

ВІЙСЬКОВИЙ ІНСТИТУТ
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
імені ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

**КОМУНІКАЦІЙНО-КОНТЕНТНА БЕЗПЕКА В
УМОВАХ ГІБРИДНО-МЕСІАНСЬКИХ АГРЕСІЙ
ПУТІНСЬКОЇ РОСІЇ**

**Тези доповідей
Міжнародного форуму з кризових комунікацій**

9-10 червня 2016 року

**За загальною редакцією к.філол.н., професора
генерал-майора В.В. Балабіна**

Київ – 2016

ББК-73я43
УДК - 355(477)37
Т30

*Рекомендовано до друку Вченою радою Військового інституту
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(протокол № 15 від 6.06.2016 р.)*

Т30 Тези доповідей Міжнародного форуму з кризових комунікацій
"Комунікаційно-контентна безпека в умовах гібридно-месіанських
агресій путінської Росії" [Текст] / за заг. редакцією В.В. Балабіна. – К. :
ВІКНУ, 2016. – 185 с.

Опубліковано тези доповідей науковців та викладачів Військового інституту Київського національного університету імені Тараса Шевченка, інших вищих військових та вищих навчальних закладів України, представників цивільних та військових засобів масової інформації, учасників АТО, вітчизняних і зарубіжних фахівців та експертів з питань комунікаційно-контентної безпеки, протидії інформаційним агресіям, технологічно-креативної роботи з інформаційним середовищем та загальнодержавним і регіональними інформаційними полями у взаємодії із регіональними комунікаційно-контентними середовищами.

Редакційна колегія:

Балабін В.В., ген.-майор, к.філол.н., проф., голова
Ольховой І.О., п-к, к.геогр.н., доц.
Білан М.Б., п/п-к, к.філол.н., доц.
Параніч О.П., п-к,
Клубань О.М., заслужений журналіст України, проф.
Король В.Г., доц.
Савенко В.М., член Спілки журналістів України

ББК-73я43
УДК - 55(477)37
Т30

ЗМІСТ

Тематичний блок 1.

Системні прояви комунікаційно-контентних форматів гібридно-месіанських агресій

Малєєв К.С., Геостратегічні динаміки конвенційних та неконвенційних мілітарних процесів в сучасному світі.....	7
Райхель Ю.Б., Международные журналистские пулы в использование современных террористических практик.....	10
Савчук Р.П., Специфіка лінгвістичних впливів в епоху глобального гібридного тероризму.....	15
Король В.Г., Комунікаційно-контентні агресії Кремля: характеристика, тенденції, організація спротиву.....	19
Любовець Г.В. Глобальність комунікаційно-контентних впливів гібридних тероризмів сучасності як модель панування неоварварства.....	28
Король В.Г., Любовець Г.В. Сучасний інформаційний простір України та адекватність інформаційної безпеки.....	31
Вежель Л.М., Комунікаційно-контентна безпека програмованої епохи (The Programmable Age).....	33
Бадрак В.В., Информационный фронт Кремля.....	36
Білан М.Б., Інтерпретативні позиції перекладача як фактор спотворення смислу повідомлення.....	44
Марченко-Бабіч О.М., Особливості формування суспільної думки у провідних зарубіжних ЗМІ стосовно військового конфлікту на сході України.....	47
Клабан В., Кремлевская пропаганда в информационном пространстве Чехии и военно-политический кризис в Украине.....	49
Ділай А.Ю., Комунікаційно-контентна боротьба Кремля за свідомість пересічних громадян західних країн.....	54
Сученко В.В., Комунікаційно-контентна безпека в системі національної безпеки України.....	57
Нестеренко С.О., Соціальні мережі як інструмент сучасної інформаційно-психологічної війни.....	59
Воропаєва Т.С., Гуманітарна й інформаційно-психологічна безпека як чинник зміцнення обороноздатності України.....	63

Тематичний блок 2.

Проблеми практики комунікаційно-контентного спротиву агресіям

Клубань О.М., Комунікаційні сервіси та складові безпекового сегмента.....	69
Фіщенко Д.О., Про специфіку роботи журналістів у прифронтовій зоні.....	75
Парфенюк І.М., Псевдоподії в інформаційних війнах.....	76
Медведев В.С., Практика інформирования населения в зоне АТО...	79
Кислицина Л.П., Война, которую мы не замечали больше 10 лет.....	82
Андрусів В.В., Чутки як інструмент комунікації в зоні АТО.....	83
Зоріна Я.В., Специфіка налагодження цивільно-військового співробітництва в зоні проведення бойових дій.....	86
Курбан О.В., Інтернет-технології та соціальні онлайн мережі у сучасній гібридній війні.....	90
Грень Т.П., Журналістські стандарти – атавізм чи професійна необхідність?.....	94
Коваленко В.В., Прес-офіцер як комунікатор між армією та медіа (з досвіду роботи прес-офіцера управління 17-ї отбр СВ ЗСУ).....	96
Білян П.Я., Особливості організації роботи прес-служби на рівні бригади.....	98
Хлібович Т.М., Фотографія як важливий елемент сучасного мультифункціонального безпекового сектору.....	100
Верголяс О.О., Інформаційна логістика спеціальної інформаційної операції.....	103
Лейкін О.О., Пошук джерела інформації.....	106
Рубель К.В., Крисяк П.В., Роль інвестигативної журналістики у інформаційному просторі в умовах АТО: безпековий та правовий аспекти.....	108
Клиновий Д.В., Рогов П.Д., Використання обґрунтованих оцінок господарських втрат України від війни в комунікаційно-контентному спротиву агресії.....	111

Тематичний блок 3.

Креативні індустрії як вектор можливостей профілактики та нейтралізації системних проявів гібридного тероризму

Забарило Є.О., Креативні індустрії та арт-платформи в сучасних стилістиках творення щасливого життя на звільнених територіях.....	117
Золотухин Д.Ю., Инфовойны в современном контексте.....	124
Романюк В.С., Дискредитація української армії як наратив російської пропаганди.....	131

Сегеда С.П. , Значення інформації і пропаганди у гібридній війні: історичний ракурс.....	136
Клубань О.М. , Розвиток воєнної компоненти в регіональних інформаційних полях.....	139
Савчук Р.П. , Спонтанне самоінформування як субстрат для цілеспрямованого втручання з боку агресора.....	142
Юрковская С.В., Юрковский П.П. , Об использовании особенностей психологии восприятия информации в работе ВСУ...	144
Канкін І.О., Староконь Є.Г. , Інформаційна культура особистості як елемент інформаційно-психологічної протидії в умовах сучасних викликів.....	148
Бабич Б. , Деконструкція тоталітарного дискурсу як фактор інформаційної безпеки: Українська література періоду революції гідності та АТО як протидія російській гібридній експансії в культурно-інформаційному просторі.....	154

Тематичний блок 4.

Теоретичні та практичні аспекти підготовки журналістських кадрів та фахівців інформаційно-медійних структур оборонного відомства з врахуванням досвіду застосування Збройних Сил України в АТО

Параніч О.П. , Сучасні стандарти комунікації з громадськістю (комунікаційно-контентні засади) в організації навчального процесу підготовки майбутніх офіцерів інформаційно-медійних структур.....	159
Позняков О.П. , "Слова на вітрі": наукові рефлексії в контексті підготовки фахівців інформаційно-медійних структур Збройних Сил України.....	162
Скоростецький В.П. , Проблема професійної підготовки, або прес-офіцер "версія 2.0".....	166
Проворний Є.В. , Підготовчі курси прес-офіцерів мають бути довші в часі.....	170
Пампуха І.В., Волошина Н.М. , Сучасні соціальні інтернет-мережі в житті молодих людей.....	171

Тематичний блок 1.

Системні прояви комунікаційно-контентних форматів гібридно-месіанських агресій

ГЕОСТРАТЕГІЧНІ ДИНАМІКИ КОНВЕНЦІЙНИХ ТА НЕКОНВЕНЦІЙНИХ МІЛІТАРНИХ ПРОЦЕСІВ В СУЧАСНОМУ СВІТІ

1. З того часу, як на самому “екваторі” 20 сторіччя в 1949 - 1950 рр. Джон Форбс Неш створив перші математичні моделі некооперативних ігор з ненульовою сумою та відкрив так звану “Рівновагу Неша”, ідея застосувати цю теорію в побудові загальної стратегії врегулювання міжнародних конфліктів запанувала в західному світі.

А з тих пір як в 1974 році Генрі Кісенжер продемонстрував блискучі результати застосування цієї теорії в переговорах між Ізраїлем та його арабськими супротивниками, передусім Єгиптом, вміння моделювати і, зрештою, зводити будь які конфлікти до ситуації ігор з ненульовою, насамперед, позитивною сумою стало ледь не ознакою цивілізованості.

Зважаючи на це досить природним видається те, що більшість західних експертів та політиків, які намагаються хоч чимось допомогти країнам третього світу, зокрема, і Україні, весь час твердять, що головною умовою успіху є вміння уникати ігор з нульовою чи від’ємною сумою, і вміння домовлятися про ігри з позитивною суммою. Якщо простіше – потрібно не вміння протистояти, а вміння домовлятися і отримувати свій зиск від конфліктів, усіляко ухиляючись від ідеї перемоги чи поразки. Більш того, провідні країни заходу витрачають величезні гроші на стимулювання такої поведінки.

2. Такому погляду на сутність міжнародної політики сприяло також усвідомлення того факту, що протистояння головних геополітичних гравців другої половини 20 сторіччя СРСР та США в умовах нарощування ядерного потенціалу з обох боків могло призвести до знищення людства, якщо б прийняло форму класичної конвенційної війни між ними.

3. Зважаючи на сказане вище, військове протистояння між США та СРСР набуло багато неконвенційних рис. Це, насамперед, проявилось в такому: *по-перше*, в тому що *військове протистояння мало обмежений характер*, *по-друге*, в тому, що офіційними суб’єктами військових конфліктів того часу стали треті особи (від окремих країн третього світу до повстанських релігійних і соціальних рухів і військових хунт), *по-третє*, в тому, що військові підрозділи головних суб’єктів протистояння усіляко уникали прямого зіткнення один з одним, резонно вважаючи, що таке зіткнення може мати непередбачувані наслідки.

4. В цих умовах значно підсилилася підтримка військових в третіх країнах. Армії величезної кількості незаможних країн отримали в своє розпорядження ресурси, що перевищували бюджети цих країн. Військові перетворилися на окрему касту, що підкоряла собі владу в тих чи інших країнах, та вели війни як з власним народом, так і один з одним. За роки

Холодної війни з 1947 по 1985 в світі сталося більше 70 військових переворотів. При цьому «гражданские и партизанские войны, борьба сепаратистов и конфликты между населением на этнической или религиозной почве все больше доминировали в общей картине кровопролития, ... За XX в. в целом жертвы среди гражданского населения достигли пугающих размеров: от 5% в Первой мировой войне, 50% во Второй мировой до 90% в войнах 1990-х” /Чарльз Тилли”Демократия”/

Але для тих, хто насправді значною мірою був суб’єктом більшості з цих конфліктів, тобто для військово-політичного керівництва СРСР і США та армій цих країн, військове протистояння цього часу не було чимось обтяжливим. Прямі військові втрати були досить обмеженими, а фінансування і суспільна підтримка армій весь час збільшувалась. Таким чином, для армій головних супротивників протистояння дійсно перетворилося на гру із стовідсотково позитивною сумою.

