

Навчально-науковий інститут філології та журналістики
ТНУ ім. В. І. Вернадського

СУЧАСНА ЖУРНАЛІСТИКА І ГІБРИДНА ВІЙНА: ВИКЛИКИ, МІСІЯ, ПЕРСПЕКТИВИ

МАТЕРІАЛИ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

18 квітня 2018р

Навчально-науковий інститут філології та журналістики:
ТНУ ім. В. І. Вернадського

МАТЕРІАЛИ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

Сучасна журналістика і гібридна війна: виклики, місія, перспективи

18квітня 2018р

Київ

СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ Й ВИКЛИКИ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ: УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ

ЗИКУН Н. І.

Університету ДФС України

e-mail: nzykun@ukr.net

м. Ірпінь

Узагальнюються наукові підходи до визначення поняття стратегічних комунікацій. Аналізуються ключові проблеми формування системи стратегічних комунікацій в Україні. Визначаються завдання розвитку окремих її елементів, зокрема, зв'язків зі ЗМІ. Обґрунтовується доцільність активізації різних рівнів системи стратегічних комунікацій (національних, регіональних, міжнародних) суб'єктами реалізації Доктрини інформаційної безпеки України, важлива роль ЗМК у досягненні загальних цілей захисту інтересів Української держави.

Ключові слова: стратегічні комунікації; система стратегічних комунікацій, зв'язки зі ЗМІ, ЗМК.

Постановка наукової проблеми. Сучасний світ стрімко втрачає звичні обриси, змінюється у відповідь на загострення силового протистояння і збільшення кількості конфліктів і терористичних актів. Нині очевидним є

зростання ролі інформаційного протистояння для досягнення військово-політичних і економічних цілей. Фактом нашого часу, який не можна ігнорувати, стало й загострення протистояння через небажання окремих учасників міждержавної взаємодії дотримуватися демократичних принципів і стандартів. Це неминуче тягне за собою пошук нового ефективного інструментарію прийняття рішень на міжнародному рівні, у міждержавному спілкуванні. Це зумовлює невідкладність вироблення державами нових національних стратегій, коригування свого іміджу, зміну арсеналу дипломатичних засобів і інструментів (громадської дипломатії, кібердипломатія тощо); формування нових форматів і стандартів медіадіяльності.

Відтак важливим сегментом внутрішньо-державних і міжнародних інформаційних обмінів стають стратегічні комунікації. Актуалізаторами стратегічних комунікацій та каталізаторами системного їх розвитку на

українських теренах став, зокрема, перехід низки інформаційних війн РФ проти України у затяжну гібридну війну, важливою зброєю масового ураження якої є інформація, маніпулювання нею.

Аналіз досліджень проблеми. В українській практиці стратегічні комунікації розглядаються у декількох аспектах: як напрям державної політики; як експертно-аналітична діяльність; як відповідний напрям підготовки фахівців [15, с. 37]. Явище є активно досліджуваним в українському науковому дискурсі і має солідну бібліографію: А. Баровська (досвід НАТО у просуванні стратегічних комунікацій); Д. Дубов (аналіз поняття на концептуальному рівні, встановлення відмінностей між стратегічними комунікаціями і пропагандою; кіберпростір та національні інтереси України); В. Ліпкан (поняття та структура стратегічних комунікацій); Г. Почепцов (визначення ключових характеристик стратегічних комунікацій); Є. Тихомирова (інституціональний вимір стратегічних комунікацій Європейського Союзу); Т. Сівак (передумови становлення системи стратегічних комунікацій у державному управлінні). Предметом наукової уваги ставали й окремі складові стратегічних комунікацій: публічна дипломатія (С. Гуцал); інформаційні операції (О. Литвиненко, В. Панченко); війна стратегічних наративів (М. Ожеван) та інші.

