

Гарькавий Євгеній Миколайович

Міністерство оборони України (м. Київ, Україна)

<https://orcid.org/0000-0001-5085-3704>

e-mail: militaryknu@gmail.com

Сірий Сергій Володимирович

Військовий інститут Київського національного університету

імені Тараса Шевченка (м. Київ, Україна)

<https://orcid.org/0000-0002-5944-4795>

e-mail: vgdvikny@ukr.net

СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ СИЛ ОБОРОНИ УКРАЇНИ ЯК ОБ'ЄКТ ПОЛІТОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Резюме

Дано розлоге авторське визначення та трактування поняття «Стратегічні комунікації сил оборони України» під яким розуміється новітній фундаментальний інструментарій координації інформаційно-комунікативної діяльності сил оборони, що складається з мети, засадничих ідей, завдань, функцій, принципів і методів регулювання інформаційної сфери, узгоджений із стратегічними пріоритетами діяльності державних органів і недержавних інституцій, сутністю якого є забезпечення ефективною координації комунікативних спроможностей та регулювання інформаційної сфери довкола сил оборони України виходячи із стратегічних цілей оборони України шляхом формування і впровадження стратегічних нарративів та реалізації кризових комунікацій у силах оборони України.

З'ясовано, що дискурс щодо інституціалізації стратегічних комунікацій як інструменту забезпечення воєнної безпеки розпочався на початку XXI ст. та пов'язаний з усвідомленням небезпеки зростаючих інформаційних загроз, що набувають все більшого значення в контексті розвитку інформаційно-комунікативних технологій та трансформації сучасних гібридних конфліктів. Зазначене викликало потребу у формуванні

комплексного інструменту, сутність якого полягала б у запобіганні подібних конфліктів шляхом координації комунікативних спроможностей держави та формуванні інформаційного порядку денного відповідно до стратегічних інтересів держави.

Ключові слова: стратегічні комунікації, стратегічний наратив, сили оборони України, національна безпека, інформаційна війна, гібридна війна.

Вступ

Еволюція громадянського суспільства нероздільно пов'язана із еволюцією комунікативних процесів, які в ньому відбуваються. Науково-технічна революція, прогрес інформаційних технологій разом з посиленням процесів глобалізації та ускладненням суспільно-політичних відносин значно підвищили ефективність комунікації, роблячи кожного громадянина потенційним учасником комунікативних процесів. Водночас в сучасних умовах всеохопної глобалізації та інформатизації грані між «правильною», «допустимою», «неприпустимою» та іншими відтінками суспільної поведінки все більше розмиваються.

У світлі новітніх викликів перед монолітністю і цілісністю міжнародних систем комунікативних і, як наслідок, соціально-економічних відносин, значно зростають загрози безпекового характеру. Пандемія коронавірусної інфекції COVID-19 відкрила «скриньку пандори», засвідчивши недосконалість глобальних міжнародних організацій та авторитарних режимів. Водночас пандемія дала поштовх розвитку віртуальних комунікативних технологій, що, у свою чергу, відкриває нові можливості для маніпулювання масовою свідомістю населення. Кризова ситуація посилюється небезпекою регіональних воєнних конфліктів і війн, які загрожують атомними тоталітарними державами перерости в глобальні, поставили людство на край безодні.

За цих обставин досягнути суспільно-політичного консенсусу без використання специфічного інструментарію фактично не можливо. Фактично єдиним комплексним інструментом забезпечення сприятливих умов для лобювання національних інтересів та досягнення цілей держави у цих умовах є стратегічні комунікації (далі — СтратКом).

Теоретичними джерелами дослідження проблематики СтратКому стали наукові доробки вітчизняних (А. Баровської, В. Бебика, В. Бурлакова, В. Горбуліна, М. Гребенюк, С. Даниленко, Д. Дубова, О. Капштика, В. Ліпкана, К. Наумік, В. Петрова, Т. Попової, Г. Почепцова, В. Різуна, М. Ожевана, Г. Сашук, С. Соловйова, Є. Тихомирова, Є. Макаренко, М. Шклярук та ін.) та зарубіжних дослідників (Д. Андерсона, Т. Блеклі, С. Бьорда, Дж. Ваттімо, Д. Верчіча, Д. Джонса, С. Джонсона, Б. Рулера, К. Срірамеша, К. Йорка, М. Кастельса, П. Корніша, Ч. Кулі, К. Ламба, Дж. Ліндлі-Френча,

М. Лінча, Дж. Магоні, Д. Мерфі, Х. Панга, К. Пола, Д. Псакі, С. Татама, Ф. Тейлора, Дж. Фарвелла, К. Халлахана, Д. Хольцхаузена, О. Хорна, К. Х'юза, Ф. Шьоно та ін.).

Методи дослідження

Системний метод дозволив встановити роль, місце та основні завдання стратегічних комунікацій у системі забезпечення обороноздатності України, у формуванні державної інформаційної політики, взаємозв'язок та взаємообумовленість основних елементів системи стратегічних комунікацій сил оборони. Компаративний метод — надав можливість порівняти теоретико-методологічні концепції розуміння сутності стратегічних комунікацій, а також релевантності зарубіжного досвіду реалізації стратегічних комунікацій для сучасних українських реалій. Прогностичний метод, що дозволив окреслити перспективні методики формування та впровадження стратегічних наративів, а також шляхи удосконалення механізмів планування й оцінювання результатів реалізації стратегічних комунікацій сил оборони України.

Результати дослідження

Термін «стратегічні комунікації» вперше став використовуватися великими транснаціональними західними компаніями з метою формування підходів до просування свого іміджу (а також товарів / послуг) до публіки (споживачів). Тоді було сформульовано основні принципи СтратКому:

- системність, систематичність і послідовність;
- багатоканальність;
- відповідність меседжів (повідомлень) реальному стану справ;
- урахування особливостей аудиторії;
- постійний зворотній зв'язок тощо [1].