Таким чином, для основних гравців війни переставали носити риси традиційної війни, як вона склалася в Європі 17-19 сторіч, з офіційним оголошенням, військовими поразками і перемогами, мирними договорами та дотриманням різноманітних міждержавних конвенцій. Вони здебільшого перетворилися на спецоперації, з метою нанести якомога більший ситуативний збиток супротивнику, але таким чином, щоб самому офіційно не нести за це відповідальність і не спровокувати супротивника на оголошення війни.

5. Одним з побочних ефектів такого стану справ стало непропорційне підвищення ролі і могутності спеціальних служб до такого ступеню, що вони почали претендувати на узурпацію влади. Зрозуміло, що для США, зважаючи на надпотужний громадянський контроль над владними інституціями і відносною слабкістю держави перед обличчям громадянського суспільства і бізнесу загроза захоплення влади спецслужбами ніколи не була занадто актуальною. А ось для СРСР – це була цілком реальна перспектива, яка і реалізувалася повною мірою в пострадянській Росії.

6. На етапі банкрутства і розвалу Радянського Союзу спецслужби цієї країни сконцентрувалися на провокуванні національних та сепаратистських конфліктів на території національних республік, вважаючи, що таким звичним чином їм вдасться утримати ситуацію під власним контролем. Карабах, Абхазія, Південна Осетія, Придністров’я, всі ці “заморожені конфлікти” залишились у спадок з тих часів. Зрозуміло, що свої мети вони не виконали. Азербайджан, Грузія чи Молдова, незважаючи ні на що, оголосили про свою незалежність і світ визнав їх. Але криваві рани на тілі цих держав залишились.

7. На початку 2000-х, коли спецслужби остаточно узурпували владу в Російській Федерації і забезпечили собі належне фінансування і політичне прикриття вони взяли звичний курс на збільшення власної значущості шляхом, зокрема, втручання в внутрішні справи інших країн і дестабілізації обстановки в цих країнах. Передусім, це стосується пострадянських країн.

8. Такий курс з необхідністю призвів до того, що з одного боку США знову були оголошені головним ворогом і геополітичним супротивником Росії, а з іншого - до того, що Росія відновила практику проведення неконвенційних і проксі війн як на території колишнього Радянського Союзу, так і за його межами. Крім того, в своїх діях вона пішла далі, ніж Радянський Союз 50-х – 80-х років, прямо окупувавши і анексувавши Крим, частину території України, суверенітет якої, зокрема, і над цією територією, гарантувався не тільки міжнародними угодами, але й прямими ратифікованими договорами між Україною і Росією. Війна, яку розв'язала Росія на Донбасі, служить, з одного боку, спробою дестабілізувати ситуацію на всьому сході і півдні України, а з іншого – геостратегічним прикриттям анексії Криму.

9. Виникає закономірне питання, що з цим робити? Як зупинити військову експансію Росії в умовах, що склалися?

Світове співтовариство звичним для себе чином закликає і Росію, і Україну поставитися до ситуації як до гри з ненульовою сумою і домовитись про вирішення цього конфлікту за столом переговорів, заключивши щось на кшталт взаємовигідної комерційної угоди.

Україна не наважується оголосити наявний конфлікт війною, не зважаючи на наявність всіх підстав для цього, оскільки боїться остаточно розв'язати руки Росії. І має при цьому рацію - якщо конфлікт буде оголошений війною, Росія зможе мобілізувати від 6 до 8 мільйонів солдат і кинути їх на Україну, при тому, що Україна не має впевненості в дієвій підтримці Заходу в цій ситуації.

Крім того, чим більше проходить часу від початку подій, тим в більш непевному стані опиняється сама Україна, оскільки постійні намагання відновити справедливість починають виглядати як банальна сусідська чи сімейна сварка.

Росія ж взагалі не розглядає Україну як суб'єкт міжнародних переговорів, і домагається лише одного – фактичного обмеження, а в ідеалі і знищення українського державного суверенітету. Оскільки саме таке обмеження сприймається російською верхівкою як ситуативна перемога над США.

10 В цих умовах, коли проти нас ведеться сучасна комбінована війна на знищення, Україна просто не може дозволити собі ставитися до цього конфлікту як до гри з ненульовою сумою. І будь які дипломатичні домовленості, що досягаються навколо цього конфлікту не зможуть мати більший статус, аніж статус перемир'я. Ми не зможемо досягти перемоги в цьому протистоянні інакше, аніж через поразку Російської Федерації. І тому наша армія, безпековий сектор і суспільство повинні бути готові не лише до стримування ворога, а й до нанесення йому таких поразок, які б гарантували повну відмову від будь яких зазіхань на Суверенітет України, відновлення справедливості і покарання гібридно-месіанського агресора.

Райхель Ю. Б.,
обозреватель газеты «День» (м. Дніпро)

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЖУРНАЛИСТСКИЕ ПУЛЫ В ИСПОЛЬЗОВАНИИ СОВРЕМЕННЫХ ТЕРРОРИСТИЧЕСКИХ ПРАКТИК

Терроризм — довольно древнее явление. До определенного времени он носил в основном индивидуальный характер. В основном террористическая деятельность ограничивалась устранением конкурентов в борьбе за власть или для достижения каких-то других ограниченных целей. В настоящее время терроризм во многих случаях вышел на государственный уровень. В виде прямой или косвенной поддержки соответствующих организаций.

Идеологи и руководители террора прекрасно понимают важность, выражаясь современным языком, пиаровской составляющей. Теракт, особенно успешный, не имеющий широкой информационной составляющей, наполовину, если не больше, девальвирован. Вот почему наряду с техническими, организационными, финансовыми и другими аспектами теракта современные террористические организации тщательно подходят к отработке информационной составляющей. Как до проведения, так и особенно после.

Какие же составляющие пропагандистской работы террористических организаций?

Во-первых. Создание специализированных СМИ, их материальное, организационное, техническое обеспечение. Для подобных СМИ формируются журналистские коллективы. Состав их весьма разный и часто специфический, с учетом выполняемых задач и национальных особенностей.

Отмеченное обстоятельство встречается достаточно часто. Вспомним телевизионные ролики, распространяемые, в том числе, и в интернете, сайты террористических организаций. Несмотря на то, что их достаточно много, ими организаторам и вдохновителям террора обойтись невозможно.

Причина довольно банальна. Подаваемая на них информация по сути таковой не является. Это самая настоящая, часто весьма примитивная пропаганда. Крайне идеологизированная, с бедным языком, наполненная упрощенными лозунгами, зачастую с откровенными призывами к насилию и использованием ненормативной лексики.

Смысл в том, чтобы простыми линейными лозунгами привлечь нестойких, лишенных даже крупиц аналитического мышления, малообразованных людей для выполнения роли пушечного террористического мяса. В какой-то мере такая цель достигается, но ее действие непродолжительно.

Во-вторых. В мобилизации новобранцев в террористические организации не последнюю роль играет материальный фактор. Опыт борьбы с терроризмом в Латинской Америке показывает, что как только повышается жизненный

уровень населения, поддержка боевиков угасает. В Чили после свержения Альенде стали проявляться признаки экономического подъема и сразу свернулась деятельность левацких террористических организаций. Аналогично – в Бразилии, Аргентине, Уругвае.

На упомянутых террористических сайтах вопрос материального вознаграждения подается завуалировано, но желающий всегда может найти ответ на интересующий вопрос.

В-третьих. В этой связи весьма важным для террористических организаций является проблема поиска форм сотрудничества со СМИ, журналистами, напрямую не связанными с терроризмом, его организаторами и вдохновителями.

Для большинства СМИ очень важны два фактора: оперативность и эксклюзивность. Используя их, и действуют террористические организации.

Для некоторых, желательно известных и авторитетных журналистов, устраиваются эксклюзивные интервью с руководителями, идеологами и т.д. террористических организаций. Обычно они тщательно конспирируются из-за безопасности, а также из пиаровских соображений навевать тайну на свое местонахождение и деятельность. Здесь есть некоторые различия между разными террористическими организациями. Например, лидер ООП Ясир Арафат был внешне достаточно публичным, но общался исключительно с пулом приближенных журналистов. Лидер Аль-Каиды Усама бен Ладен очно с журналистами не общался, только по скайпу и только с арабскими, иногда с мусульманскими СМИ. К тому же это было очень редко.

Вопрос персонального выбора журналистов для эксклюзивного интервью или другого вида публикации в значительной мере дело вкуса лидеров террористов и согласия органа информации в будущем опубликовать или показать материал. Кстати, не все журналисты соглашались общаться с террористами по этическим соображениям, так как рассматривают это как своего рода пособничество в убийстве людей.

Тем не менее, желание побеседовать с лидерами террористов, побывать в лагерях подготовки боевиков по большей части перевешивают этические предостережения. Такой информационный повод является товаром скоропортящимся. Не возьмете вы такое интервью, весьма вероятно, что обратятся к конкурентам. И там не будут долго колебаться. Поневоле поедешь в дальние углы планеты.

Здесь надо иметь в виду, что, поддавшись на определенную эксклюзивность, журналисты попадают в некоторую зависимость от террористов. В первом интервью или репортаже есть известная доля свободы, во втором — ее уже меньше. Материал и возможность предоставляется, но с определенными условиями. У журналиста есть некоторая репутация связи с террористами, не все хотят этот статус потерять. Дальше сотрудничаешь — угол падения увеличивается очень быстро. Как говорил Черчилль, кто садится обедать с дьяволом, должен запастись длинной ложкой.

Второй фактор — оперативность. Пиаровские службы террористов подбирают СМИ, которые согласны публиковать их материалы. При этом они обеспечиваются ими в первую очередь, часто с определенным опережением, конечно, не в ущерб подготовке и осуществлению терактов.

Практически это осуществляется чаще всего с использованием современных средств связи. Либо в редакции опережающим образом поступают соответствующие материалы, либо редакцию предупреждают о событии чаще всего за несколько минут до теракта, когда помешать ему невозможно или чрезвычайно трудно.

Понимая, что подобные послания могут перехватываться спецслужбами, использоваться ими в борьбе с террористами, последние прибегают к различным ухищрениям. Отметим, что соответствующая информация конспиративно может передаваться избранным журналистам. По большей части это достаточно опасно, так как спецслужбы, несомненно, выйдут на след. Так что такой способ связи используется крайне редко, обычно однократно.