Результатом достатньо повної вивченості поняття на науково-теоретичному рівні стало видання в Україні 2016 року лексикографічної праці, у якій акумулюються основні поняття і терміни сфери стратегічних комунікацій – як апробовані у процесі реалізації інформаційної політики, так і авторські неологізми [16].

Нині стратегічні комунікації, що кваліфікуються як «протидія пропаганді» [17], а у деяких державах (зокрема, Китай) як її більш ефективний заміник [4, с. 12], активно переходять із теоретичної площини у практичну, стаючи ефективним механізмом підтримки дипломатичних зусиль держави, формування позитивного її іміджу.

Однак досі недостатньо дослідженим залишається роль ЗМК у реалізації завдань стратегічних комунікацій, зокрема формування

позитивного іміджу Української держави, і необхідність модернізації сфери, що і стало метою статті.

До завдань дослідження відносимо уточнення дефініції поняття «стратегічні комунікації»; з'ясування ролі нового напрямку у формуванні загальнодержавного іміджу; дослідження ролі ОМІ в досягненні ефективності міжнародних стратегічних комунікацій, зокрема в умовах гібридної війни.

Викладення основного матеріалу. Семантичне наповнення терміна «стратегічні комунікації» після першого згадування у 1966 р. у контексті діяльності американського військового відомства дещо змінюється. Варто підкреслити, що, незважаючи на повсюдне активне використання терміна від початку ХХІ ст., з огляду на низку чинників [8, с. 10–11; 5], поки що не вироблене уніфіковане його визначення. Простежуються певні локальні його змістові акценти: в американському дискурсі воно чітко корелюється із діяльністю військового відомства; у європейських дослідженнях терміном подеколи позначаються будь-які комунікативні дії [8, с. 17]; розмитими є дефініції в російській науці – із розумінням стратегічних комунікацій як максимально широкого охоплення діяльності, спрямованої на досягнення стратегічних цілей, необхідності синхронізації дій організації для вирішення поставлених завдань, просуванням чи зміною культурних (ідеологічних) цінностей у свідомості цільових аудиторій, покращення іміджу держави [3, с. 137], із визнанням можливості широкого застосування «універсальних» принципів і підходів стратегічних комунікацій в економічній сфері [4, с. 7–8]. Не позбавлені суперечності й позиції окремих українських авторів [16].

Різні підходи до розуміння змістового наповнення номінації зумовили й різні граматичні її варіанти: у російському дискурсі термін переважно використовується у формі однини – «стратегічна комунікація», що автоматично перетворює стратегічні комунікації на складову комунікації загалом. Натомість американські автори (Р. Брукс) визнають, що термін більшою мірою відноситься до «стратегії», аніж до «комунікацій»

[цит. за: 3, с. 137], українська дослідниця Л. Пелепейченко підкреслює, що термін «стратегічні комунікації» не ідентичний термінам «суспільні комунікації», «соціальні комунікації» чи іншим, у яких ключовим є комунікативний аспект взаємодії [12, с. 36].

Стратегічні комунікації, як «координовані дії, меседжі, зображення та інші форми сигналів або участі, що призначені інформувати, впливати чи переконувати цільові аудиторії у підтримці національних цілей» [цит. за 8], відповідно до підходів НАТО, об'єднують майже два десятки складових, згрупованих вітчизняними дослідниками у такі блоки, як: інтеракціоністський (публічна дипломатія; залучення ключових лідерів до проведення інформаційних заходів; зв'язки зі ЗМІ, з органами державної влади, з громадськістю; внутрішня комунікація); інформаційно-психологічний (інформаційні, психологічні, спеціальні операції); технічний (кібернетична безпека, протиборство в електромагнітному просторі); військовий блок (блок військового та цивільно-військового співробітництва, документування подій, безпека операцій, заходи активного впливу) [9].