С. Татам у своїй праці «Стратегічна комунікація» пропонує наступне визначення: «СтратКом — це комплекс заходів, направлених на управління цільовими аудиторіями як всередині країни, так і за її межами, який складається із трьох частин — зв'язків з громадськістю, публічної дипломатії та інформаційних операцій» [2].

К. Колуччі стверджує, що «СтратКом — це поєднання двох впливових понять — м'якої сили та стримування, які впливають на світову громадську думку» [3, р. 8].

Н. Дніпренко підкреслює, що найпростішим визначенням СтратКому є протилежність спонтанним комунікаціям. «СтратКом передбачає застосування наукового підходу, зокрема проведення аналізу проблеми, визначення мети, цільових груп, стратегії, методів і каналів, а головне — плановість і результативність» [4, с. 27].

На думку Т. Черненко, найбільш сутнісною характеристикою СтратКому є координація інформаційних впливів між собою та забезпечення

впливу на цільову аудиторію. Дослідниця запропонувала наступне визначення СтратКому: «Процес застосування скоординованих комунікативних засобів інформаційного впливу із залученням зацікавлених сторін з метою досягнення стратегічних цілей держави» [5]. На нашу думку, зазначене визначення досить влучно описує сутність СтратКому через призму феномену публічної дипломатії як однієї з найбільш невизначених, але й найбільш потенційно ефективних складових СтратКому.

Словник військових та асоційованих термінів Міністерства оборони США 2001 р. визначив СтратКом як «зосередження зусиль уряду на розумінні та залученні ключових аудиторій з метою створення, зміцнення чи збереження сприятливих умов для просування державних інтересів США, із використанням скоординованих програм і планів, синхронних з діями усіх інструментів державної влади» [6, р. 230].

Т. Попова та В. Ліпкан у своєму словнику «Стратегічні комунікації» (2016 р.) дають декілька визначень поняттю «СтратКом»:

1) скоординовані урядом держави зусилля, спрямовані на розуміння цільової аудиторії з метою створення, зміцнення та збереження сприятливих умов для просування національних інтересів, політики та цілей держави через використання узгоджених концепцій, стратегій, доктрин і програм, планів, тем, меседжів і продуктів, поєднані та синхронізовані з діями усіх елементів національної могутності;

2) скоординоване використання комунікативних можливостей інституціональної структури — публічної дипломатії, зв'язків з громадськістю, військових зв'язків, інформаційних та психологічних операцій, заходів, спрямованих на просування цілей держави тощо;

3) скоординовані дії, повідомлення, зображення, призначені для інформування, впливу або переконання цільової аудиторії з метою просування та реалізації національних інтересів відповідно до національних цінностей;

4) стратегічна взаємодія та взаємовплив в інформаційному середовищі між окремими суб'єктами (державними чи призначеними для виконання державних цілей), що полягає у всебічному залученні можливостей кожного окремого компонента системи СтратКому у комплексі або відокремлено, спрямоване на досягнення спільної мети;

5) процес інтеграції досліджень сприйняття аудиторії та зацікавлених сторін (стейкхолдерів) і врахування отриманих результатів під час реалізації політики, планування та операцій на кожному рівні; спрямовані за одним вектором множини різних видів діяльності (наприклад, політичний процес, зв'язки з громадськістю, інформаційні операції тощо), кожна з яких справляє вплив на підтримку національних цілей. СтратКом по суті є обміном (тобто під час спілкування) смислами / ідеями на підтримку на-

ціональних цілей (тобто стратегічно). Для цього процесу слухання є таким само важливим, як і транслювання [7, с. 350–351].

На нашу думку, два останні визначення найбільш відповідають українським реаліям. Виходячи з практики реалізації СтратКому в Україні, він має бути, у першу чергу, механізмом стратегічної взаємодії державних і недержавних акторів, які здійснюють вплив на перебіг суспільно-політичних відносин у державі, а також інструментом досягнення комунікативних спроможностей сил оборони. Суб'єкти СтратКому мають забезпечувати інформаційну безпеку держави фільтруючи інформаційне середовище та формуючи стратегічні наративи з метою досягнення стратегічних завдань держави [8].

На думку Т. Попової та В. Ліпкан СтратКом як напрям дослідження це:

1) суспільний міждисциплінарний науковий напрям, в рамках якого досліджуються загальні та специфічні об'єктивні закономірності організації та функціонування системи СтратКому, виробляються на підставі її пізнання загальні теоретичні положення, спрямовані на підвищення ефективності функціонування даної системи;

2) теоретична система ідей, поглядів та уявлень про шляхи реалізації СтратКому з метою створення сприятливих умов для реалізації національних цінностей, що відображають об'єктивний процес існування тріадичного організму: особа, суспільство, держава;

3) комплексний науковий напрям, що має своїм предметом і вивчає СтратКом як цілісний екзистенціальний та динамічний феномен;

4) наукова система знань про теорію і практику специфічного виду діяльності суб'єктів системи СтратКому, яка узагальнює і пояснює її, виявляє закономірності розвитку даної діяльності з метою її удосконалення, виходячи з об'єктивної потреби у забезпеченні реалізації державної політики;

5) логічна взаємопов'язана і взаємообумовлена система категорій, понять та принципів, які інтерпретують сутність (зміст та генезис) СтратКому в Україні;

6) система знань, яка описує і пояснює сукупність явищ у сфері СтратКому і зводить відкриті в цій галузі закони, принципи та закономірності до єдиної стрункої органічної системи, об'єднаної загальною ідеєю побудови сильної, інформаційно розвиненої, самостійної, безпекової, правової незалежності та соборності України;

7) система основних ідей, що узагальнюють практичний досвід і віддзеркалюють об'єктивно існуючі суспільні відносини у сфері СтратКому [7, с. 332–333].