В связи с изложенным, в большинстве случаев общение террористов с журналистами происходит однонаправленно.

Во-первых, рассылкой пропагандистских материалов, в последнее время в виде роликов. Это относительно безопасно, достаточно просто и возможен максимальный охват аудитории.

Во-вторых, теракт, особенно с большим количеством жертв, максимально оперативно показывается по телеканалам и в интернете. Это и есть важная цель террористов. Показать свою силу и возможности. Заодно проводится мысль о тщетности борьбы с организациями подобными Аль-Каиде. Нечто подобное настойчиво внушалось боевиками Исламского государства с помощью публичных казней, распространяемых по телевидению и в социальных сетях.

Оперативность штука довольно опасная. Репортаж с места событий чаще всего насыщается сенсационными деталями, панорамными съемками разрушений и других леденящих душу последствий. Взятые на скорую руку комментарии практически никакой информации не несут, но здесь можно стать пленником скороспелых мифов, которые потом могут иметь долгую жизнь.

Именно в такие моменты террористы часто вбрасывают в медиaprостранство нужную им информацию под видом объективности.

Хуже всего, если за терактом стоит государство. Катастрофа малайзийского самолета — один из ярких примеров использования СМИ для достижения своих целей. В частности, в широком освещении произошедшего скрыть роль государства, стоящего за гибелью людей.

Отметим, что желание СМИ объективно подавать информацию используется террористами для подбрасывания ложных данных, в которые вкраплены, и довольно умело, действительные факты. Самой большой ложью является полуправда. И этим активно пользуется российская пропаганда для скрытия участия в проведении террористических операций на Донбассе.

Для этого в СМИ размещаются соответствующие материалы, финансируются пророссийские организации, выпускаются газеты и телепередачи. Некоторое время назад российская пропаганда подняла информационную волну о том, что в Нидерландах сделали вывод о причастности украинских военных в катастрофе малазийского самолета. Репортажи на федеральных каналах состояли из вырванных из текста заявлений нидерландских чиновников. Цель состояла не только в воздействии на внутреннюю аудиторию, а и вбрасывании выгодной террористам информации в мировые СМИ.

Не следует недооценивать российскую пропаганду. За ней стоит опыт советской. Хотя ложь и опровергается, но от частого повторения что-то остается. Пример тому – ряд кинофильмов западных телевизионщиков о событиях в Крыму, на Донбассе и о катастрофе малазийского самолета.

Отдельно следует остановиться на остром противостоянии террористов и СМИ. Достаточно вспомнить историю с публикацией карикатур на пророка Мухаммеда в датской газете «Jyllands-Posten» и развернувшийся после этого скандал в 2005-06 гг. Трагедией закончилось нападение боевиков на редакцию французского сатирического журнала «Charlie Hebdo», когда было убито 12 человек.

В данном случае террористы преследовали две цели. Первая – запугать журналистов, а в более общем смысле всю западную прессу. И вторая – наглядно показать бессилие французских спецслужб. Надо сказать, что после этого нападения работа соответствующих органов во Франции была реорганизована, но, как оказалось, не в полной мере, что показали последующие теракты в Париже и Брюсселе.

Терроризм всегда является врагом свободной прессы и независимости журналистов. Однако весьма искусно научился использовать их в своих целях. Вопрос о границах возможного взаимодействия с террористами вообще и с государствами, поддерживающих терроризм, в частности, остается дискуссионным. Тем не менее, некоторые подвижки уже есть. Так американские телевизионщики прямые картинки последствий терактов не дают, ограничиваясь панорамными съемками с большого расстояния и комментариями представителей спасателей или спецслужб. Пришлось это делать самим террористам на своих сайтах.

Противостояние с терроризмом является примером несколько специфичной гибридной войны. Наряду с классическими видами боевых действий, в ней значительную часть занимает борьба относительно небольших подразделений часто в больших городах.

Второй важнейшей частью этого противостояния является информационная и пропагандистская. С советских времен последний термин приобрел определенный негативный оттенок. Однако, мы не можем оставить без ответа пропаганду террористов. Нам необходима своя пропаганда, не примитивная, а современная.

Под этим, в первую очередь, имеется в виду вывод из тени подготовки терактов. Публичное знание о подготовке теракта чаще всего действенным образом срывало его осуществление. Наиболее подготовленные к борьбе с террористами израильские спецслужбы иногда пользуются этим приемом. Практически всегда результат был положительным.

Скрывать информацию о терактах контрпродуктивно. Здесь не стоит вопрос о замалчивании, к чему иногда призывают российские политики. Сообщать надо обязательно. Вопрос состоит в форме подачи этого горячего в прямом и переносном смыслах материала. Особенно это касается телевидения. Во многих случаях нет смысла давать картинку с места события в режиме online. Достаточно и дикторского текста. Аналогично с фотографиями в газетах. Последствия можно показать потом с соответствующими комментариями. Таким образом, СМИ не будут идти на поводу у террористов и фактически выполнять за них пропагандистскую работу.

Второй важный аспект, которому, на наш взгляд, уделяется недостаточное внимание. Наиболее чувствительной сферой террористов являются источники их финансирования. Они всегда скрываются самым тщательным образом. Так было всегда. Большевики во главе с Лениным скрывали это из последних сил. Особенно тот факт, что значительные средства были получены бандитским путем от так называемых экспроприаций. Многие вещи известны из открытой, но малоформатной прессы. Этим, при соответствующей проверке, следует пользоваться.

Третий аспект. Внутренние часто противоречивые взаимоотношения в среде боевиков, грабеж и присвоение полученных средств от спонсоров выставляют, в первую очередь, лидеров террористов в невыгодном свете. Эти факты также есть в открытом доступе, ими нужно умело пользоваться.

И четвертый аспект. Государственный терроризм, поддержка государственными структурами боевиков и их организаций также должны освещаться. Обратим внимание как дозировано подавалась российскими органами информация об операции в Сирии. Кстати, широкое освещение в мировой прессе действий российской авиации не против боевиков ИГ, а против умеренной оппозиции, сыграло не последнюю роль в свертывании российского участия. Характерно, что после этого правительственные сирийские войска не смогли добиться поставленных целей, в том числе из-за отсутствия воздушной поддержки. Однако, несмотря на заявление Путина, возвращения основных сил в Сирию не происходит.

СМИ на обозримый период останутся полем битвы с терроризмом. И это часть гибридной войны, которая разворачивается в настоящее время.

СПЕЦИФІКА ЛІНГВІСТИЧНИХ ВПЛИВІВ В ЕПОХУ ГЛОБАЛЬНОГО ГІБРИДНОГО ТЕРОРИЗМУ

Найперше, слід зазначити, що в світі, який практично повністю охоплений мережевими комунікаціями, будь-який конфлікт набуває гібридного характеру. З одного боку, це пов'язано з більшою ефективністю впливу та меншою вартістю його реалізації, а також з тим, що гібридна атака призводить до набагато менших втрат в інфраструктурі та людських ресурсах, які згодом агресор планує використовувати. Руйнування та деструкція структур інформаційних полів чи контенту у свідомості певних спільнот може бути заповнена згодом за допомогою відповідних технологій в інтересах агресора.

На сьогоднішній день проникнення технологій глобальної мережі в глибину управлінських, виробничих, культурних та комунікаційних процесів у найбільш розвинених країнах світу стало всеохопним, а завдяки системам глобального позиціонування та підвищенню якості зв'язку дозволяє організовувати проникнення мережі та її комунікацій практично в будь-яку бажану точку планети, включаючи Антарктиду та малодоступні області Африки. Таким чином, технологія специфічного впливу, що опирається на технології мереж і створеного ними інформаційного поля і контентного впливу через інформаційне поле може бути поширене на будь-яку спільноту та у будь-яку точку світу. Унікальність нинішнього становища полягає в тому, що на сьогодні можна спершу створити інформаційне поле з необхідними конфігураційними характеристиками на необхідній території, а потім вчинити на його основі атаку гібридного типу.

Якщо раніше спостерігалось явище проникнення в інформаційне поле і його перетворення відповідно до потреб агресора, то зараз можна на прикладі сучасного гібридного тероризму в різних точках світу спостерігати новий крок такої технології: створення інформаційних полів агресора на субстраті існуючих недостатньо високоорганізованих полів території-жертви та з використанням її ж контентних ресурсів та інструментів.

Для того, щоб зрозуміти механізми даного явища, необхідно виділити базові інструменти, за допомогою яких воно знаходить свою реалізацію.

В середовищі дослідників та спеціалістів з масових комунікацій різних напрямків дуже часто можна зустрітися з переконанням у тому, що найбільш потужна частина впливу відбувається через візуальний канал. Таке переконання засноване на численних і багаторазово підтверджених дослідженнях важливості і переважного характеру функціонування саме візуального каналу сприйняття у людини. Відомо, що незалежно від індивідуальних характеристик налаштування сприйняття, у людини розумної переважає аналіз в першу чергу зорової інформації. Люди, що належать до кінестетичного та аудіального типів

переважно кодують інформацію в своєму звичному каналі (аудіальному або кінестетичному), але первісна обробка інформації після її надходження до аналізаторів від органів сприйняття, відбувається на рівні конструювання картини світу в ретикулярній формації мозку, коли сигнал ще проходить обробку другої сигнальної системи.

Однак, при цьому переоцінюється роль саме піктографічної, рисуночної інформації, візуального образу на противагу словесному. Особливістю образів піктографічного типу є те, що вони є однозначно сформованими і сприймаються перцепієнтом 69 у вже готовому вигляді. Відповідно, для певної частини глядачів цей образ може бути позитивним і мати активні конотації, для іншої частини він може нічого не означати, а у когось викликати спротив і відразу. На відміну від такого візуального образу, образ, який формується під дією вербальної інформації через другу сигнальну систему, створюється кожним перцепієнтом самостійно, на базі досвіду та “словника образів” власної свідомості, і при правильному виборі засобів впливу може бути гарантовано впливовим і при цьому повністю екологічним для його свідомості. Дуже добре цей принцип прояснено російським письменником Юрієм Нікітіним, який зауважив, що у відеоряді, або на картинці, образи вже кимось задані, і не обов’язково вони відповідають моїм особистим уявленням або смакам, а от коли я читаю книгу, то малюю образи в свідомості самостійно, відштовхуючись від слів, – і вони обов’язково на мене впливають, тому що створені мною як мій особистий, персонально пристосований для мене “продукт”.

Відповідно, вплив через символічно-словесне кодування інформації на порядок більш інтенсивне та ефективне, ніж через візуальні образи. Блискучим історичним прикладом спецоперації з перетворення контенту індивідуального інформаційного поля особистості на окремо взятій території є створення ісламу, де основа світогляду передається виключно в вигляді тексту (Корану), а зображення фізичних живих об’єктів будь-якого роду просто повністю заборонено традицією.

