмінності між ситуацією для жінок і чоловіків і визначитися, чи веде вона до нерівності (*Суслова О.*).

Мегатренди – глобальними тенденціями, що притаманні всьому світу, фіксують особливості комунікативних практик сучасного суспільства. Працювати на веб-хвилі – створювати інтерактивні комунікації, розповсюджувати ідеї від однієї мережевої спільноти до іншої за принципом хвилі (*Нейсбит Д. Мегатренды / Д. Нейсбит. – М.: ООО «Издательство АСТ»; ЗАО НПП «Ермак», 2003*).

Мем – ефективний реплікатор стислої інформації, який підтримує еволюційний алгоритм, що ґрунтується на трьох складових – а) *варіативності* (історії рідко розповідаються однаково, кожна бесіда унікальна, і коли передаються мему, копіювання не завжди тотожне; історія трохи прикрашається кожного разу, коли розповідається); б) *виборі* (деякі спогади захоплюють увагу, вірно запам'ятовуються і передаються іншим людям, а інші не можуть копіюватися взагалі. Передаються ті мему, в яких є оригінальна і чомусь корисна для реципієнта складова); в) *наслідуванні* (мем має бути гідним для вивчення кимось іншим як приклад) (*Покальчук О.*).

Мемплекс (коадаптований мем-комплекс, спеціальний пакет мемів) – група мемів, що утворює систему, ефективно самовідтворюється; мему всередині мемплекса можуть краще реплікуватися, ніж поодиночі. Наприклад, мему «русского міра» чи ІДІЛ, які поодиночі не витримують жодної критики,

існують і розвиваються тому, що інформаційно зчеплені з собі подібними (Покальчук О.).

Мережа адаптивна пізнавальна – мережа, яка базується не на фізичному формуванні взаємин, а на природній когнітивній (пам'ять, пізнання) структурі. Наприклад, якщо відвідувач згадає ім'я друга, мережа вибудує когнітивний зв'язок серед кількох комунікантів. Когнітивні мережі можуть бути перебудовані противником після видалення акантів (Shaheen J. *Network of Terror: How DAESH Uses Adaptive Social Networks to Spread its Message* / J. Shaheen. – Riga : NATO Strategic Communication Centre of Excellence, 2015).

Мережа соціальна – 1) спільнота постійних користувачів певного мережевого ресурсу, «коло своїх», що об'єднані нормами і спільністю цілей комунікації; 2) будь-яка технологія, що використовується в інтернеті для полегшення спілкування між людьми. В інтернет-комунікації соціальні мережі розглядаються як мовні спільноти, яким притаманні такі комунікативно-прагматичні та лінгвокогнітивні ознаки: а) власна мережа впливає на думку споживачів інформації набагато більше, ніж думка експертів у будь-якій галузі; б) ідентифікація особистості за принципом – *скажи, з якої ти мережі, і я скажу, хто ти*; в) зсув від вертикального до горизонтального виміру в організації комунікації; г) сегментування аудиторій; д) добровільне лавиноподібне розширення контенту; створення веб-хвиль; е) зміна статусу споживача інформації, що може бути представлено формулою «From sender and to receiver wreaders or prosumers (Web 2.0)»; ж) конпродукція контенту; з) вебціонування бренду/репутації (*Web + акціонування*); і) наявність потоку ресурсів між акторами; к) наявність горизонтальних зв'язків, коаліцій та кластерів (Компанцева Л.).

Мобілізаційність комунікацій – створення комунікацій, що викликають суспільний інтерес і потенційно можуть привести до колективних дій у реальному просторі (Компанцева Л.).