У концептуальному плані СтратКом знаходяться на перехресті стратегії управління та власне комунікації, і цей перетин є відносно

нерозвиненою ланкою наукових досліджень. Водночас і стратегія, і сучасна комунікативістика є відносно новими напрямками наукових досліджень [9].

У загальному розумінні комунікативістика (англ. *communicology, communication science*) — це наука, що вивчає гуманітарні аспекти розвитку інформаційних засобів і систем, характер, форми й результати їхнього впливу на суспільне життя. Предметом дослідження комунікативістики є різні форми і засоби, функції та завдання інформаційних та соціальних зв'язків — від мови первісних племен до сучасних інформаційних комунікативних технологій. Часто комунікативістику називають комунікологією, порівнюючи її функціонал із системною наукою, складовими частинами якої поряд із журналістикою є стилістика, рекламознавство, театрознавство, теле- і радіомовлення, риторика та популярна культура [10].

Початок оформлення комунікативістики у самостійних напрям політології, почався з логічної схеми, що була запропонована в статті американського дослідника проблем пропаганди Г. Лассуелла «Структура і функція комунікації в суспільстві» (1948 р.): найвдаліший опис комунікативного процесу є такий, що відповідає на наступні запитання: «Хто?» — «Що повідомляє?» — «Яким каналом?», — «Кому?» — «З яким результатом?» [11, р. 37].

Деніс Мак-Квейл у праці «Теорія масової комунікації» зазначає, що на комунікацію як на суспільно-політичне явище вперше звернули увагу у США. Пов'язано це було з масовою еміграцією з Європи на початку ХХ ст., що значно загострило проблему соціальної когезії та інтеграції. Це, зокрема, відображено в соціологічних дослідженнях Чиказької соціологічної школи [12, с. 45].

У 1909 р. термін «комунікація» описує один з найвідоміших представників Чиказької соціологічної школи Ч. Кулі у своїй статті «Значення комунікації». На думку вченого комунікація є засобом актуалізації світу людської думки [13].

Комунікація в сучасному світі представлена різними формами взаємодії, які визначаються як форми виробництва та поширення інформації, що історично склалися і мають пряму взаємозалежність від суспільно-політичних відносин, а також рівня економічно-культурного та технологічного розвитку суспільства, форм політичного режиму тощо [14, с. 28].

О. Холод виокремлює чотири типи моделей комунікації:

1) модель трансмісії (комунікація розглядається як процес передачі інформації);

2) модель ритуалу (сприяння ціннісним орієнтирам та уявленням у різних соціальних верств);

3) модель залучення уваги (під комунікацією розуміється залучення ЗМІ або підтримка уваги комунікантів не на повідомлення, а на самому способі комунікації);

4) модель реценції (об'єкт комунікативного впливу розглядається як той, хто отримує зашифровану інформацію і сприймає її зміст взаємності від своєї картини світу та соціальної позиції) [15, с. 34].

Зауважимо, що комунікацію не можна ототожнювати лише з обміном інформацією, що є тільки складовою комунікативного процесу та не включає формування, передачу, трансформацію, кодифікацію тощо інформації. Зазначений підхід обов'язково веде до звужування сутнісних характеристик комунікації, адже на відміну від обміну інформацією, для комунікативного процесу є обов'язковим наявність єдиного простору, шифру, а також інтерпретація ситуації, в якій і з приводу якої відбувається процес взаємодії. Важливою є також інтерактивність у сприйнятті, діяльності, осягненні предмета розмови. На відміну від запрограмованих комп'ютерних програм, які зазвичай не володіють мистецтвом розпізнавання контексту, людина вкладає у комунікацію певні сенси. Наприклад для різних народів світу певна інформація може набувати іншого змісту: різна кількість квітів для живих чи померлих, різний колір під час трауру або урочистостей тощо [16, с. 8–9].

Н. Наумова, проаналізувавши сукупність форм, напрямів та результатів впливу інформаційно-комунікативних механізмів на різні сфери суспільно-політичних відносин, дійшла до висновку, що інформація, яка у зазначених механізмах може бути оцінена саме як комунікація, а не як чисте знання, спонукає людину до нової діяльності. Пов'язано це з тим, що у сучасному суспільстві саме інформація є ключовим рушієм поступу різних сфер суспільно-політичного прогресу [17].

В. Різун з цього приводу зазначає, що «під комунікаційними явищами, процесами, функціями слід розуміти такі, які стосуються комунікації, пов'язані з нею (комунікаційна система, тобто система, яка охоплює комунікацію, пов'язана з нею, її стосується; комунікаційний підхід — це підхід з точки зору комунікації або комунікаційної діяльності). Комунікативний означає такий, який забезпечує комунікацію, виконує функцію спілкування (комунікативна система, тобто система, яка здатна комунікувати; комунікативні засоби — це засоби, які забезпечують комунікацію, тобто самі комунікують)» [18, с. 199]. Саме ж поняття «комунікація» означає процес спілкування, передавання інформації, тобто є формою соціальної взаємодії пов'язаної з обміном інформації, пропагуванням цінностей, агітацією за певний спосіб життя, просвітою широких мас, залученням до купівлі товарів, послуг тощо. Отже, комунікація є формою і засобом досягнення суспільних цілей [18, с. 21].

Від природи комунікація є дією (впливом) комуніканта на комуніканта. Успішним результатом комунікації є досягнення порозуміння та згоди між комунікаторами. Комунікація набуває суб'єкт-суб'єктної моделі лише у випадках відсутності довіри до комуніканта; потреби контролювати комунікативну ситуацію; коли цілі, цінності, моральні засади, погляди у комунікаторів не збігаються [18, с. 26].