Іншим яскравим прикладом перетворення може бути асиміляція західних областей України в різний час Австро-Угорською імперією через насадження мови, школи, літератури, юридичних документів виключно мовою домінуючої крани. Однак, якщо традиційно в історіографії існує уявлення про те, що всі особливості впливу такого роду зводяться до насадження норм мовної поведінки та обмеження сфери застосування рідної мови та культури, то спостереження за сучасними гібридними агресіями дозволяє уточнити та спростувати такі уявлення. Наприклад, під час агресії Росії на сході України обмеження сфери вживання української мови не проводилося де-факто взагалі, а мовна поведінка переважної більшості населення не проходила суттєвого перетворення (воно і так було російськомовним в більшості). Основна реконструкція контентного простору території проходила в межах витіснення образності та тематики, аргументаційних рядів та подій українського походження в інформаційному полі.

Процеси гібридного тероризму ще майже не досліджені як явище, дане нам в спостережуваних фактах. Однак, не викликає сумнівів той факт, що це явище не є природним результатом розвитку інформаційно-контентного середовища мережі комунікацій, воно – результат цілеспрямованого застосування спеціальних технологій. Тобто, ми, як дослідники, займаємося не відкриттям природних закономірностей розвитку звичайного, природного, хоча і нового, ще не відомого достеменно процесу, а реконструюємо свідомий зовнішній вплив на цей процес з боку певної осмисленої сили.

Із зібраних за багато років спостережень за проявами гібридної агресії в інформаційних полях, можна виділити кілька важливих напрямків застосування з боку агресора саме лінгвістичних технологій, які базуються на знаннях, отриманих групою наук, що займаються вивченням мовної та символічної поведінки людини.

Однією з найпотужніших форм перетворення контентного поля є дія через масову літературу та форми довгочасного ідеологічного впливу. Наприклад, за 3 – 4 роки до подій Майдану гідності та початку відкритої фази гібридно-месіанської агресії з боку Росії, тільки на території України активно продавалися великими тиражами (більше 15 000 екземплярів) більше 300 найменувань книг у жанрових напрямках наукової героїчної фантастики, героїчної фентезі, альтернативної історії, детективу та інших популярних жанрів, основним змістом яких була тематика “упокорення України”, розвитку та становлення потужної Російської імперії, відновлення традицій Російської імператорської армії та флоту, їх сучасний модернізований розвиток (зокрема, і космічний), повернення розвитку людства до “славної епохи” кінця 19 ст. – початку і середини 20 ст. та відновлення світової справедливості до “великої Росії”, яка втратила свою велич через прошуки “західних союзників”. Кількість найменувань таких творів, виданих в Росії, які не потрапили на український книжковий ринок, просто не піддається підрахунку.

Для даного типу впливу слід виділити кілька важливих факторів. Як свідчать дослідження багатьох сучасних літературознавців, найпотужніший вплив на формування свідомості великих людських спільностей та протягом максимально довгого часу складали саме книги – тексти великого обсягу. Так, наприклад, “Божественну комедію” Данте Аліг’єрі у його рідній Флоренції знали майже всі без виключення мешканці, часто напам’ять в найцікавіших фрагментах, а масове знання і цитування цього твору по всій Італії підтверджується залишками поеми в народній творчості, приказках та піснях з різних італійських регіонів, які на сьогодні самі носії італійської мови щиро вважають народними творами. Аналогічна ситуація – з “Дон Кіхотом” Сервантеса і п’єсами Лопе де Веги в Іспанії. Китайська традиційна література, зокрема, грандіозні історичні романи-епопеї “Трицарство”, “Подорож на Захід” та інші не тільки ввібрали в себе народну творчість, але і з моменту своєї появи і по сьогодні ця народна творчість активно формували. Встановлено і те, що найпотужніший вплив на свідомість по величині охоплення мас людей, а також

за глибиною впливу на свідомість та її перетворення в бажаному напрямку, а також і за фактором дії в часі найефективнішим інструментом є тексти великого обсягу. Тобто, якщо за допомогою невеликих повідомлень в соціальних мережах можна провести тактичну спецоперацію або підняти революцію, то створити нову націю або змінити напрямок її розвитку можна лише за допомогою “Кобзаря” або Корану.

Іншим важливим фактором є те, що перетворення національного контентного поля, наповнення поля смислів проводилося переважно українськими авторами. До третини письменників, що створювали необхідний для агресора контент були українськими громадянами, відомими українськими письменниками, що пишуть російською мовою. Третій визначальний фактор – для створення відповідного контенту залучалися автори найвищого рівня володіння сучасними технологіями створення ефективного тексту.

Технології редагування тексту в напрямку підвищення його практичної функціональності досягнули надзвичайно високого рівня розвитку. В них влилися досягнення нейролінгвістичного програмування, зокрема, мета-моделі, моделі гіпнотичних патернів Мільтона-Еріксона, засобів прямого проникнення до рівня реакції лімбічного тіла та рептилоїдної формації кори головного мозку. Більшість таких технологій насправді є загальнодоступними і вивчаються майбутніми письменниками, сценаристами, маркетологами тощо в більшості розвинених країн Заходу та Далекого Сходу. Вони не є таємними та поширюються без жодних випущень у формі численних підручників, книг із серії “Сам собі психолог” та іншої пізнавальної літератури. Проте, застосування таких технологій вимагає значного вишколу, спеціального тренування та довгочасного застосування методик з метою вироблення свідомої компетенції у їхньому застосуванні. Вони ґрунтуються на маніпуляції лексикою, образністю, архітектонічними характеристиками тексту, а також на створенні візуального представлення тексту на ритміки його сприйняття перцепієнтами.

В масштабах гібридного тероризму технології лінгвістичного впливу працюють на багатьох рівнях одночасно і поки що більшістю спеціалістів, як видається, не фіксуються як частини одного спільного структурованого впливу. Так, наприклад, масове прийняття молодими людьми, особливо жінками у віці 16 – 22 роки мусульманства, в мережі через контакти в соціальних мережах проводяться на рівні спілкування в месенджерах та згодом особистого спілкування з носіями традиції. Вивчення скриптів спілкування та розповідей новонавернених дає абсолютно чітку та однозначну картину застосування патернів Мільтона-Еріксона та технік “обходу свідомості” і активізації позасвідомих реакцій лімбічного тіла, які широко застосовуються в техніках сексуального зваблення та міжстатевого спілкування.

З іншого боку, створюються ефективні символи та ідейні конструкції, які дозволяють формувати навколо себе той тип сприйняття дійсності, який відповідає інтересам агресора. Яскравим прикладом є поширення радянської літератури, пропагування образів часів Другої світової війни, наполегливе

застосування лексики, характерної для цього часу та переосмислення її образів на технологічному тлі нових епох, для чого активно застосовується фантастика та аніме. Дуже важливим фактором ефективності перетворення контентного поля є різноформатність і одночасність впливу. Це і великі художні тексти, і авторська журналістика, і робота в соціальних мережах, і дрібна регіональна новинна журналістика, і нав'язування мовних шаблонів спілкування на рівні побутового мовлення (моди на певний сленг та цитати тощо).

У зв'язку з вищеописаним станом речей виникає ситуація, коли в сьогоденному інформаційному полі є можливість формування будь-яких груп, здатних самостійно конструювати контент будь-якого рівня якості і спрямування впливу з високою його ефективністю на масову свідомість. Відповідно, при відсутності цілеспрямованого заповнення інформаційного поля власним контентом з високим ступенем впливу, виникає інформаційний вакуум, в якому знаходяться майже безконтрольні інструменти формування свідомості крупних груп, як на окремих територіях, так і у формі розподілених мереж пов'язаних між собою осіб. Це і є той субстрат, який використовується гібридним агресором для реалізації власних інтересів.

Король В.Г.,

доцент кафедри військової журналістики (ВІКНУ)

КОМУНІКАЦІЙНО-КОНТЕНТНІ АГРЕСІЇ КРЕМЛЯ: ХАРАКТЕРИСТИКА, ТЕНДЕНЦІЇ, ОРГАНІЗАЦІЯ СПРОТИВУ

“Міць інформаційної зброї я відчув під час війни в Донбасі. Якби не журналістика, вірніше, пропаганда, замаскована під неї, війни б не було, вона розпалила ненависть в людях. Я знімав останній проукраїнський мітинг в Донецьку. На моїх очах люди з кілками, прутами, в бронежилетах і касках били дівчаток-студенток, а міліція не діяла. За моєю спиною стояв кореспондент Lifepnews, який в прямому ефірі розповідав, що тільки що фашисти-бандерівці побили мирний проросійський мітинг, тобто викладав все з точністю до навпаки”.

Єфрем Лукацький, фотокор агентства Associated Press

Останні місяці Бережанський район на Тернопільщині став ареною протистояння з російським агресором. При чому агресор діє на абсолютно законних підставах, якщо вірити офіційним відповідям, що їх надсилає бережанцям Національна рада з питань телебачення і радіомовлення.

Суть справи полягає в тому, що єдина в районі ФМ-радіостанція стала мовити російською. А причина обурення те, що на розважальному ФМ «Радио Пятница» низькосортний російський шансон вкупі з такою ж попсою нещадно ріже слух бережанців. Прояви ж «руського міра» в репертуарі радіо місцеві мешканці взагалі розцінюють як «ідеологічну диверсію».

До протестних заходів, які наразі виражаються у направленні до різних інстанцій листів від діячів культури, освіти, журналістів і навіть духовенства, місцеві активісти вдаються вже тривалий час. Нещодавно у Фейсбуці було поширене звернення громадян району до «всіх небайдужих по допомогу». Бережанці волають про необхідність захистити рідну мову та виступають «проти окупації нашого культурного простору».

Втім, це вже голос відчаю. Бо перед цим громадськість разом з міською владою зверталась до міністра інформаційної політики з проханням про допомогу, однак не отримала навіть відповіді. А відповідь Національної ради з питань телебачення і радіомовлення лише викликала нові обурення, оскільки чиновники повідомили, що діяльність державного підприємства «Новий обрій» («Радио Пятница») відповідає вимогам Закону «Про телебачення і радіомовлення». Враховуючи, що це єдине в районі ФМ-радіо, виникає закономірне питання – як таке сталося і кому це вигідно?

Варто зазначити, що лише після наполегливих звернень до всіх державних інстанцій, засобів масової інформації Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення, зрештою, призначила позапланову перевірку ДП «Новий Обрій» (позивні: «Радио Пятница»).

Ситуація в Бережанському районі набула публічного розголосу і це дало змогу громадськості добитися бодай уваги відповідних посадових осіб. Однак сказати, що такий стан речей є зараз винятковим, не можна. Засилля «руського міра» навіть за умов фізичної агресії з боку путінської Росії відбувається по всій Україні. Це є ніщо інше як креативно-сценарні прояви комунікаційно-контентних агресій як технологічного вторгнення в життя громад. Такі агресії путінці різноформатно здійснюють на всій території нашої країни за допомогою глобальних технологічних інфраструктур, мереж, агентів впливу та елементарного матеріально-ресурсного фактору, на який без тіні сумніву ведуться як місцеві, так і столичні чиновники, політики, працівники пера в стилістиці гібридних дій путінського месіанізму тощо.