Мова гібридна гібридної війни – використання для опису однієї дійсності слова з іншої дійсності. Така підміна на рівні інформації дозволяє змінювати дійсність і на фізичному рівні, створюючи її новий аналог в умах телеглядачів. Дійсність 1 перекодується в Інформацію 2, щоб на її базі людина побачила нову дійсність – Дійсність 2. Мета такого опису – створити нову дійсність. У такій новій гібридній дійсності можна здійснювати різноманітні операції – додавати будь-які факти, які відповідатимуть гібридній дійсності, а не фізичній реальності. У таких умовах реальність втрачає свій визначальний статус, передаючи його інформаційній реальності, меседжі якої перемагають будь-які альтернативи (Почепцов Г. Г. *Гібридно-інформаційна війна породжує гібридну дійсність* / Г. Г. Почепцов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://psyfactor.org/psyops/hybridwar8-3.htm>).

Моделі організації зв'язків із громадськістю: а) «прес-посередництво» або «друкована агітація». Нею передбачено застосування методів пропаганди з використанням будь-яких засобів для привертання уваги громадськості та створення тиску на суспільну думку; б) інформуванням суспільства, створенням необхідності регулярної роботи зі ЗМІ. При цьому інформація від

відомства має бути точною, правдивою та обов'язково позитивною для замовника (*Ланутіна Ю.*)

М'яка сила (англ. *Soft Power* – *м'яка сила, м'яка влада, м'яка міць*) – концепція, розвинена Джозефом Найсмом для опису можливості отримати бажане через співробітництво і привабливість на відміну від «твердої сили», тобто застосування примусових заходів або прямої оплати. Під «м'якою силою» мається на увазі здатність держави домагатися своїх цілей за рахунок привабливості власної культури, суспільно-політичних цінностей – на противагу «жорсткій сили», ґрунтованій на воєнному і економічному тиску.

Налагодження комунікації (діалогу) (для забезпечення ЦВС) – фундаментальний напрямок ЦВС, який найчастіше здійснюється через центри ЦВС, обладнані поза межами дислокації військових частин та підрозділів, доступ до яких відкрито для місцевого населення та представників цивільних організацій. Комунікація відбувається шляхом координаційних зустрічей, під час звернення громадян тощо (*Цивільно-військове співробітництво за стандартами НАТО : [навчальний посібник]. – К. : НУОУ ім. Івана Черняхівського, 2015.*)

Наратив – короткий опис історії командира, яка використовується для візуалізації ефекту, якого командир хоче досягти в 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 (*Strategic Communications and National Strategy. Chatham House Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.chathamhouse.org/sites/files/chathamhouse/public/Research/International%20Security/r0911_stratcomms.pdf*).

Наратив стратегічний – спеціально підготовлений текст, призначений для вербального викладення у процесі стратегічних комунікацій з метою інформаційного впливу на цільову аудиторію (*Доктрина інформаційної безпеки України, затверджена Указом Президента України № 47/2017 від 25.02.2017 р. . [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/472017-21374>*).

Наратив стратегічний (*гранднاراتив, мастер-наратив*) – переконлива сюжетна лінія, 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 (*Баровська А.*).

Наратив – 1) опис подій, що може бути використаний як приклад; 2) методика виявлення прихованих закономірностей і послідовностей події, прихованих за суб'єктивним баченням наратора-очевидця (*Покальчук О.*).

Обмін інформацією (зادля забезпечення ЦВС) – одна з функцій ЦВС для забезпечення командира достовірною, оновленою інформацією щодо діяльності цивільних гравців, організацій, які мають або можуть мати вплив на хід операції. Обмін інформацією відбувається також на рівні місцевих адміністрацій та органів управління, міжнародних організацій, урядових та

неурядових організацій з метою створення сприятливих умов для планування та координації їх діяльності з діяльністю військового компонента. Обмін та поширення інформації відбувається через ЗМІ, радіо та телебачення з метою інформування місцевого населення та інших представників цивільного сектору щодо присутності та діяльності військових для запобігання протидії з їх боку (*Цивільно-військове співробітництво за стандартами НАТО : [навчальний посібник]. – К. : НУОУ ім. Івана Черняховського, 2015*).

Оголошення війни – мовний і водночас соціальний акт. Це словесна формула, яка є політичною дією, що спричиняє перехід до нового стану справ у реальній дійсності. Суб'єктом оголошення війни може виступити лише політичний лідер, тобто політик, наділений відповідною владою, або інституція (уряд). На рівні дискурсу суб'єктами дії виступають держави, які «оголошують» війни (*Яворська Г.*).