Серед різновидів комунікації виокремлюють: масову та міжособистісну. У масовій комунікації суб'єктами виступають комуніканти-професіонали (різноманітні суспільні, політичні, військові та інші інститути, засоби масової комунікації (далі — ЗМК) тощо), які поширюють інформацію серед широких мас комунікатив. На міжособистісному рівні інформація, отримана із масового рівня комунікації, пропускається через свідомість лідерами суспільної думки і у власній інтерпретації поширюється у міжособистісній комунікації серед своєї аудиторії. Лідери думок мають більший вплив на індивідів своєї громади ніж ЗМК, бо вони є її частиною і адаптують інформацію для кращого сприйняття масовою свідомістю громади [18, с. 22].

Відповідно до концепції М. Кастельса реалізація владних повноважень є нічим іншим як уторенням та обміном інформаційно-культурними шифрами, що є основним змістовним ядром влади. Каналами реалізації владних повноважень є комунікативні технології [19, р. 164]. У своїх працях М. Кастельс окреслює границі моделей масової поведінки суспільства, — т. зв. основоположні принципи поведінки суспільства. Основою такої поведінки є насаджування у масову свідомість програмних цінностей суб'єктів інформаційного впливу, які контролюють ЗМІ. Дослідник зазначає, що «основою суспільних трансформацій є зміни в технологіях комунікацій».

Г. Меррілл і Дж. Фішер визначили п'ять сфер міжнародної комунікації: 1) теорія міжнародної комунікації; 2) описово-порівняльний підхід; 3) роль ЗМІ в національному розвитку; 4) методи міжнародної звітності в інформації; 5) міжнародні економічні комунікації та міжнародні фінансові комунікації [20].

Кожна із зазначених сфер є невід'ємною характеристикою системи СтратКому, водночас може розглядатись як самостійний напрямом наукових розвідок.

В. Аксьонова слушно зауважує, що комунікативне середовище є основоположним чинником інформаційного та ціннісного усвідомлення сенсу буття людини, її відношення до соціуму у певних умовах і за певних часових рамок. Водночас сучасне інформаційне суспільство розчиняє такі умови, розупорядковує хід подій, роблячи їх одновимірними [21].

Зауважимо, що поняття «комунікативна стратегія» та «стратегічні комунікації» не є тотожними. Комунікативна стратегія є одним із методів

реалізації СтратКому. На думку Д. Кулеби, головним завданням СтратКому є створення та реформування контенту під час міжвідомчої взаємодії. «СтратКом — це більше публічні державні комунікації, які передбачають участь багатьох гравців у одному процесі. Тобто, як нам зробити так, щоб у нас держава у сфері комунікацій працювала як одне ціле, як система. Дуже важливо, щоб працювала політика «одного голосу» [22].

У досконалій системі СтратКому відтворюється ряд основоположних принципів, які мають відповідати наступним вимогам до існування систем: — економічність (функціонал системи має бути унікальним та не повинен дублюватись); — прозорість (весь функціонал на основі якого працює система, має бути зрозумілим користувачу); — спільність (кожна нова функція має відповідати якомога більшому переліку завдань); — відкритість (користувач повинен мати можливість використовувати функціонал не тільки так, як було передбачено спочатку); — повнота (функціонал системи має відповідати сучасному технологічному розвитку та задовольняти всі вимоги користувача) [23].

Є. Тихомирова у статті «Стратегічні комунікації ЄС: інституціональний вимір» зазначає, що СтратКом є ключовим інструментом для забезпечення громадськості швидкими відповідями на всі запити в умовах гібридної війни. СтратКом має повноцінно використовувати всі доступні ЗМК, включаючи традиційні ЗМІ та соціальні мережі. Органи державної влади у такому випадку мають розробити координаційні механізми СтратКому для трактування і обліку дезінформації [24, с. 103–112].

Г. Почепцов, аналізуючи дію СтратКому, зокрема в державному управлінні, виокремлює можливості комунікативних механізмів так трансформувати інформаційний простір, щоб у результаті трансформувалися інші простори: соціальний, економічний, політичний, військовий, дипломатичний [25, с. 55].

В умовах інформаційно-психологічної боротьби СтратКом необхідно розглядати як діяльність, яка скоординована на стратегічному (воєнно-політичному) рівні управління і спрямована на управління процесами прийняття рішень як всередині країни (групи країн), так і за її межами з метою досягнення перемоги над противником.

Для досягнення зазначеного СтратКом виконує дві основні функції:

- внутрішню — забезпечує комунікацію із суб'єктами конфлікту;
- зовнішню — забезпечує комунікацію із навколишнім середовищем.

Зовнішня комунікація забезпечує стійкість системи протидії. Внутрішня комунікація пов'язана з управлінням воєнним конфліктом, забезпечує постійний зв'язок між суб'єктами і об'єктами управління, що і зумовлює значення інформації. Відсутність достовірної інформації призво-

дять до стагнації структури управління. Вона починає працювати інертно, безрезультативно, що призводить до повного розвалу цієї системи.

Таким чином, найважливішим елементом протидії в умовах інформаційної війни є процес комунікації, прямий і зворотний зв'язок всіх об'єктів. Необхідне рішення противника формується шляхом зміни його сприйняття. Сприйняття — це активний процес, який створює, а не фіксує реальність. Приймаючи рішення, противник використовує інформацію про район конфлікту, свої війська та війська противника, про їх бойові можливості тощо. На основі технологій СтратКому забезпечується такий вплив на канали отримання інформації, зміст повідомлень, які переведуть рішення, що приймаються, у потрібне русло. Для того, щоб прийняти власне ефективне рішення, необхідно знати, як формується рішення противника, яке ґрунтується на інформації, яку він вважає правдивою [26].

Отже, СтратКом — це передусім механізми, які дозволяють переконати інших людей прийняти ваші ідеї, політику чи дії, зокрема:

- переконати союзників і друзів залишитись з вами;
- переконати нейтралів зайняти вашу сторону (або, принаймні, залишитись нейтралами);
- у кращому випадку, переконати противників, що у вас є сили і воля до домінування [27].