Щоб не бути голослівним, наведу результати дослідження, проведеного в березні 2015 року соціологічною групою «Рейтинг» на замовлення Міжнародного Республіканського Інституту США (International Republican Institute, директор - сенатор США Джон Маккейн). Мета цієї роботи полягала у вивченні багатоаспектних особливостей мови спілкування в Україні. Соціологія проводилась в усіх обласних центрах, окрім окупованих центрів Донбасу та Криму. В межах дослідження опитано 17 000 респондентів безпосередньо в обласних центрах.

Одразу зазначу, що за результатами цієї соціологічної роботи «абсолютна більшість мешканців обласних центрів у Західній Україні і відносна більшість у Центральній Україні спілкуються вдома українською мовою». Цей показник становить у Львові 93%, у Вінниці – 70%, у Черкасах – 52%, у Полтаві – 47%, у Києві – 27%. Значна частина містян спілкується вдома як українською, так і російською.

В ході соціологічного дослідження здійснювався моніторинг п'яти радіостанцій з найвищим рейтингом. Часові параметри – з 16 до 20 години у будні дні.

З 1200 хвилин (20 годин) сумарного моніторингу програми та пісні українською мовою становили відповідно 22,6% ефірного часу. Але такий результат отриманий лише завдяки Першій програмі Українського радіо, де частка мовлення українською становить 91,7%.

Під час моніторингу в ефірі 5 радіостанцій, як свідчать дані дослідження, пролунало в сумі 184 пісні, з них лише 9 (!) – українською мовою, 74 – російською, 101 – іншими мовами (більшість з яких – англійською). Тобто, якщо загальну кількість пісень, що лунали в прайм-тайм на провідних радіостанціях взяти за 100 відсотків, то пісні українською мовою становили лише 4,9%. Водночас пісні російською мовою зайняли 40,2% від загальної кількості.

Факти тотального різноформатного засилля російського контенту з сурковсько-путінською акцентацією наразі можна спостерігати в багатьох регіонах України. Відбувається це з відповідним комунікаційно-контентним креативно-сценарним супроводженням у засобах масової інформації та засобах масової комунікації. Розмовами про те, що громадянський патріотизм українця не залежить від мови спілкування, прикриваються дії різноманітного ігнорування чиновниками як центрального, так і місцевого рівня державної мови або сприйняття ними проблем державної української мови та культурно-ментальних дискурсів територій як неважливих на даний момент. Причому робиться це навіть за умов військово-безпекового протистояння з путінською Росією.

Хотів би звернути тут увагу на те, що ідеологічний концепт просування, вживлення та нав'язування «руського міра» передбачає найактивніше вживання всіма апологетами – від найвищих чиновників до «бійців ідеологічно-кремлівського фронту» із пропутінських засобів масової інформації – таких термінів як «суверенна демократія», «модернізація» та «патріотизм». Забалакування і постійне нівелювання такого сильного та суспільно-енергетичного поняття як громадянський патріотизм якраз і є однією з цілей путінських політтехнологічних центрів глобального комунікаційно-контентного вторгнення в життя громад по всьому світу.

Це підтверджують, зокрема, і наші європейські партнери. Так, міністр культури Латвійської Республіки Даце Мелбарде минулого року в інтерв'ю українському виданню заявила: «Одна із цілей російської пропаганди – послабити відчуття патріотизму».

За такого відношення чиновників до державної мови зростає агресивне несприйняття української мови посадовцями різних державних та приватних установ і організацій. Так, минулого року працівниця митниці київського аеропорту Жуляни, незважаючи на законні претензії пасажира щодо спілкування державною мовою, принципово відмовилася переходити на

українську. При цьому вона обслуговувала іноземця англійською без жодних проблем.

За умов зростання динамічних реалій креативно-технологічної комунікаційно-контентної агресії Кремля в Україні (на тлі фізичної) мовна (контентна) проблема стає ключовою для національної безпеки і, зокрема, військово-безпекового сектору. Чомусь фахівцями з питань інформаційної війни рідко береться до уваги той факт, що потенційними об'єктами російської пропаганди за допомогою прямих та опосередкованих механізмів комунікаційно-контентного впливу є саме російськомовне населення. А там, де частка такого контингенту зовсім мала (територія Західної та частково Центральної України), застосовуються технології культурно-мистецького проникнення російсько-пропагандистського контенту, що ми бачимо на прикладі «Радио Пятницы» на Тернопільщині.

Варто звернути увагу на агресивну політику просування російської мови за межами Російської Федерації. За офіційними даними, фінансування «Федеральної цільової програми «Російська мова» на 2016-2020 роки збільшилася в три рази в порівнянні з аналогічною попередньою програмою» і тепер становить 6 мільярдів рублів. Неважко дійти висновку, що частка цих коштів, спрямована в Україну, є, мабуть, найбільшою. І такий «щедрий» фінансовий підхід приносить свої плоди: на різних рівнях українські патріоти стикаються з проявами антидержавницьких дій з боку ...власних громадян. Так, у лютому цього року вчителя російської мови та літератури Знам'янської загальноосвітньої школи № 3, що на Кіровоградщині, Наталю Артем засудили на 3 роки (умовно, з іспитовим строком на два роки) за розповсюдження сепаратистських настроїв та ведення антидержавницької пропаганди.

Дії даної особи направлялись кураторами з Росії, про що вона знала достеменно. Однак без всяких сумнівів погодилася адмініструвати інформаційне наповнення спільнот «Кіровоград Новороссия» та «Новороссия – наша земля/Русская весна». Згодом вона розмістила на своїй сторінці в соціальній мережі «Вконтакте» так званий «Акт о провозглашении государственной самостоятельности Кировоградской Народной Республики», який, за висновком спеціалістів, містив публічні заклики розпочати збройну боротьбу проти державної влади в Україні з метою зміни конституційного ладу.

Таких проявів прямої антидержавної діяльності можна нарахувати лише за інформацією у ЗМІ чимало. Так, СБУ періодично повідомляє про затримання місцевих мешканців в різних регіонах за різні дії, спрямовані проти держави — розповсюдження газет сепаратистського спрямування “Новороссия”, інших друкованих матеріалів, ведення агітаційної роботи тощо.

Однак досить тривожним є те, що реагування відповідних державних служб, зокрема судів, на такі факти досить слабке. До того ж, воно не набуває достатнього розголосу та відповідної оцінки з боку суспільства. Так, два роки і два місяці Печерський суд Києва розглядав позов секретаря Національної спілки журналістів України Гліба Головченка, автора телепередачі

“Телевізійний прес-клуб з Глібом Головченко” миколаївського телеканалу “ТАК TV” до ТОВ “Об’єднання російських телеканалів”, ЗАТ “Первый канал. Всемирная сеть”, ВАТ “Первый канал” Російської Федерації щодо визнання недостовірною інформації, яка була оприлюднена в сюжеті “Первого канала”, спростування цієї інформації та стягнені моральної шкоди. Ще в березні 2014 року російські пропагандисти використали фотографії з телепередачі Головченка із його власним зображенням і за кадром повідомили про підготовку “штурмовых групп и диверсионных отрядов”. Позов став результатом відмови “Первого канала” від спростування та вибачення.

Два роки Головченко та громадськість чекали на справедливе рішення “найкращого” суду України. Це рішення могло стати прецедентом щодо подальшого подання позовів українськими громадянами до кремлівських ЗМІ, які ведуть масовану пропаганду і в переважній більшості надають викривлену або просто брехливу інформацію.

Але суддя Батрин О. В. прийняла інше рішення і, за словами Гліба Головченка, “стала на бік російських пропагандистів”.

Повертаючись до випадку із знам’янською вчителькою - це поодинокий приклад практичного застосування апологетів «руського міра». А якщо врахувати кількість проросійських (а фактично, пропутінських) організацій, офіційно зареєстрованих в Україні, які отримують повноцінне фінансування з РФ, то картина комунікаційно-контентної діяльності ворожих спецслужб стане не просто вражаючою, а реально загрозливою для національної безпеки. До слова, на 1995 рік російських організацій в Україні (відповідно до закону «Про національні меншини в Україні») нараховувалось 24. За десять років їх кількість зросла до 70. «Русское движение Украины», «Русская община Украины», «Русский совет Украины», «Русское собрание» - список можна продовжувати. До цих громадських організацій згодом доєдналися партійні організації, такі як «Руський блок», «Союз», «Слов'янська партія» та інші, які, за висновками політичних експертів, «є носіями ідеології російського націоналізму».

Однією із засад “руського міра” є активне (залежно від ситуації — агресивне чи м’яке) просування російської мови та культури на всіх теренах, які підпадають під поняття “інтереси Російської Федерації”.

Тут варто звернутися до результатів досліджень, проведених Київським міжнародним інститутом соціології, а також соціологічною групою «Рейтинг» (відповідно у лютому 2015 року та у серпні й листопаді 2014 року). Ці опитування підтвердили пряму залежність між мовою спілкування респондентів та їхньої вразливістю до проявів російської пропаганди.

Дослідники КМІС ввели нову оціночну характеристику для розуміння глибини проникнення російського пропагандистського контенту у свідомість пересічного українського громадянина - індекс результативності російської пропаганди (РРП). Він мав визначати адекватну відповідність сприйняття респондентом логічного ланцюжка основних тез, які пропонувались в ході

опитувань: “майдан організували американці разом із націоналістами — в результаті майдану до влади прийшли націоналісти, які загрожують російськомовному населенню України — Крим і схід України були в небезпеці — Крим вдалося захистити, включивши його до складу Росії, а схід повстав і хоче незалежності та гарантій безпеки — націоналісти, що незаконно прийшли до влади, почали війну зі своїм народом”.

Дослідження проходило по всій Україні, включно з тимчасово окупованими районами Донецької і Луганської областей. Виняток - лише Крим. Для україномовного населення індекс РРП становив 15 одиниць, для російськомовного — 38. Висновки, таким чином, на поверхні — російська пропаганда, незалежно від того, у яку “обгортку” упакована, є ефективною, насамперед, у російськомовному середовищі. Тобто, найвразливішими для ворожої пропаганди залишаються східні і південні регіони України.

Такий стан речей є результатом продовження засилля пропутінського контенту через російськомовні громади в країні. Незважаючи на зміни в суспільстві, які відбулись після Майдану гідності, бойові дії (у форматах гібридного тероризму) на Донбасі, де українські захисники протистоять військовим агресіям путінців, у сфері комунікаційно-контентної безпеки наразі не намітились суттєві зрушення на краще.