Результати й обговорення. Закономірно, що в умовах мілітаризації прикордонних з Україною регіонів, нарощування обертів гібридної війни на території України, термін отримав офіційне закріплення саме в документах українського військового відомства: у «Воєнній доктрині», затвердженій Указом Президента України від 24 вересня 2015 року № 555/2015, 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» [6]. Маємо визнати таку дефініцію надто загальною, рамковою, або концептуальною, що впливає із потреб і завдань військового відомства. Однак уже сама її поява говорить про визначення інструментальних пріоритетів в досягненні цілей держави. Документом серед основних завдань воєнної політики України називаються: удосконалення

державної інформаційної політики у воєнній сфері; попередження та ефективна протидія інформаційно-психологічним впливам іноземних держав, спрямованим на підрив обороноздатності й загрозу іншим важливим державним інтересам. Йдеться і про необхідність досягнення більшої ефективності спеціальних інформаційних заходів впливу та протистояння таким інформаційно-психологічним операціям з боку ворога у районі проведення АТО та на тимчасово окупованих територіях. Автори Доктрини визнають за необхідне створення «єдиного органу для координації та контролю реалізації» стратегії комунікацій суб'єктів сектору безпеки та оборони, яку ще також належить створити.

Визначення стратегічних комунікацій, запропоноване В. Ліпканом з урахуванням завдань державного управління, дає уявлення не лише про їхні цілі, а й про суб'єктів та інструменти: «узгоджені та скоординовані урядом держави можливості інституціональної структури та інститутів громадянського суспільства, спрямовані на розуміння цільової аудиторії з метою створення, зміцнення, збереження та розвитку сприятливих умов для просування з урахуванням національних цінностей легітимованих національних інтересів, політики та цілей держави через використання узгоджених концепцій, стратегій, доктрин і програм, планів, тем, меседжів, смислів, наративів і продуктів, поєднані та синхронізовані з діями, можливостями, спроможностями та потенціалом усіх елементів системи державного управління [9].

В Аналітичній доповіді до Щорічного послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2016 році», підготовлений Національним інститутом стратегічних досліджень, стратегічним комунікаціям було виділено цілий підрозділ у розділі «Пріоритети суспільного розвитку», серед яких було названо інформаційну політику як відповідь на виклики гібридної війни, визначено глобальні завдання [2], реалізація яких потребує часу і коштів, та власне, перебудови всієї системи державних і міждержавних комунікацій у певній системі координат. В аналогічному

документі 2017 року курс на досягнення взятих цілей продовжується через декларування першочерговості завдання зміцнення національної ідентичності (через розвиток державної мови, зміцнення національної пам'яті, інтенсифікацію міжрегіональних гуманітарних зв'язків, етнополітичний вимір демократичної консолідації тощо) [1].

У сучасному світі війні за території передують боротьба за свідомість і прихильність громадян країн, інколи цією війною усе може й закінчуватися. На такі інформаційні війни, війни знань витрачається не менше фінансових і людських ресурсів, набагато більше часу, однак вони є менш вразливими в оцінках громадськості. Умовою успішності стратегічних комунікацій стає чітке розуміння суб'єктів, формулювання ефективних меседжів (гранд-наративів), каналів, аудиторій, специфіки сприйняття меседжів різними аудиторіями. Інструментарій стратегічних комунікацій виробляється з урахуванням характеристик та очікувань аудиторії – адресата інформаційних потоків, стратегічних меседжів. Повідомлення, які не враховують процесу реагування аудиторії на інформаційні повідомлення, уже не ефективні.