Основна відмінність СтратКому від традиційної односторонньої форми впливу на аудиторію, яка використовується в рамках публічної дипломатії, полягає в тому, що новий варіант роботи з цією аудиторією припускає діалоговий характер взаємодії, тобто двосторонній обмін інформацією від ефективності якого безпосередньо залежить забезпечення національної безпеки держави [28, с. 247].

До цілей реалізації СтратКому можна віднести наступне: зміцнення демократії; підвищення рівня поваги до людини; досягнення цілей розвитку державної політики у відповідній сфері; налагодження партнерства з громадянським суспільством; сприяння діалогу між конфліктними групами; підвищення рівня прозорості діяльності органів державної влади; покращення взаємин зі ЗМІ; підвищення рівня довіри до рішень органів державної влади; забезпечення процесу управління (внутрішня комунікація) тощо [4, с. 28].

На думку В. Ліпкан основними складниками СтратКому мають стати:

«1) інтеракціоністський блок (публічна дипломатія; залучення ключового лідера; зв'язки із ЗМК, громадськістю та органами державної влади, внутрішня комунікація);

2) інформаційно-психологічний блок (інформаційно-психологічні операції);

3) технічний блок (кібербезпека, протиборство в електромагнітному просторі);

4) військовий блок (цивільно-військове співробітництво, документування подій, безпека операцій, заходи активного впливу)» [29].

У контексті досліджуваної проблематики зазначимо, що поняття «сили оборони» вперше було визначено у Воєнній доктрині України в редакції 2015 року: «Сили оборони — це Збройні Сили України, Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації України, Державна спеціальна служба транспорту, інші утворені відповідно до законів України військові формування, а також правоохоронні та розвідувальні органи, в частині залучення їх до виконання завдань з оборони держави» [30].

Вважаємо, що для уникнення подвійних сенсів та неточностей у розумінні, поняття «сили оборони» в контексті України дане поняття доцільно вживати як «сили оборони України» (далі — СО України).

Під спроможностями сил оборони, відповідно до Воєнної доктрини України, мається на увазі «здатність досягти необхідного результату під час виконання завдань з питань оборони у певних умовах відповідно до визначених сценаріїв дій та з використанням наявних ресурсів» [30]. Комунікативні спроможності СО України — це здатність досягти необхідного результату під час інформаційно-комунікативного забезпечення СО України відповідно до стратегічних наративів з використанням наявних інформаційних та іміджевих ресурсів.

Зауважимо, що сутністю інформаційно-комунікативного забезпечення СО України є цілеспрямована діяльність суб'єктів системи СтратКому СО України щодо реалізації іміджевих комунікацій та інформаційно-комунікативного супроводу застосування СО України.

Система СтратКому СО України — це цілісний конструкт спрямованих за одним вектором множин різних видів інформаційно-комунікативної діяльності суб'єктів цієї системи щодо регулювання інформаційної сфери з метою досягнення стратегічних пріоритетів діяльності державних органів і недержавних інституцій шляхом забезпечення ефективної координації комунікативних спроможностей СО України; фактично це спрямована за одним вектором інформаційно-комунікативна діяльність суб'єктів цієї системи щодо реалізації СтратКому СО України.

До компонентів системи СтратКому (відповідно до стандартів НАТО) відносять: — зв'язки з громадськістю; — публічну дипломатію та заходи сил оборони на підтримку публічної дипломатії; — зв'язки зі ЗМІ; — інформаційні заходи міжнародного військового співробітництва; — цивільно-військове співробітництво (далі — ЦВС); — дії в кіберпросторі, включаючи соціальні мережі; — залучення ключових лідерів до проведення інформаційних заходів; — внутрішня комунікація; — інформаційні операції; — психологічні операції; — інформування про ситуацію та документування подій

на полі бою (т. зв. «Комбат камера»); — розвідувальне забезпечення проведення інформаційних заходів; — демонстрація діяльності військ; — введення противника в оману; — забезпечення безпеки операцій; — фізичний вплив; — протидія в електромагнітному просторі [31].

На нашу думку, до вищезазначених компонентів системи СтратКому доцільно додати ще один — військово-політичне співробітництво, сутністю якого, на думку О. Джуса є «реалізація державної політики у сфері безпеки й оборони, заходів щодо інтеграції, зміцнення довіри, партнерських відносин та взаємовигідних контактів, які забезпечують виконання міжнародних зобов'язань певної держави у військовій сфері» [32].

Принципи системи СтратКому — це основоположні ідеї, засади, що є підґрунтям для поведінки всіх суб'єктів системи СтратКому та учасників інформаційних відносин, діяльність яких регулюється законодавством України [7].

Ознаками системи СтратКому є наступне:

- формується та реалізується суб'єктами СтратКому;
- є узгодженою за цілями та стратегічними пріоритетами діяльністю державних органів і недержавних інституцій у сфері СтратКому на засадах інформаційної взаємодії;
- складається з мети, ідей, завдань, функцій, принципів, методів; ефективний функціонуючий механізм правового регулювання в інформаційній сфері, у тому числі формування, реалізації, здійснення та контролю за реалізацією завдань СтратКому;
- науково обґрунтована діяльність, що базується на застосуванні інформаційних методик та методологічних підходів дослідження сучасних медіафеноменів;
- діяльність у зв'язку зі здійсненням СтратКому спрямована на суспільні інформаційні відносини, зокрема на їх становлення та розвиток, регулювання і безпеку; здійснюється переважно інформаційними засобами та методами, в рамках інформаційної діяльності та в інформаційному просторі;
- підкріплення реалізації завдань СтратКому застосуванням специфічних методів (інформаційні операції, інформаційне протиборство, засоби та методи інформаційної війни, психологічні операції, військово-цивільні операції, заходи публічної дипломатії, семіотичні війни тощо);
- має зовнішнє вираження у вигляді правових та організаційних форм її здійснення;
- базується на необхідності забезпечення інформаційного суверенітету та формуванні високотехнологічної інформаційної держави із розвиненими інститутами інформаційного суспільства