Таким чином, можемо констатувати, що комунікаційно-контентні агресії з боку путінської Росії є комплексним багаторівневим креативно-технологічним, витонченим просуванням різноформатних проблематик, тем, ідей, фундаментальним підґрунтям яких є ідеологічний концепт “руського міра”, для досягнення комунікативного проникнення в різні соціальні верстви споживачів інформаційного продукту з метою унеможливлення українського національного спротиву та відновлення патерналістського стану українського суспільства як передумови повернення країни в орбіту російської імперії з подальшим тотальним нищенням середовищ з гуманістичними цінностями мирної цивілізації.

В більш ширшому розумінні, якщо брати до уваги зусилля путінської Росії на цьому напрямі в Європі та інших країнах світу, комунікаційно-контентні агресії — це комплекс державно-корпоративних та релігійно-конфесійних спеціальних заходів, спрямованих на створення іншої, віртуальної, дійсності у свідомості пересічних громадян різних країн світу, а також реальне формування громадської думки для переформатування на цій базі державно-адміністративних устроїв у визначеній - як ціль - державі або групі держав.

Сьогодні ми змушені констатувати, що менше 30 відсотків газет в Україні видаються українською мовою. Для журналів і інших періодичних видань (станом на 2014 р.) ця цифра значно менша — 9,9%, при тому, що ще 2010 року ця цифра сягала майже 20 відсотків.

Характерним є і те, що російська мова в прай-тайм на 8 найпопулярніших телеканалах займає 44 відсотки, двомовність становить 26%, а на українську

мову залишається лише 30 відсотків найкращого часу для перегляду телепередач (дані 2015 року).

Пояснюється така ситуація тим, що традиційно український бізнес насправді був російським або, в кращому випадку, російськомовним. Мається на увазі власники бізнесу, які за своїм походженням або пріоритетами сповідували політику прихильності до колишньої метрополії. Тому питання української мови для них було не лише неперіоритетним, але й таким, що викликало ідіосинкразію. Незважаючи на плин часу ситуація в цій сфері майже не змінилася.

Саме в цьому криється розгадка, чому, наприклад, низка відеофільмів про видатних діячів української культури і науки, а це більше 80 десятихвилинних серій, які створив культоролог Марко-Роберт Стех, не стала подією на жодному центральному каналі. Для всіх них це був так званий «неформат». Погодився продемонструвати ці стрічки лише київський регіональний телеканал.

Така ж доля спіткала пластиліновий мультсеріал «Моя країна — Україна». Кожна із 26 серій цього «мультика» присвячена українській народній казці або історії якогось визначного міста чи села. Тривалість кожної історії, які створила студія «Новаторфільм» за сценаріями Сашка Лірника та інших митців, не більше 4 хвилин. І знову від провідних телеканалів, серед яких «1+1», Інтер, «Україна», звучало звичне «не формат». Погодився транслювати мультсеріал один телеканал — Громадське ТБ.

Якщо співставити всі ці «пазли» повзучого просування російської мови, пропаганди на цій базі «руського міра» та одночасного витіснення української, ми побачимо цілісну картину різноманітних комунікаційно-контентних гібридних агресій проти України, які здійснюються на постійній основі, за чітким планом та з визначеною метою.

Більше того, комунікаційно-контентні агресії стали путінським ноу-хау по динаміці експансій та формуванні заданих форм віртуальної дійсності в певних соціальних середовищах.

Таким чином, ми можемо зафіксувати тенденції, які притаманні комунікаційно-контентним агресіям з боку Кремля, а саме:

- створення в комунікаційних середовищах громадян різних країн постійної напруги у взаємовідносинах між українцями і росіянами, іншими народами (формування сталих енергетик агресивного середовища);
- використання культурно-мистецької, освітньої, спортивної та інших немілітарних сфер для вживлення у свідомість українців заданих пропутінських контентних акцентів;
- підтримання панівного стану брендової російськомовної періодики в усіх, переважно східних та південних, регіонах України;
- застосування методик нейролінгвістичного моделювання в сегментовано-контroversійних групах соціальних мереж;

– тотальне застосування різноманітних за форматами брутальності маніпулятивних практик в телевізійних програмах російського телебачення та окремих каналах українського.

Яким вбачається вихід із цієї ситуації? Пропозицій, на сьогоднішній день, розроблено на різних рівнях державного та волонтерського спротиву чимало. Однак глобальною стратегічною проблемою управлінських інституцій в Україні залишається відсутність цілісного суспільно-державного бачення комунікаційно-контентної проблематики як домінуючої складової інформаційної безпеки держави. Це бачення має фіксуватись на рівні стратегічного координаційно-сервісного центру комунікаційно-контентного моделювання мирного життя як ефективного інструменту спротиву різноформатним агресіям путінізму.

Зупинимось на кількох з таких пропозицій. Так, у короткостроковій перспективі доцільно було б невідкладно прийняти комплексне законодавче рішення стосовно мовної ситуації в країні. На період до завершення військових дій на Донбасі та звільнення Криму від окупації путінською Російською Федерацією необхідно застосовувати тимчасові норми щодо використання державної мови у засобах масової інформації, де частка української має бути не менше 70-80 відсотків. Це має стосуватися всіх без виключень ЗМІ, тобто як державних і комунальних, так і приватних. При цьому нагальним є крок щодо термінового зупинення дії прийнятого минулого року закону про роздержавлення ЗМІ та створення для державних і комунальних ЗМІ окремої програми реалізації державної інформаційної політики на період до завершення бойових дій та відновлення державного кордону на Донбасі.

Вся публічна аргументація щодо путінських технолого-креативних мемів для європейських еліт про утиски прав і свобод російськомовного населення України, якою будуть переповненні ті ж пропутінські ЗМІ, мають розбиватися о тверду цивілізаційну волю керівництва держави. Бо в даному випадку ми маємо справу не стільки з проблемою мови, будь-то російська чи українська, а з креативно-індустріальним комплексом комунікаційно-контентних агресій Кремля, які здійснюється через використання домінуючої лінгвістичної палітри саме російськомовного контенту.

Ці агресії відрізняються від фізичних тим, що діють повільніше і прихованіше, але за різноформатним враженням свідомості та душ наших співвітчизників наносить шкоду значно більшу і, що ще важливіше, це враження (занапащення) може наноситися на будь-яку частину території і на будь-яку частину населення будь-якої країни.

Дія ж таких комунікаційно-контентних агресій може тривати до безкінечності, тобто, іншими словами, до повної перемоги агресора в змістах, смислах, акцентах і навіть суспільній енергетиці ізоляціонізма.

Інша фундаментально-принципова пропозиція полягає в кардинальних змінах щодо мовної державної політики Майданної України, а саме - відмови від кириличної абетки та повернення до латинського письма. Це було б

реальним креативно-технологічним спротивом глобальному гібридному тероризму, який продукує Кремль.

Така пропозиція вже тривалий час обговорюється в наукових та журналістських колах, однак не має необхідної стратегічно-цивілізаційної підтримки на вищому державному рівні, особливо в межах безпекового та дипломатичних секторів моделювання майбутнього.

Почнемо одразу з мінусів цієї пропозиції. Як не дивно, але цих мінусів аж один. А саме — всім нам потрібно перенавчатися. Втім, для дітей це не буде проблемою — вони сприйматимуть латинку навіть краще, ніж дорослі свого часу кирилицю.

А тепер трохи історії. Кирилиця, якою ми з діда-прадіда користуємось, насправді є штучно нав'язаною українцям абеткою штучної церковнослов'янської мови. Відбувалась така трансформація з посиленням християнства на теренах України. Бо до цього наші пращури користувалися рисками і різаними. За свідченням дослідників, риси і різки є прототипом етруського письма, з якого згодом вийшла латина.

Українці минулого активно користувалися саме латинською абеткою. Взяти хоча б королівство Данила Галицького, де всі ділові папери велись латинською мовою і українською латинкою. Рукописні твори за часів гетьмана Богдана Хмельницького теж створювались українською мовою за латинською абеткою.

До речі, ще 2013 року у Верховній Раді був зареєстрований законопроект про використання латинського алфавіту в українській мові. Крім усього, латинською абеткою послуговуються країни Євроатлантики (крім Болгарії). Варто згадати, що і президент Казахстану Нурсултан Назарбаєв, говорячи у посланні до парламенту про перспективи розвитку держави до 2050 року, заявив про необхідність переведення казахської мови з кирилиці на латинський алфавіт.

І, нарешті, наприкінці травня завершилась довготривала робота з переведення кримськотатарського алфавіту на латинську графіку. Про це повідомив радник міністра освіти і науки України, голова робочої групи з розробки та впровадження нового кримськотатарського алфавіту Ельхан Нурієв.

Тому сьогодні ми маємо повне право говорити про повернення не лише до історичних засад, але й до нашої європейськості, від якої українців відвертали кілька століть поспіль цілеспрямованою брутально-ментальною православною русифікацією.

І насамкінець, звільнитися від російсько-радянської імперії назавжди ми зможемо, лише змінивши абетку. Тому питання реформи української мови є стратегічним і, зрештою, це питання надзвичайної ваги — національної безпеки.

Любовець Г.В.,

к.і.н., доцент кафедри військової журналістики (ВІКНУ)

ГЛОБАЛЬНІСТЬ КОМУНІКАЦІЙНО-КОНТЕНТНИХ ВПЛИВІВ ГІБРИДНИХ ТЕРОРИЗМІВ СУЧАСНОСТІ ЯК МОДЕЛЬ ПАНУВАННЯ НЕОВАРВАРСТВА

Гібридно-месіанські агресії путінської Росії проти України вимірюються не лише комбінованим веденням бойових дій проти українських захисників, засилкою цілих підрозділів «відпускників» путінської армії на Донбас та направленням кремлівським «воєнторгом» найновіших, нерідко експериментальних, систем озброєння і техніки для випробування їх на практиці.

Значно більшу небезпеку (не лише для України, але й для Європи і планети загалом) представляють комунікаційно-контентні поточкові агресії Кремля, які за старими усталеними підходами і розуміннями продовжують на всіх управлінських рівнях визначати як інформаційну війну.

У двадцять першому столітті глобальний світ живе динаміками. Він глобально «оцифровується», тобто набуває абсолютно нової технологічно-креативної якості. І якщо ще років десять тому поява певної есклюзивної інформації ставала подією в країні (регіоні), то зараз есклюзивність розчиняється в інформаційних потоках контентних форматів, які «фонтанують» в онлайні цілодобово. Динаміка інформаційних потоків настільки потужна, що змушує шукати нові форми та методи орієнтування в інформаційному просторі, аналізу його особливостей та прогнозно-випереджального «бачення» сьогодишнього інформаційного дня.

Всі ці та інші елементи технологічно-креативної роботи з інформаційним середовищем та загальнодержавним і регіональними інформаційними полями, створення комунікаційно-сценарних моделей для прийняття управлінського рішення будь-якого (але особливо вищого) порядку включає в себе новий напрям роботи з інформпростором України, який отримав назву комунікаційно-контентна безпека.