Стратегічні комунікації пронизують усі соціальні інститути, маючи процесуальний характер, потребують постійної діяльності із об'єднанням зусиль усіх гравців інформаційно-комунікаційного простору. Оскільки до системи стратегічних комунікацій входять зв'язки зі ЗМІ (Press and Media), які В.Ліпкан відносить до так званого інтеракціоністського блоку (разом із публічною дипломатією; залученням ключових лідерів; внутрішніми комунікаціями) [9], одним із суб'єктів, відповідальним за вироблення й реалізацію українського формату стратегічних комунікацій, Доктриною інформаційної безпеки України визначено Міністерство інформаційної політики [7]. У структурі Міністерства функціонує сектор стратегічних комунікацій із широким діапазоном завдань – від створення умов для впровадження елементів системи стратегічних комунікацій в органах державної влади України; розробки концептуальних документів щодо розвитку системи

стратегічних комунікацій різного рівня (національних, регіональних, міжнародних); міжвідомчої координації діяльності у сфері стратегічних комунікацій до модернізації з урахуванням сучасних викликів системи професійної підготовки у сфері стратегічних комунікацій (одним із кроків на виконання останнього, очевидно, можна вважати доволі дискусійну пропозицію щодо запровадження галузі знань «Комунікативістика» замість «Журналістика та інформація» [11]); налагодження співпраці із зарубіжними експертами у галузі стратегічних комунікацій, узагальнення й використання відповідного досвіду держав-партнерів тощо.

На виконання цих завдань Мінінформполітики уже розроблено заходи й для популяризації України, просування її інтересів за кордоном. Нині, як ніколи, важливе утвердження іміджу України як надійного бізнес-партнера, держави, що має багату історію, розмаїту культуру, значний виробничий, експортний, туристичний та інвестиційний потенціал. Виходячи із цього, мають формулюватися стратегічні наративи як змістова основа системи стратегічних комунікацій. Однак маємо визнати, що розуміння поняття «стратегічний наратив» авторами Доктрини інформаційної безпеки України як «спеціально підготовленого тексту, призначеного для вербального викладення у процесі стратегічних комунікацій з метою інформаційного впливу на цільову аудиторію» є надто спрощеним і не зовсім коректним. Таке поверхове тлумачення ключових понять може відобразитися як на організації трансляції ключових меседжів від імені держави, так і на масштабі й результативності відповідної діяльності.

Актуальним залишається напрацювання системних і більш ефективних інструментів захисту українського інформаційного простору від пропагандистської аудіовізуальної та друкованої продукції Росії як держави-агресора; пошук ресурсів для розвитку українського кіно, телевізійного контенту, книгодрукування. Це зумовлює зростання ролі і відповідальності ЗМК за ситуацію на інформаційних, і не тільки, фронтах. Саме ЗМК,

.....

які нині є всі підстави називати засобами масового впливу, відводиться значна роль у формуванні зовнішньої політики, іміджевої дипломатії та формування бажаної світової громадської думки. Проблемно-тематичне наповнення медіа має визначатися з урахуванням сучасних інформаційно-комунікаційних тенденцій та завдань стратегічних комунікацій, спрямованих на гарантування національної безпеки, консолідування громадянського суспільства, формування привабливого образу України в очах зарубіжних цільових аудиторій.

Сучасними авторами [13, с. 60] також визнається вплив на формування іміджу держави іміджевої, або «брендової» індоктринації, або впливу на масову свідомість, формування громадської думки еталонних стандартів, ключовими суб'єктами якої стають публічні люди: представники шоу-бізнесу, спортсмени, діячі мистецтва тощо. У системі стратегічних комунікацій найефективніше у цьому напрямі «працюють» такі елементи, як робота з лідерами думок (у тому числі світового рівня; представниками діаспори), іншими активними й мобільними аудиторіями; публічна дипломатія. Їхні резерви не повною мірою використовуються у вітчизняному форматі стратегічних комунікацій, які носять в Україні переважно реактивний характер.

Проактивність має бути забезпечена насамперед завдяки усвідомленню ЗМК завдання повного й системного інформування про реформи й зміни в Україні, спрямовані як на власну, так і на зарубіжну аудиторію. Як свідчить узагальнення вітчизняної практики, особливо слабкою ланкою стратегічних комунікацій в Україні нині можна вважати саме спілкування із внутрішньою аудиторією. Оцінка результатів діяльності владних інституцій українськими громадянами кардинально відрізняється від оцінок євроекспертів. А це не сприяє підтримці внутрішньою аудиторією їхніх меседжів і дій.