відповідно до реалізації національних інформаційних інтересів в рамках творення інформаційної ідентичності;

- виступає інформаційною соціально-політичною та ціннісно-ідеологічною передумовою як інформаційної, так і загальнонаціональної самоідентичності, збереження національної, культурної та інформаційної самобутності української автохтонної, політичної, безпекової та інформаційної нації;
- формує для реалізації у практичній площині цілісний вимір інформаційної стратегії; поліфункціональним інструментарієм реалізації СтратКому є синтез на засадах міждисциплінарної методології прийомів та способів кожного компонента системи СтратКому з урахуванням його специфіки, але відповідно до досягнення спільної мети [7, с. 330–331].

СтратКом призначений для забезпечення політики держави в тому числі і за межами національних кордонів. Основним об'єктом впливу є цільова аудиторія, яка визначається взаємності від мети та завдань реалізації СтратКому. Результатом такого впливу є формування у цільової аудиторії такої системи стійких уявлень про дії іншої держави, який би повністю виправдовував такі дії. Тим самим забезпечується лояльність політичної еліти держави, на яку направлений даний вплив, і, як наслідок, формування дієвої системи геополітичного контролю над заданою територією, що передбачає по-перше, стійкий позитивний образ того, хто здійснює вплив, по-друге, стійку систему культурних цінностей адекватну тій, яка існує у країні, яка здійснює вплив.

Отже, СтратКом передбачає динамічний і безперервний зворотній зв'язок. Для того, щоб СтратКом був ефективним, інформація повинна бути сформована так, щоб бути представленою в якісному і достовірному повідомленні, з відсутністю свободи для двозначності та без перспективи неправильного тлумачення, а контексти, в яких знаходяться повідомлення, мають бути чітко зрозумілими, що особливо важливо у сфері національної безпеки. Враховуючи зазначене СтратКом передбачає координацію діяльності та компроміс серед розрізнених агентів впливу у необхідному для агентів впливу напрямку [33, с. 106].

Інструментарій СтратКому як механізму національної влади відображає фактор комплексності поряд з іншими елементами: дипломатія, інформація, економіка та військові чинники, що застосовуються для досягнення стратегічних завдань. СтратКом передбачає інтерактивний характер процесу і узгоджений комплекс заходів, які включають:

- розуміння ідентичності, установок, поведінки та культури;
- тенденції медіа та інформаційні потоки;
- соціальні та інші впливові мережі;

- політичний, соціальний, економічний і релігійні мотиви [33, с.106–107].

Висновки:

СтратКом є інструментом забезпечення ефективності функціонування державної влади. За допомогою механізмів СтратКому органи державної влади мають можливість підвищувати рівень політичної, інформаційної та правової культури населення, а також формувати інформаційну повістку дня. Розвиток системи СтратКому є індикатором зрілості громадянського суспільства і держави.

Особливо важливе місце СтратКом має в системі забезпечення обороноздатності держави, оскільки він має механізми інформаційно-психологічного впливу на противника та є інструментом формування інформаційних приводів. В умовах ведення гібридної війни РФ проти України основним компонентом реалізації загальнодержавної системи СтратКому повинні стати СО України.

Стратегічні комунікації охоплюють низку взаємопов'язаних аспектів, а саме: вплив СтратКому на політичну, правову та інформаційну культуру громадянського суспільства; реалізацію кризових комунікацій держави; особливості координації інформаційно-комунікативної забезпечення службової діяльності суб'єктів системи СтратКому; специфіку формування та впровадження стратегічних наративів в умовах зростання ролі інформаційної складової у сучасних воєнних конфліктах; методики оцінювання результативності реалізації СтратКому; методики стратегічного аналізу, моделювання і прогнозування СтратКому; використання інформаційно-комунікативних технологій в інтересах СтратКому; аналіз і удосконалення політико-правових аспектів реалізації СтратКому; формування комунікативних спроможностей сил оборони.

Список посилань:

1. Крутій О. М., Лопатченко І. М. Стратегічні комунікації у публічному управлінні в умовах глобалізації. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2018_2_4
2. Tatham S.A. Strategic Communication: A Primer Academy of United Kingdom. URL: https://www.files.ethz.ch/isn/94411/2008_Dec.pdf
3. Craig C. Colicci Shaping Colombia's Stability through Strategic Communication: Evaluating U.S. Effectiveness. Fort Leavenworth, Kansas AY. 2009. 70 p.
4. Комунікація: демократичні стандарти в роботі органів державної влади / За заг. ред. Н. К. Дніпренко. Київ: ТОВ «Вістка», 2008. 167 с.
5. Черненко Т.В. Сучасний вимір публічної дипломатії в системі стратегічних комунікацій. Стратегічні пріоритети. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sppol_2016_4_10