Операція інформаційна – сукупність основних можливостей радіоелектронної війни, комп'ютерних мережних операцій, психологічних операцій, воєнних дій та операцій по забезпеченню безпеки з метою впливати, руйнувати, спотворювати інформацію, необхідну для прийняття супротивником рішень, а також захисту власної інформації (*Горбулін В. П. Інформаційні операції та безпека суспільства: загрози, протидія, моделювання : [монографія] / [В. П. Горбулін, О. Г. Додонов, Д. В. Ланде]. – К. : Інтертехнологія, 2009*).

Операція інформаційна – використання інформації проти людського інтелекту, поділяються за такими категоріями: операції проти волі нації; операції проти командування суперника; операції проти ворожих військ; операції проти національних культур (*JP 3-13, Information Operations*).

Операції інформаційні – дії, вжиті організованими акторами (урядами або недержавними суб'єктами) задля спотворення внутрішніх або зовнішніх політичних настроїв, найчастіше для досягнення стратегічного та / або геополітичного результату. Ці операції можуть використовувати комбінацію методів, таких як фейкові новини, дезінформація, фейкові акаунти, спрямовані на маніпулювання громадською думкою (*New Trends in Social Media. – Riga : NATO Strategic Communication Centre of Excellence, 2016*).

Операції психологічні – сплановані операції, що передають обрану інформацію та показники зарубіжній цільовій аудиторії, щоб впливати на її емоції, мотиви, обґрунтування цілей, і перш за все – на поведінку іноземних урядів, організацій, груп та індивідуумів. Їхня мета – створити у нейтрально, дружньо чи вороже налаштованих іноземних групах людей емоції, ставлення чи потрібну поведінку, що підтримують досягнення національних цілей США та воєнної місії. В цьому процесі психологічні операції впливають не лише на політику та ухвалення рішень, а й на здатність керувати державою та військовим сектором, бойовий дух, готовність підкорятися наказам і надавати підтримку. Комбінування продукції психологічних операцій та дій формує в обраної цільової аудиторії поведінку, що підтримує завдання національної

політики Сполучених Штатів та наміри командування на стратегічному, оперативному та тактичному рівнях (*FM 3-05.301 Psychological Operations Tactics, Techniques, and Procedures. – USA, 2003 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://fas.org/irp/doddir/army/fm3-05-301.pdf>*).

Операція цивільно-військова (ЦВО) – діяльність командира з метою налагодження, підтримання відносин, здійснення впливу чи прагматичного використання відносин між військовими, урядовими та неурядовими цивільними організаціями, представниками влади, цивільним населенням на території проведення операції з позитивним, нейтральним або ворожим ставленням до військової присутності. Це здійснюється для полегшення військових операцій, консолідації зусиль та досягнення оперативних цілей США. ЦВО може здійснюватися визначеними цивільними гравцями, іншими військовими або поєднанням цих компонентів (*Army Doctrine Reference Publication No 6-22 (FM 6-22). Army Leadership. Headquarters. Department of the Army, Washington, DC, 10 September, 2015*).

Організація міжнародна – міжурядова, регіональна чи світова організація, яка керується міжнародним правом і створюється групою держав на основі міжнародних угод (ООН, ОБСЄ, ЄС, СОТ) (*Цивільно-військове співробітництво за стандартами НАТО: [навчальний посібник]. – К.: НУОУ ім. Івана Черняхівського, 2015*).

Організація неурядова – приватна, неприбуткова організація, яка не належить жодному з урядів та може створюватися на місцевому, регіональному чи міжнародному рівнях. Проте, в порівнянні з міжнародними організаціями, НУО вирішують менші за масштабом завдання, мають менший бюджет та можливості, але водночас є більш гнучкими у процесі прийняття рішень та можливості розгортання (мобільності). Найвідомішими є «Лікарі без кордонів», «Права людини», МКЧХ та багато інших (*Цивільно-військове співробітництво за стандартами НАТО: [навчальний посібник]. – К.: НУОУ ім. Івана Черняхівського, 2015*).