Даний напрям є результатом досить тривалого дослідження інформаційних полів країни групою вітчизняних науковців та практиків. Значна частина цих досліджень отримала практичну перевірку та застосування. Розвиток поліваріантних аспектів комунікаційно-контентної безпеки набув особливого значення з початком гібридно-месіанських путінської Росії в Україну. Виходячи з оцінки реальних інформаційних загроз державі, була розроблена система комунікаційно-контентної протидії для різних рівнів державного управління. Однак в стратегічних документах, прийнятих у державі за останні два роки, цей напрям не зафіксований. Серед пояснень причин такого відношення до цих напрацювань логічним виглядає неусвідомлення на вищому державному рівні сутності нових процесів та явищ, викликаних багатоформатними агресіями Кремля проти України та схильність (що

простежується, зокрема, в документах РНБО) до «кіберизації» боротьби з ворогом.

Контентні динаміки і проблема осмислення контентних резонансів в горизонті їхньої важливості в часовому вимірі стали ключовими проблемами і водночас вимогою до необхідності радикальної зміни управлінських парадигм. Вони мають перейти від ієрархії минулих державно-чиновницьких стилів до координаційно-ситуаційних сервісів оперуванням можливостей публічності як атмосферою гідного життя громадян - всіх без винятку, без кастовості і статусності. За таких умов можлива реалізація ціннісних норм та величин, оскільки вони виступають реальними показниками змін, бо прозорі, ефективні та досяжні у вимірі відповідальної уваги кожного, хто хоче, а значить, може бачити і розуміти сучасне життя .

Ця контентна потоковість, як ми це бачимо, щоденно доводить істини, які досить суперечливі в інших традиціях. Наприклад, що сутності менш важливі, ніж динаміки присутності. А присутність досить часто не залежна від оціночних конотацій і стає ресурсом домінування і монопольної зверхності.

Це нам доводять технологічні тренди щодо такого контентного явища як ФЕЙКИ. В них досить цікаво кристалізується в потоках і пропаганда, як вектор нейтралізації зусиль іншої сторони, і антидія в інтересах всіх, хто проти миру. Досить чітко в цих напрямках постає і проблема реалізації ціннісних орієнтирів як предметне тло життя, а не дискурс, відсторонений від життя.

Сучасна контентна маса стала новим бар'єром для розуміння життя і, головне, орієнтування в ньому. Вона виступає непереборною реальністю, що закриває життя від людини, а людину робить безпорадною і досить залежною від тих, хто займається комунікаційно-контентним виробництвом.

Звертаю увагу на те, що нинішнє комунікаційно-контентне виробництво у продукуванні путінських технологів із суто робочої функції перейшло до стану творчо-креативної реалізації виробника, який з простого інформаційного "гвинтика" dorостає до контентного партнера та самостійного гравця в межах "золотої клітки" творців віртуально-гібридних агресій.

Часто бум технологічних новинок вводить людину в технологічну оману - вона нібито всесильна і одночасно їй вже ніхто не потрібен. Це найбільший обман і досить велика проблема нерозвинутих суспільств і несучасних держав, які підсвідомо піддаються загрозі не простого знищення, а свідомого ігнорування іншими міжнародними партнерами, які і є творцями технологічних можливостей життя в глобальному просторі планети.

Глобальність сучасних процесів і глобалізація життя як вектор розвитку сучасної мирної цивілізації вступили в епоху зміни планетарних парадигм, які мають визначити потенціал і масштаби майбутнього людства.

Якщо оперувати освітніми стандартами Фінляндії чи технологічно-проектними проривами в США Ілона Маска, або першістю українських харківських розробників на конкурсі НАСА в 2016 році із аеропланом на сухому льоду для Марса, чи українкою одинадятикласницею із Черкас Чан

Фионг Ань, що перевершила Паскаля і Ферма у вирішенні математичних проблем фігурних чисел, тріумф Джамали і українського театру у Відні в один і той же день, то світовий тренд Миру як Єдиний Формат Щастя для всіх є реальністю і надихаючою перспективою. Але є й інша реальність, яка досить потужно доводить, що всі процеси добра, людяності, толерантності і поваги до гідності людей - це тупик для розвитку Людства. І ця реальність продукується потужною групою державних “машин” (на чолі із постійним членом РБ ООН), яка як лідер глобального гібридного тероризму не визнає жодних цивілізаційних норм та робить все, щоб наблизити панування епохи тотального цинізму на планеті Земля.

Цей двобій відбувається на аренах глобальних технологічних інфраструктур і сервісів, які оперують, передусім, комунікаціями. Потім - уподобаннями людства щодо спортивних змагань, культурно-креативних процесів, посилено працюють із транзитними інфраструктурними системами і сервісами - від традиційних транспортних до можливостей цифрового світу в будь-якій точці планети (зв'язок, партнерські комунікаційні процеси тощо). Все це розвивається паралельно із глобальними мережами традиційних сервісів банківсько-фінансового штибу - від простих можливостей елементарного сервісу до прихованих можливостей в стандартах офшорних лакун чи просто кримінальних підземель...

Технологічна глобалізація - за темпами і масштабами - впливає на всіх жителів планети, не питаючи їх про те, як вони до цього ставляться. Це і викликало потужні антиглобалістські течії, рухи і навіть технології стримання цивілізації. Тому стали відбуватися руйнації усталених нормопорядків та переорієнтування в бік спротиву глобалізації.

Відбувається це і тому, що часто глобалізацію, як процес, вихолощують і досить жорстко каструють розумінням тільки одного напрямку – тотального масштабного монополізованого об'єднання. При цьому зовсім не зважають на такий вектор як увага до найменшого соціумно-геопозиційного об'єкту планети (село, хутір, окрема родина) як рівноправного партнера глобального світу мирного життя.

А саме найменші соціумні одиниці за сучасних технологічних можливостей стають трендом в оцінці перспектив життя в парадигмі миру і щастя. Це і є і потенціалом, і мотивом для людства будувати своє майбутнє в горизонтах партнерства, відповідальності за гідність кожного і всіх в середовищах життя, які існують в зоні уваги людини і її щоденних потреб.

Такі нові реалії вже не можна сфальсифікувати чи імітувати державними інституціями чи функціоналом, який досить часто до епохи інтелектуалізації глобальних процесів розквітав на теренах минулих політично-управлінських стилістик тощо.

Вектор антиміру (неоварварства) - це і є торпедування розвитку ЄС через Brexit у Великобританії, це інституційне фіаско Гуманітарного саміту під егідою ООН на прикінці травня в Стамбулі, це намагання цивілізованого світу

миру умовляти сучасних гібридизованих диктаторів, які всі прояви цивілізаційності розглядають як знаряддя і реальну зброю по ліквідації цивілізації демократії і миру.

Любовець Г. В.,

к.і.н., старший науковий співробітник лінгвістичного науково-дослідного центру (ВІКНУ),

Король В.Г.,

старший науковий співробітник лінгвістичного науково-дослідного центру (ВІКНУ)

СУЧАСНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР УКРАЇНИ ТА АДЕКВАТНІСТЬ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ

Інформаційне поле України динамічно-потоківе, різноформатне, але майже не інтегроване через партнерські координаційно-ситуаційні сервіси в регіональні комунікаційно-контентні середовища різної масштабності. Тому інформаційний простір України досить часто розбалансований в своїх сегментних елементах.

Сучасні регіональні і міжрегіональні комунікаційно-контентні середовища та структура інформаційних полів України інерційно-домінуючі з часів СРСР, тому потужні гравці ЄС підпадають під домінуючі впливи неукраїнського походження, які доволі професійно мімікують під нав'язаний бренд у цивілізованому світі: «так думають українці». Закордонно-орієнтовані потужні медійні корпорації постійно підтримують своєю інформаційно-журналістською практикою перманентний спротив будь-яким діям української влади, незважаючи на політичну орієнтацію самих видань і на сенс цих дій. Ставка робиться на популярність демократичної фронди ЗМІ до влади (традиції конкурентності четвертої влади) або на сучасні гібридно-месіанські комунікаційно-контентні впливи гібридно-месіанських агресій глобального характеру.

Інформаційна тематика в українському суспільстві інерційно культивується в домінантах на рівнях, які ґрунтуються на TV-візуальній картинці. Особливо це спостерігається в зоні АТО. Картинка базується на психофізичних рефлексів людини, а це, зазвичай, страх, викликаний трагедіями, катастрофами, смертями, з одного боку, та надлишковий позитив рекламних форматів (як альтернативний полюс), з іншого.

Проміжки між цими полюсами заповнені інформаційними індустріями третіх країн (путінська РФ, світові кінокорпорації тощо). Це традиційно підкреслює функціональну реальність, яка є ознакою неповної комунікаційно-контентної суверенності України як молоді держави. Позитивні інформаційні тези з життя в Україні, що існують в горизонті регіональних комунікаційно-контентних середовищ, не мають адекватних комунікаційно-контентних систем та інструментів підтримки тільки тому, що суспільству монополю

нав'язана жорстка ієрархічна модель розуміння життя на цій території як безперспективна, безцільна, катастрофічна. Ці та інші негативні моделі задіюються тільки для того, щоб позитив (рекламного недискретного характеру) не мав попиту в Україні, особливо в горизонтальних зрізах окремих територій України. Такий стан справ використовується для того, щоб підтримувати спрощену, часто неадекватну сучасним викликам і загрозам, інформаційно-медійну ієрархічну систему інформаційного поля України, яка дуже вигідна для надприбутків монопольних центрів рекламної індустрії. Вигідна вона і окремим гравцям центральної влади для нейтралізації ініціативних проявів громадського життя на територіях. Такий підхід веде Україну до мексиканізації в організації держави, коли робота і життя пов'язані з великими мегаполісами, а на інших територіях відсутня навіть посередній рівень цивілізації тощо.

Процеси глобалізації через технологічну епоху кібермереж (інфраструктур), що дали можливість безперешкодного переміщення різноформатних даних та масивів контентної інформації, вже не вимагають високого професіоналізму з продукування комунікаційно-контентних потоків. До того ж, високі динаміки змінили характер контентного виробництва кардинально, де якість і доказовість конкурує із масштабом легалізації і формату реагування, бо боротьба за увагу перемістилася із політикуму чи елітних груп на масиви громадян, які все більше впливають не тільки на економічно-бюджетні процеси, але й на владні статуси і перспективи держав. А після глобальних гібридно-терористичних катастроф в Україні чи в перманентних процесах в Сирії - і на континенти.

Модель транспарентного, відкритого демократичного суспільства, яку культивують розвинуті країни, на зразок держав ЄС та США, дозволяла їм в інформаційному суспільстві бути монополістами у сфері управління світом саме за допомогою не фактів чи інформаційних приводів, а потужного технолого-креативного тиражування акцентів в різноформатно візуалізованих інформаційно-медійних потоках, які перехреснюються з глобалізованими ключовими месиджами (їм не заважає мовна різноманітність світу).