6. Joint Chief of Staff, Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms, Joint Publication 1–02. URL: https://fas.org/irp/doddir/dod/jp1_02.pdf
7. Попова Т. В., Ліпкан В. А. Стратегічні комунікації: словник / за заг. ред. В. А. Ліпкана. Київ: ФОП О. С. Ліпкан, 2016. 400 с.
8. Гарькавий Є. М. Генезис інституалізації стратегічних комунікацій сил оборони в умовах сучасного інформаційного протиборства. Гілея: науковий вісник. Київ: Видавництво «Гілея», 2019. Вип. 146 (№ 7). Ч. 3. Політичні науки. С. 41–46.
9. Nickerson C. Business communication. V. Bhatia & S. Bremner (Eds.), The Routledge Handbook of Language and Professional Communication. New York, NY: Routledge, 2014. P. 50–67.
10. Студопедія. Орг. Словник. Визначення поняття «Комунікативістика». URL: <https://studopedia.org/12-73947.html>
11. Lasswell H. D. The Structure and Function of Communication in Society. The Communication of Ideas. New York: Harper and Brothers, 1948. P. 37–51.
12. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації [Пер. з англ. О. Возьна, Г. Сташків]. Львів: Літопис, 2010. 538 с.
13. Cooley Ch. H. The Significance of Communication. Reader in Public Opinion and Communication. URL: https://brocku.ca/MeadProject/Cooley/Cooley_1909/Cooley_1909_06.html
14. Піпченко Н. Соціальні медіа у структурі зовнішньої політики провідних міжнародних акторів: монографія. Київ: Центр вільної преси, 2014. 332 с.
15. Холод О. М. Структура і види соціальних комунікацій. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2010. № 3. С. 32–36.
16. Дубов Д. В. Стратегічні комунікації: проблеми концептуалізації та практичної реалізації. Стратегічні пріоритети. Серія: Політика. 2016. № 4. С. 9–23.
17. Наумова Н. М., Наумов В. О. Інформація як комунікація та мотивація діяльності в сучасному інформаційному суспільстві. Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія. 2012. Вип. 10. С. 178–186.
18. Різун В. В. Теорія масової комунікації. К.: Видав. центр «Просвіта», 2008. 260 с.
19. Castells M. Communication power. Oxford: Oxford University Press, 2009. 571 p.
20. Fischer H. D., Merrill J. C. International communication. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10948007709489076>

21. Аксьонова В. Антропологічні виміри комунікативно-інформаційного усвідомлення сенсу буття. Антропологічні виміри філософських досліджень. 2013. Вип. 3. С. 7–13.

22. Сірук М. Про три головні проблеми комунікацій. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/podrobyci/pro-try-golovni-problemy-komunikacij>

23. Рубцов В.П. Перинська Н.І. Державне управління та державні установи. URL: <https://ktru.kpi.ua/wp-content/uploads/2014/02/DERZHAVNE-UPRAVLINNYA-TA-USTANOVI.pdf>

24. Тихомирова Є.Б. Стратегічні комунікації ЄС: інституціональний вимір. Політичні проблеми міжнар. систем та глобал. розвитку. 2016. № 4. С. 103–112.

25. Почепцов Г.Г. Стратегічні комунікації: стратегічні комунікації в політиці, бізнесі та державному управлінні. Київ: Альтерпрес, 2008. 216 с.

26. Сальнікова О., Сівоха І., Іващенко А. Стратегічні комунікації в сучасних війнах гібридного типу. DOI: <http://doi.org/10.33445/sds.2019.9.5.9>

27. Commander's Handbook for Strategic Communication and Communication Strategy. Ver. 3.0. US Joint Forces Command Joint Warfighting Center. URL: <https://apps.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a525371.pdf>

28. Інформаційна безпека держави у воєнній сфері / Ю. Г. Даник, М. М. Биченок, В. О. Кацалап та ін. Київ: НУОУ ім. І. Черняхівського, 2019. 301 с.

29. Ліпкан В. А. Поняття та структура стратегічних комунікацій на сучасному етапі державотворення. URL: <https://www.lipkan.com/ponyattya-ta-struktura-strategichnih-komunikatsij-na-suchasnomu-etapi-derzhavotvorennya/>

30. Указ Президента України від 24 вересня 2015 р. № 555/2015 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 2 вересня 2015 р.

«Про нову редакцію Воєнної доктрини України». URL: <http://www.president.gov.ua/documents/5552015-19443>

31. Ліпкан В. А. Роль стратегічних комунікацій в протидії гібридній війні проти України. URL: <http://goal-int.org/rol-strategichnix-komunikacij-v-protidii-gibridnij-vijni-proti-ukraini/>

32. Джус О.А. Військово-політичне партнерство як інтегральний напрямок військового співробітництва. Грані: наук.-теорет. альманах. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/832884.pdf>

33. Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах: монографія / В. М. Бебик, С. І. Даниленко, В. В. Копійка та ін.; КНУ ім. Тараса Шевченка. Київ: ВАДЕКС, 2019. 441 с.

References:

1. Krutii, O.M. & Lopatchenko, I.M. (2018). Strategic communications in public management in conditions of globalization. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2018_2_4
2. Tatham, S.A. (2008). Strategic Communication: A Primer Academy of United Kingdom. URL: https://www.files.ethz.ch/isn/94411/2008_Dec.pdf
3. Craig, C. (2009). Colicci Shaping Colombia's Stability through Strategic Communication: Evaluating U.S. Effectiveness. Fort Leavenworth, Kansas AY. 70 p.
4. Dniprenko, N.K. (Ed.) (2008). Communication: democratic standards in work of public authorities. Kyiv: LLC «Vistka». 167 p.
5. Chernenko, T.V. (2016). Modern dimension of public diplomacy in system of strategic communications. Strategic priorities. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sppol_2016_4_10
6. Joint Chief of Staff, Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms, Joint Publication 1–02. URL: https://fas.org/irp/doddir/dod/jp1_02.pdf
7. Popova, T.V. & Lipkan, V.A. (Eds) Strategic communications: vocabulary. Kyiv: IE Lipkan O.S. 400 p.
8. Harkavyi, Y.M. (2019). Genesis of institutionalization of the strategic communication of the defense forces in conditions of modern informational resistance. Hileya: scientific journal. Kyiv: Publishing house «Hileya». Release 146 (№7). P.3. Political science. P.41–46
9. Nickerson, C. (2014). Business communication. V.Bhatia & S.Bremner (Eds.), The Routledge Handbook of Language and Professional Communication. New York, NY: Routledge,. P. 50–67.
10. Studopedia. Org. Vocabulary. Definition of «Comunicativistics». URL: <https://studopedia.org/12-73947.html>
11. Lasswell H.D. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. The Communication od Ideas. New York: Harper and Brothers,. P. 37–51.
12. McQuail, D. (2010). Theory of mass communication [Translation from Eng. O.Vozna, H.Stashkiv] Lviv: Chronicle. 538 p.
13. Cooley, Ch. H. (1909). The Significance of Communication. Reader in Public Opinion and Communication. URL: https://brocku.ca/MeadProject/Cooley/Cooley_1909/Cooley_1909_06.html
14. Pipchenko, N. (2014). Social media in structure of foreign policy of leading international actors: monography. Kyiv: Centre of free press. 332 p.
15. Holod, O.M. (2010). Structure and types of social communications. State and regions. Series: Social communications. №3. P.32–36.