Організація урядова – організація, що фінансово залежать від спонсоруючих їх урядів, чії зусилля вони підтримують у зоні проведення операції. Їх діяльність вузькоспрямована – сфера управління, охорони здоров'я, економічного розвитку, відновлення інфраструктури, освіти тощо (*Цивільно-військове співробітництво за стандартами НАТО: навчальний посібник. – К.: НУОУ ім. Івана Черняхівського, 2015*).

Особи внутрішньо переміщені (англ. *internally displaced persons IDPs*) – особи, групи осіб, яких змусили кинути або покинути свої домівки або місця звичайного проживання, в тому числі в результаті або щоб уникнути наслідків збройного конфлікту, повсюдних проявів насильства, порушень прав людини, стихійних або викликаних діяльністю людини лих, і які не перетинали міжнародно визнані державні кордони (док. ООН E/CN.4/1998/53/Pr.2).

Особа внутрішньо переміщена – громадянин України, іноземець або особа без громадянства, яка перебуває на території України на законних підставах та має право на постійне проживання в Україні, яку змусили залишити або покинути своє місце проживання в результаті або з метою

уникнення негативних наслідків збройного конфлікту, тимчасової окупації, повсюдних проявів насильства, порушень прав людини та надзвичайних ситуацій природного чи техногенного характеру (*Закон України «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб», затверджений Указом Президента України № 1972-VIII від 23.03.2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1706-18>*).

Особи переміщені, вигнанці (нім. *Vertriebene*; за визначенням ООН – *displaced people*) – особи, які внаслідок збройних конфліктів, порушень прав людини, природних катастроф чи катаклізмів були змушені покинути свою батьківщину, однак не перетинали міжнародно визнаний державний кордон; відповідно до тлумачення ООН, DPс є внутрішніми біженцями. Історичне поняття, пов'язане з історією Німеччини, вживається передусім на позначення колишніх в'язнів концентраційних таборів, полонених/ув'язнених та висланих на примусові роботи після Другої світової війни) (*Glossar der Neuen deutschen Medienmacher. Formulierungshilfen für die Berichterstattung im Einwanderungsland*).

Особи переміщені – ті, хто заходами нацистського режиму були вислані з країн свого громадянства або попереднього місця проживання з расових, реліг. чи політ. мотивів іно вивезені з метою використання їх як дешевої робочої сили. Окрім дорослих, певну ч. осіб, які опинилися поза межами своїх країн, складали діти-сироти, які також формально вважалися біженцями. Особи з тер. України склали значну ч. контингенту переміщених осіб – понад 200 тис. осіб. Справами Б. та п. о. спочатку відала ств. 1943 *Адміністрація допомоги і відбудови Об'єднаних Націй*, 1948 її замінила *Міжнародна організація у справах біженців*. Від 1951 й понині функціонує Управління Верховного комісара ООН у справах біженців. Розв'язання проблем біженців регулюється нині принципами й нормами гуманітарного права, спрямованими, з одного боку, на обмеження засобів і методів ведення війни, а з ін. – на захист прав людини в умовах збройних конфліктів, а також нормами, що передбачають кримінальну відповідальність за порушення законів і звичаїв ведення війни (*Енциклопедія історії України / [за ред. В. М. Литвина]. – К. : Наукова думка, 2003*).

Плюралізм нарративів – незліченна кількість «малих нарративів», які повсякчас виникають та зникають (*Ліотар Ж.-Ф. Енциклопедія постмодернізму / Ж.-Ф. Ліотар. – К. : Основи, 2003*).

Політика гендерна – політика, спрямована на досягнення рівного правового статусу жінок і чоловіків та рівних можливостей для його реалізації, що дозволяє особам обох статей брати рівну участь у всіх сферах життєдіяльності суспільства (*Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків», затверджений Указом Президента України № 1263-VII (1263-18) від 13.05.2014 р. Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2866-15>*).