Висновки та перспективи досліджень. Система стратегічних комунікацій в Україні долає шлях розвитку й інституалізації. Крім добре виписаних на рівні доктрин і концепцій насамперед військового відомства складових (публічна дипломатія, зв'язки з громадськістю, військові зв'язків, інформаційні та психологічні операції, кібербезпека), важлива роль належить органам масової інформації. Це актуалізує перегляд професійних стандартів в нових умовах, трансформацію й модернізацію медіаінструментарію, підвищення фаховості й відповідальності журналістів. Саме цей напрям стратегічних комунікацій вважаємо недостатньо відпрацьованим.

.....

Список використаних джерел

1. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2017 році». – К. : НІСД, 2017. – 928 с. – Електронний ресурс – Режим доступу: www.niss.gov.ua/public/File/book_2017/Poslanya_druk_fin.pdf
2. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2016 році». – К.: НІСД, 2016. – 688 с. – Електронний ресурс – Режим доступу: www.niss.gov.ua/content/articles/files/poslanya_new-ss2e3.pdf
3. Богданов С. В. Стратегические коммуникации: концептуальные подходы и модели для государственного управления/ С. В. Богданов // Государственное управление. Электронный вестник. Вып. 61. – Апрель, 2017. – С. 132–152. – Електронний ресурс – Режим доступу: https://elibrary.ru/elibrary_29304828.pdf
4. Бурлаков В. А. Стратегическая коммуникация как метод современной геополитики //

Ойкумена. Регионоведческие исследования – №2(37). – 2016. – Электронный ресурс – Режим доступа: https://ojkum.ru/images/articles/2016-2/_2016_2_0037-02.pdf

5. Виноградова Е. Роль стратегической коммуникации в международных отношениях. – Электронный ресурс – Режим доступа: <https://interaffairs.ru/jauthor/material/1085>

6. Военна доктрина України: затверджена Указом Президента України від 24 вересня 2015 року № 555/2015. – Электронный ресурс – Режим доступа: zakon.rada.gov.ua/laws/show/555/2015

7. Доктрина інформаційної безпеки України: затверджена Указом Президента України від 25 лютого 2017 року № 47/2017 – Электронный ресурс – Режим доступа: zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017

8. Дубов Д. В. Стратегічні комунікації: проблеми концептуалізації та практичної реалізації / Д. В. Дубов // Стратегічні пріоритети. Серія : Політика. – 2016. – № 4. – С. 9–23. – Электронный ресурс – Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sppol_2016_4_4

9. Лінкан В.А. Поняття та структура стратегічних комунікацій на сучасному етапі державотворення [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://lipkan.com/ponyattya-ta-struktura-strategichnih-komunikatsij-na-uchasnomu-etapi-derzhavotvorenniya/>

10. МІП представило звіт і перспективи розвитку інформаційної політики України //19.06.2017 // [Електронний ресурс]. – Режим доступа: mir.gov.ua/news/1848.html

11. МІП: Реформа урядових комунікацій передбачає запровадження галузі знань «комунікативістика» // [Електронний ресурс]. – Режим доступа : www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id...

12. Пелепейченко Л. М. Стратегічні комунікації силових структур України в сучасному соціальному контексті / Л. М. Пелепейченко // Інформаційна безпека людини, суспільства, держави. – 2017. – № 1(21). – С. 34–41. [Електронний ресурс]. – Режим доступа : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/iblsd_2017_1\(21\)__7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/iblsd_2017_1(21)__7).