16. Dubov, D.V. (2016). Strategic communications: problems of conceptualization and practical realization. Strategic priorities. Series: Politics. №4. P.9–23.

17. Naumova, N.M. & Naumov, V.O. (2012). Information as communication and motivation of activity in modern informational society. Project management, system analysis and logistics. Technical series.. Release 10. P.178–186.

18. Rizun, V.V. (2008). Theory of mass communication C. Publishing house «Prosvita», 260 p.

19. Castells M. (2009) Communication power. Oxford: Oxford University Press. 571 p.

20. Fischer, H.D. & Merrill, J.C. International communication. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10948007709489076>

21. Aksyonova, V. (2013). Anthropological dimensions of municipal-informational awareness of the sense of being. Anthropological dimension of philosophical researches. Release 3. P.7–13.

22. Siruk, M. About three main issues of communications. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/podrobyci/pro-try-golovni-problemy-komunikacij>

23. Rubtsov, V.P. & Perynska N.I. Public administration and institutions. URL: <https://ktpu.kpi.ua/wp-content/uploads/2014/02/DERZHAVNE-UPRAVLINNYA-TA-USTANOVI.pdf>

24. Tyhomyrova, Y.B. (2016). Strategic communications of EU: institutional dimension. Political problems of international systems and global development. №4. P.103–112.

25. Pocheptsov, H.H. (2008). Strategic communications: strategic communications in politics, business and public administration. Kyiv: Alterpress. 216 p.

26. Salmnikova, O. & Sivoaha, I., Ivaschenko A. Strategic communications in hybrid type modern conflicts. DOI: <http://doi.org/10.33445/sds.2019.9.5.9>

27. Commander's Handbook for Strategic Communication and Communication Strategy. Ver. 3.0. US Joint Forces Command Joint Warfighting Center. URL: <https://apps.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a525371.pdf>

28. Danyk Y.H., Bychenok M.M. & Katsalap V.O. and others. (2019). Informational state security in military sphere. Kyiv: NUDU named after I. Chernyakhovskogo. 301 p.

29. Lipkan, V.A. Definition and structure of strategic communications at modern stage of state-building. URL: <https://www.lipkan.com/ponyattya-ta-struktura-strategichnih-komunikatsij-na-suchasnomu-etapi-derzhavotvorennya/>

30. Decree of President of Ukraine from 24 of September 2015 №555/2015 «On the decision of the National Security and Defense Council of Ukraine of 2nd of September 2015» «On the new edition of the military Doctrine of Ukraine». URL: <http://www.president.gov.ua/documents/5552015-19443>

31. Lipkan, V.A. Strategic communications role in resistance to hybrid war against Ukraine. URL: <http://goal-int.org/rol-strategichnix-komunikacij-v-protidii-gibridnij-vijni-proti-ukraini/>

32. Djus, O.A. Military-political partnership as integral direction of military cooperation. Grani: scientific-theoretical almanac. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/832884.pdf>

33. Bebyk, V.M., Danylenko S.I., Kopyka V.V. and others (2019) Strategic communications in international affairs: monography. KNU named after T. Shevchenko. Kyiv: VADEKS. 441 p.

Yevhenii Harkavyi

Ministry of Defence of Ukraine (Kyiv, Ukraine)

<https://orcid.org/0000-0001-5085-3704>

e-mail: militaryknu@gmail.com

Serhii Siryi

*Military Institute of the Taras Shevchenko National University of Kyiv
(Kyiv, Ukraine)*

<https://orcid.org/0000-0002-5944-4795>

e-mail:vgdvykny@ukr.net

**STRATEGIC COMMUNICATIONS OF THE
DEFENSE FORCES OF UKRAINE AS AN OBJECT OF
POLYTOLOGICLE RESEARCH**

Abstract

The wide author's definition and interpretation of the concept of «Strategic communications of the Defense Forces of Ukraine» is given, which is understood as the newest fundamental tool of coordination of information and communication activity of the Defense Forces, which consists of goals, principles, tasks, functions, principles and methods of information regulation, coordinated with strategic priorities of state bodies and non-state institutions, The essence of which is to ensure effective coordination of communication capabilities and regulation of the information sphere around the defense forces of Ukraine, proceeding from the strategic goals of defense of Ukraine by forming and implementing strategic meetings and implementation of crisis communications in the defense forces of Ukraine.

Defined, that discourse of instutualization of strategic communications as an instrument of ensuring military security that began in the beginning of XXI century and connected with awareness of the danger of growing information threats, what are becoming increasingly important in context of development of the information and communicative technologies and transformation of the modern hybrid conflicts. The above-mentioned called a need in formation of the complex instrument, whose essence would be to prevent such conflicts in

the way of coordinating communicative capabilities of the state and forming an informational agenda in accordance with the strategic interests of the state.

Key words: strategic communications, strategic narrative of the Defense Forces of Ukraine, national security, information war, hybrid war.

Стаття надійшла до редакції 22.09.22

© Гарькавий Є. М., Сірий С. В. 2022