Політика гендерна маніпулятивна – політика, яка використовує гендерні стереотипні уявлення, міфи, упередження тощо з метою маніпуляції суспільною думкою для досягнення політичних цілей (*Суслова О.*).

Пропаганда – будь-які форми ворожого комунікування (англ. *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 (*JP 3-13.2 Psychological Operations, 2010*). 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» (*Дубов Д.*).

Проекти тотального соціального зомбування – проекти, мета яких – здійснення масштабного впливу на свідомість людей шляхом застосування вербальних та невербальних прийомів сугестії (*Снитко О.*).

Робота інформаційна з населенням – системна організація комунікацій у парадигмі «виконавчі органи всіх рівнів національної структури державного управління – громадяни» у межах національної території України та певного окремо взятого регіону (*Карпенко В.*).

«Світ спроектований» (англ. *projected world*) – світ, що породжується внаслідок проектування дійсності на семантику природної мови. Він відрізняється від світу об'єктивної дійсності специфікою конкретних проявів культури. У мисленні людини існує єдиний концептуальний рівень, а вербалізовані концепти є семантичними сутностями в мові. Вербалізовані знання формують мовну картину світу, під якою розуміється відображення в семантиці мови ширшої концептуальної картини, яка є глобальною, цілісною системою інформації (думок та знань) про універсум, якою володіє людина, і яка безперервно конструюється (*Jackendoff R. What is a Concept? / R. Jackendoff // Frames, Fields, and Contrasts. New Essays in Semantics and Lexical Organisation. – Hillsdale, 1992*).

Співробітництво цивільно-військове – одна з функцій військового компонента, є невід'ємною частиною сучасних багатовимірних операцій (англ. *multidimensional operations*), охоплює усі співпрацюючі сторони, задіяні у вирішенні конфлікту, та сприяє взаємній підтримці цивільного та військового компонентів. Головний задум такої взаємодії – досягти мети, поставленої та очікуваної всіма сторонами, з урахуванням інтересів місцевого населення, усіх цивільних гравців (представників міжнародної спільноти, міжнародних та неурядових організацій), і, в тому числі Альянсу. Запорукою успіху такого співробітництва буде розуміння особливостей процесу планування та діяльності кожної зі сторін. На тактичному рівні військові виконують завдання ЦВС, сприяючи військовим зусиллям безпосередньо у районі виконання завдань (*Handbook Civil-Military Co-operation. – CCOE Publications, Netherlands, 2012*).

Спільноти інтернету – соціальні мережі, об'єднані на підґрунті певних настанов. Чим міцніші соціальні зв'язки між людьми, тим активніше вони спілкуються один з одним, використовуючи всі доступні медіа. Концепція соціальних мереж показує, що соціальна комунікація в інтернеті доповнює й розширює традиційну соціальну поведінку: чим активніше люди ведуть себе у спільноті, тим більше вони спілкуються в міжособистісній формі, і чим тісніше їхні контакти, тим частіше й

«інтимніше» вони користуються електронною поштою та іншими медіа для спілкування (*Компанцева Л.*).

«Спираль мовчання» – маніпулятивна технологія, що дає можливість демонструвати народну підтримку на підтвердження певних рішень, які, насправді, є штучно створеною ілюзією: якщо люди вважають, що вони в меншості, то уникають публічного висловлення своєї думки. Отже, чим більше акаунтів користувачів пропагують ту чи іншу ідею, тим більше людей прийме її як правильну та адекватну – і тим менше людей висловить альтернативну думку. Другий фактор підсилює перший, і таким чином утворюється безперервний цикл відтворення і популяризації певної ідеї (*Нестеренко С.*).

Стратегія комунікації (у менеджменті) – результат вибору і формування вектора спрямованості комунікаційної діяльності організації; концепція, програма, генеральний курс суб'єкта управління щодо визначення і досягнення ним основних цілей організації у сфері стратегічного управління; розрахована на перспективу комунікативна політика, що забезпечує досягнення довгострокових цілей організації (*Пелешенко Л.*).