13. Пода Т. А. Інформаційно-комунікаційні технології в контексті сучасних міжнародних відносин: соціально-філософський аналіз / Т. А. Пода // Вісник Національного авіаційного університету. Сер.: Філософія. Культурологія. – 2013. – № 2. – С. 59–63. – [Електронний ресурс]. – Режим доступа : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnau_f_2013_2_15

14. Про затвердження плану заходів з реалізації Концепції популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі: розпорядження Кабінету Міністрів України від 7 червня 2017 р. № 383-р // [Електронний ресурс]. – Режим доступа : zakon.rada.gov.ua/laws/show/383-2017-p

15. Сівак Т.В. Аналіз передумов становлення системи стратегічних комунікацій в державному управлінні – [Електронний ресурс]. – Режим доступа: stratcom.co.ua/analiz-peredumov-stanovlennya-sistemi-strate...

16. Стратегічні комунікації: [словник] / Т. В. Попова, В. А. Лінкан / за заг. ред. В. А. Лінкана. – К. : ФОП О. С. Лінкан, 2016. – 416 с.

17. On EU strategic communication to counteract propaganda against it by third parties : Draft Report (2016/2030(INI)) – [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+COMPARL+PE582.060+02+DOC+PDF+V0//EN>

НАШІ АВТОРИ

Арцибарська Вікторія Володимирівна - студентка, Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка; науковий керівник: Журавська Оксана Валеріївна ст. викладач кафедри журналістики на нових медіа Інституту журналістики	4
Бігдан Марина Володимирівна - старший викладач кафедри філології та видавничої справи Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського	8
Гаврилюк Оксана Миколаївна - методист інформаційно-творчого агентства «Юн-прес» Київського палацу дітей та юнацтва, керівник гуртків «Кореспондент газети, «Редактор шкільного видання»	12
Гарачковська Оксана Олександрівна – доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри зв'язків з громадськістю і журналістики КНУКіМ	15
Гончаренко Олена Миколаївна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних та ділової української мов Криворізького економічного інституту ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»	22
Досенко Анжеліка Костянтинівна - кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри слов'янської філології та журналістики, навчально-наукового інституту філології та журналістики ТНУ ім. В. І. Вернадського	28
Журавська Оксана Валеріївна - ст. викладач кафедри журналістики на нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка	32
Кузьміна Світлана Леонідівна – доктор педагогічних наук, доцент, директор навчально-наукового інституту філології та журналістики ТНУ ім. В. І. Вернадського	36
Козярін Євген Ігорович – студент Київського університету імені Бориса Грінченка, Інституту журналістики. Науковий керівник Росінська Олена Анатоліївна, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики та нових медіа, заступник директора Інституту журналістики.	44

Лісневська Аліна Леонідівна – доцент кафедри журналістики на нових медіа, кандидат педагогічних наук, Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка	
Місюкевич Олена Андріївна - головний методист по роботі зі шкільними ЗМІ м. Кривого Рогу, комунального позашкільного навчального закладу «Міський палац дитячої та юнацької творчості «Горицвіт» Криворізької міської ради	48
Наконечний Володимир Михайлович - кандидат історичних наук, доцент кафедри міжнародних відносин, факультету журналістики і міжнародних відносин КНУКіМ	53
Росінська Олена Анатоліївна - доцент кафедри журналістики на нових медіа, заступник директора Інституту журналістики, кандидат філологічних наук, доцент Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.	58
Соломатова Вікторія Василівна - кандидат історичних наук, факультету журналістики і міжнародних відносин Київського національного університету культури і мистецтв.	62
Шуліка Ірина Анатоліївна - студентка Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського; науковий керівник: Сізова Ксенія Леонідівна, доктор філологічних наук, професор.	66
Яна Фруктова - кандидат педагогічних наук, доцент. доцент кафедри журналістики та нових медіа Київського університету імені Бориса Грінченка.	71
ЗИКУН НАТАЛІЯ ІВАНІВНА - завідувач кафедри журналістики, словесності та культури, доктор наук із соціальних комунікацій	77