Стратегія публічної дипломатії (англ. *public diplomacy*) – комплекс комунікативних дій, спрямованих на досягнення позитивного результату на основі добровільної взаємодії адресанта та адресата комунікації (ІСБО – громадянського суспільства/державних органів тощо), а не примусу (*Юдко Л.*).

Сугеренд – суб'єкт, на якого спрямований сугестивний (впливовий в обхід раціонального мислення) дискурс (*Слухай Н.*).

Технологія «жінки-миротвориці» – маніпулятивна технологія використання жінок у соціально «непривабливих» ситуаціях, зокрема: прикраса першої п'ятірки виборчих списків; жінки як спікери непопулярних і поганих новин; «радиці без порад», коли призначення жінок є лише фасадом бездіяльності; жінки як щити у масових заворушеннях (*Суслова О.*).

Технологія «психосоматика» – маніпулятивна гендерна технологія, в основі якої – реакція на емоційне переживання, що супроводжується функціональними змінами і патологічними порушеннями в органах, зокрема зниження критичного ставлення до світу і всього, що в ньому відбувається, через специфічні «збудники» та реакцію на них. Як результат: після тривалої монотонної діяльності здатність мозку адекватно оцінювати і аналізувати знижується. Наприклад: «вишивальні забіги» та інші форми «громадської діяльності» сьогодні є широко розповсюдженими в Росії (*Суслова О.*).

Толерантність (англ. *Tolerance*) – здатність до визнання або справжнє визнання та повага вірувань і звичаїв інших людей (*Юдко Л.*).

Толерантність нульова (англ. *Zero Tolerance*) – стратегія упередженого ставлення органів правопорядку до правопорушень різного рівня та правопорушників, зокрема потенційних, що передбачає

максимально можливі згідно з законом обмеження і санкції. В Україні стратегія нульової толерантності була оголошена по відношенню до проявів корупції (*Юоко Л.*).

Тролінг (англ. *trolling*) – розміщення в інтернеті провокаційних повідомлень з метою викликати конфлікти між учасниками, образи, війну редагувань, марнослів'я тощо.

Тролінг гібридний – інструмент інформаційної війни, що має на меті: вплив на політику інших урядів; підрив довіри до лідерів та державних установ у країні; розрив її стосунків з іншими націями; дискредитація та послаблення урядових та неурядових опонентів; зміна системи суспільних цінностей держави-мішені, заміщення їх цінностями держави-агресора (*Internet Trolling as a Hybrid Warfare Tool: the Case of Latvia. – Riga : NATO Strategic Communication Centre of Excellence, 2016.*

Фейк (англ. *Fake*) – підробка, фальсифікація. Для порівняння: *фейкова сторінка, фейковий акаунт, фейковий сайт* тощо. За умов гібридних війн фейкова інтренет-продукція розглядається як складова інформаційних операцій (*New Trends in Social Media. – Riga : NATO Strategic Communication Centre of Excellence, 2016.*

DEER-процес (англ. *Dissemination – Deletion – Evolution – Expansion – Replenishment*) – методологія використання ІДІЛ соціальних мереж для пропаганди тероризму, яка передбачає такі етапи: 1) поширення публічної пропаганди (англ. *Dissemination of public propaganda*); 2) видалення або призупинення противником (англ. *Deletion or suspension by adversary*); 3) еволюція (мережі) структури або методів (англ. *Evolution of (network) structure or methods*); 4) розширення впливу або методів (англ. *Expansion of influence or methods*); 5) поповнення акаунтів та ресурсів (англ. *Replenishment of accounts and resource*). DEER-процес дав можливість ІДІЛ створити інфраструктуру, здатну завдати шкоди соціальним мережам противника, адаптуватися до будь-яких змін та підтримувати терористичну присутність в інтернеті (*Shaheen J. Network of Terror: How DAESH Uses Adaptive Social Networks to Spread its Message / J. Shaheen. – Riga : NATO Strategic Communication Centre of Excellence, 2015.*),

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Баровська А. В. – кандидат наук з державного управління, головний консультант відділу інформаційної безпеки та розвитку інформаційного суспільства, Національний інститут стратегічних досліджень.

Бондаренко О. О. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри російської філології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Васюкова Н. В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри підготовки миротворчого персоналу Навчально-наукового центру міжнародної миротворчої діяльності, Національний університет оборони України імені Іван Черняховського.

Гай М. О. – офіцер запасу (оперативний резерв 95-бригади), учасник АТО у складі Першого добровольчого батальйону НГУ імені Кульчицького, заступник голови Ради резервістів при Генеральному штабі Збройних Сил України, керівник благодійного фонду Мир і КО, викладач акторської майстерності та майстерності телеведучого на телеканалі СТБ, актор театру і кіно.

Гречка С. О. – студент, Інститут філології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Дубов Д. В. – доктор політичних наук, старший науковий співробітник, завідувач відділу інформаційної безпеки та розвитку інформаційного суспільства, Національний інститут стратегічних досліджень.

Заруба О. Г. – кандидат військових наук, доцент, доцент кафедри, Національна академія Служби безпеки України.

Карін Ю.Д. – полковник запасу Збройних Сил України, учасник миротворчих операцій, провідний експерт Центру військово-політичних досліджень, координатор групи «Інформаційний Спротив», головний редактор інтернет-ресурсу «Інформаційний Спротив».

Карпенко В. М. – літератор, військовий перекладач, дослідник у галузі інформаційних технологій, ведучий та експерт радіопрограм на Українському радіо, волонтер.

Компанцева Л. Ф. – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри, Національна академія Служби безпеки України.

Копитько О. В. – координатор підрозділу «Інформаційний Спротив-Харків», експерт Центру військово-політичних досліджень з соціально-гуманітарного виміру гібридної війни, керівник проєкту «Світлофор», очолював Інформаційно-аналітичний центр РНБО України (2014 р.).

Лапугіна Ю. А. – кандидат психологічних наук, заступник начальника Департаменту контррозвідального захисту інтересів держави у сфері інформаційної безпеки Служби безпеки України.

Мільо А. В. – старший викладач кафедри теорії та практики перекладу, Національна академія Служби безпеки України.

Нестеренко С. В. – консультант з інформаційно-психологічної безпеки, технологій психологічного впливу та кібербезпеки. Шеф-редактор інтернет-видання «Безпека і Закон».

Патола В. Б. – начальник відділення служби і роботи з особовим складом редакції газети «Прикордонник України», Державна прикордонна служба України.

Пелепейченко Л. М. – доктор філологічних наук, професор, Національна академія Національної гвардії України.

Покальчук О. В. – соціальний психолог, тренер-консультант з проблем стратегічних комунікацій та інституційного спілкування, член Національної спілки письменників України.

Слухай Н. В. – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри російської філології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Снитко О. С. – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри російської філології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Суслова О. І. – голова правління «Інформаційно-консультативний жіночий центр».

Тимчук Д. Б. – підполковник запасу Збройних Сил України, керівник Центру військово-політичних досліджень, координатор групи «Інформаційний спротив», народний депутат України, член Комітету Верховної ради України з питань національної безпеки і оборони.

Юдко Л. В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри теорії та практики перекладу, Національна академія Служби безпеки України.

Яворська Г. М. – доктор філологічних наук, професор, завідувач відділу, Національний інститут стратегічних досліджень.

Наукове видання

**СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ
В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ:
ПОГЛЯД ВІД ВОЛОНТЕРА
ДО НАУКОВЦЯ**

монографія



робимо якісний друк доступним

Підписано до друку 06.08.2018. Формат 60x84 1/16.
Папір офсетний. Друк цифровий. Ум. друк. арк. 30,11.
Тираж 200 прим.

Віддруковано в Видавництві ТОВ «Аграр Медіа Груп»
04080, м. Київ, вул. Новокостянтинівська, 4А
Тел.: 044 361 53 06, e-mail: info@agrarmedia.com
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців ДК №3651 від 22.12.2009
www.agrarmedia.com