Комунікаційно-контентні агресії гібридно-месіанського світу за типом РФ активно використовують силу такого нового інформаційного явища як публічно-дипломатичний тероризм. Це коли увага водночас прикута до прямих погроз і викривальних звинувачень на міждержавному рівні найвищими політичними особами. Згодом суть інформації з цих заяв буде дезавуйовано на різних рівнях, але треті учасники (чи населення певних країн) вже будуть робити висновки щодо України з подачі технологів гібридно-месіанських агресій (Д.Шушарін) чи з позицій ідейних засад монопольних вселюдських інструментів, наприклад, християнства як «руського міра», «слав'янського єдінства» чи «євразійської православної ідентичності» тощо.

В сучасних надскладних інформаційних процесах українська держава може вигравати в найпотужніших інформаційних гравців тільки

використовуючи комплекс діагностично-креативних індустрій з надсучасними підходами та методиками протидії та нейтралізації інформаційних впливів. Водночас необхідно залучати інтелектуальні потенціали мультифункціональних координаційних моделей державних інституцій, існування яких залежить від результатів інформаційного суперництва, яке має впізнавану назву (не просто інформаційна безпека, а саме її комунікаційно-контентна складова). Цей термін - інформаційна безпека - як комплексна назва сукупності кібер і комунікаційно-контентної складової, на жаль, для розуміння більшості управлінських кадрів безпекового сектору не став оціночним, а все ще перебуває в стадії назви ієрархічної організації закритого типу з передачі корпоративної інформації, що в сучасному світі має назву тільки «кібербезпека державного сектору чи сегменту ринка». В даному випадку про паритет комунікаційно-контентної складової не йдеться, бо майданне партнерство ще не набуло домінування в управлінських практиках України.

Інформаційна безпека має свій потенціал оцінки з позитивним значенням тільки тоді, коли є ефективна координація між декількома паралельними сферами інформаційного середовища – це комунікаційно-контентна потокова індустрія, мережево-кібернетичні ресурси найвищого рівня функціонування та ранжованого доступу і захисту, системи і комплекси комунікаційно-контентної участі як розширення можливостей в горизонті партнерства всіх складових безпекового сектору за результатами взаємодії в зоні АТО тощо.

З кількох моделей, які б забезпечували належну інформаційну безпеку держави, кращою є концентрація ресурсів, кадрів, інструментів в головному силовому інституті безпекового сектору держави, що має підсилений рівень виконавської дисципліни як через законодавчо-статутну відповідальність, так і заохочувально-перспективну можливість працювати з максимумом аудиторій в цивільному та цивільно-військовому вимірі, які не конфліктують з інтересами територій, конфесій, віку, статі, професій тощо.

Вежель Л.М.,

доцент кафедри реклами та зв'язків із громадськістю Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка (м. Київ)

КОМУНІКАЦІЙНО-КОНТЕНТНА БЕЗПЕКА ПРОГРАМОВАНОЇ ЕПОХИ (THE PROGRAMMABLE AGE)

Атрибути сучасних технологій - високий рівень автоматизації систем пошуку, зберігання, видачі та поширення інформації ; якісна зміна ролі автоматизованих мереж, які перетворюються з пасивних передавачів повідомлень в організаторів пошуку і доставки інформації; перехід від лінійного поширення інформації центр-периферія до горизонтальних індивідуалізованих прямих зв'язків; посилення ролі мобільних процесів пошуку

замовленої інформації та управління нею задля досягнення більшої оперативності, швидкості, гнучкості та результативності; створення умов для безмежного поширення інформаційних потоків, що створює відчуття безпосередньої співпричетності до віртуального простору цих потоків та свободи інтерактивного включення у процеси створення, інтерпретації, переосмислення та реконструкції інформаційних текстів; гнучкість дисплейних зображень, які володіють майже необмеженими можливостями варіативності для конструювання різноманітних гіпертекстів тощо модернізують комунікаційно-контентний сервіс та вимагають нових підходів до моделювання контентного середовища з метою нейтралізації інформаційно-комунікативних негативів чи посилення публічних впливів.

Як зарубіжні, так і вітчизняні дослідники наголошують на трансформації систем стабілізації і дестабілізації політичної влади, систем національної та міжнародної безпеки під впливом інтернету, оскільки головною функцією держави є управління, тому поява нового інструменту регулювання суспільних відносин викликає занепокоєння.

Анексія Криму та події на сході України, інформаційна агресія Росії в Європі наочно продемонстрували, що під впливом інформаційно-комунікаційних технологій змінюється і співвідношення компонентів традиційної могутності держав, яка визначається володінням ІКТ і позицією у сучасному інформаційному просторі. Така ситуація призводить до виникнення нового міжнародного протистояння, коли прагнення однієї держави домінувати у глобальному інформаційному просторі породжує опір і протидію інших. Таким чином, розвиток інноваційних технологій призвів до міждержавних протистоянь на рівні глобального інформаційного простору задля захисту національного суверенітету та змін співвідношення державного впливу у віртуальному середовищі.

Деякі науковці наголошують на міжнародно-політичній ролі великих інтернет-компаній, таких як Google і Facebook, бо вони формують напрями подальшої еволюції глобальної інформаційної сфери, опосередковано впливаючи на політичні процеси. Так, на початку травня портал Gizmodo повідомив, що підрозділ Trending Topics, що відповідає за тренди у Facebook, регулярно приховував новини, в яких були представлені консервативні погляди. За даними порталу, новинні історії про збори консервативних активістів в США, а також про діяльність відомих членів Республіканської партії США Мітта Ромні і Ренда Пола не з'являлися в розділі трендинга, хоча мали великий попит у користувачів Інтернету.

Згідно з дослідженням Pew Research Center, 83% американців використовують Google, що забезпечує необхідною інформацією майже миттєво і видає її в «результатах пошуку». Але як відбувається ранжування та представлення результатів – невідомо. Провідний психолог Американського інституту поведінкових досліджень і технологій (Каліфорнія) Роберт Епштейн, спостерігаючи за президентськими виборами в США, висловив припущення

щодо підтримки Google Хілларі Клінтон. А створення The Groundwork спонукало засновника Wikileaks Джуліана Ассанжа назвати Google "таємною зброєю" Клінтон у боротьбі за пост президента.

Управління мережею стало ключовою проблемою сучасних міжнародних відносин, враховуючи військово-стратегічну складову контролю за розвитком інтернет-технологій. Електронні засоби комунікації виявилися найшвидшою глобальною зброєю, що вражає противника протягом декількох секунд. Інженер з кібербезпеки в ISC Project Длшат Отман стверджує, що шкідливе ПЗ, фішинг-кампанії, DDoS атаки – найпоширеніший інструментарій ISIS, а месенджери, DarkNet, Dark social – засоби обміну інформацією при організації терактів.

31 травня 2016 року найбільші веб-компанії світу- Google, Facebook, Twitter і Microsoft- зобов'язалися реагувати протягом 24 годин на прояви ненависті в Інтернеті відповідно до нових правил Євросоюзу. Крім того, інтернет-компанії будуть займатися створенням «контр-наративу», який допоміг би впоратися з цією проблемою.

Кількість екстремістських публікацій в мережі різко збільшилася в останні роки, і оскільки ця сфера законодавчо не регулювалася, то бізнес став розробляти власні рішення. Нові правила є спробою кодифікувати ці напрацювання в рамках ЄС.

Зокрема, за даними Європолу, Twitter менш ніж за рік заблокував 125 тисяч облікових записів за підозрою в пропаганді тероризму.

Інноваційні технології, що були представлені на конференції Facebook для розробників F8 - запуск бета-версії Messenger Platform, на базі якої компанії мають можливість створювати чат-ботів; Instant Articles, API Live Stream, Bot Engine, відеокамера для зйомки панорамних відео, можливості віртуальної і доповненої реальності – та на конференції Google I/O 2016 - Google Assistant; Google Home; месенджер Allo, сервіс швидкого відеозв'язку Duo, VR-платформа Daydream, система безпеки SafetyNet тощо – зародження програмованої епохи (The Programmable Age) з відкритою динамічною екосистемою, оновленням ПЗ та управлінням даними в режимі реального часу, що потребує глибокого наукового осмислення та додаткового вивчення для вироблення нових підходів у реалізації завдань комунікаційно-контентної безпеки.

Бадрак В.В.,

директор Центра исследований армии, конверсии и разоружения (г. Киев)

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ФРОНТ КРЕМЛЯ

С самого начала следует отметить, что информационное оружие Кремля является оружием древним, и оттого предельно отточенным и опасным¹. Традиции создания эффективных методов информационно-психологического воздействия или, говоря современным языком, проведения успешных информационных операций формировались в России еще в периоды активного «собирания земель». Они всегда носили крайне агрессивный, иезуитский характер, имея целями усмирение народов и насильственное принуждение их лидеров к выгодным про-имперским решениям. Самый же двусмысленный и разрушительный для психики жившего на территории империи человека оказался период формирования и расцвета советской истории, в течение которого кремлевская школа информационной войны не только закалилась, но и на практике отработала совмещение с циничным информационно-психологическим воздействием возможности репрессивно-карательной машины государства. Для Украины этот период имеет особый символизм, поскольку имперская Москва в процессе создания советского внушаемо-послушного человечка-винтика дошла до апогея – геноцида украинского народа.

Понимая особенности формирования и реализации информационной политики современной России, эксперты Центра исследований армии, конверсии и разоружения (ЦИАКР) всегда держали вопросы информационных операций России против Украины в фокусе своего внимания. А после 2003 года, когда Москва в ответ на озвученные в мае 2002 года намерения Киева осуществить евроатлантическую интеграцию начала этап открытой и системной подрывной войны на уничтожение государства, ЦИАКР включил в перечень своих задач регулярные исследования принципов и методов информационно-диверсионных действий Кремля. К сожалению, высшее военно-политическое руководство Украины во все периоды новейшей истории страны оказывалось либо слишком лояльным к действиям подрывной машины России (это называлось политической многовекторностью и балансированием), либо по каким-то причинам не возводило проблему информационного противодействия в ранг ключевых приоритетов сферы безопасности, либо вообще подыгрывало хозяевам Кремля. Кстати, анализ современного противодействия информационной агрессии России свидетельствует, что не только Украина, но и практически все государства Центральной и Восточной Европы, являясь членами Североатлантического альянса, оказались неподготовленными к противодействию настойчивой и центростремительной

¹ Тут и далее речь будет идти об ментально-психологических аспектах информационных войн, исключая технические уровни и собственно кибер-войну.

пропагандистской машины России. В тоже время следует отдать должное, многие экспертные и аналитические организации, а также отдельные авторы занимались исследованием данной проблемы и благодаря этим усилиям наработан вполне достаточный теоретический и практический материал, который может стать фундаментом для строительства национальной системы информационной безопасности. Среди таких работ хотелось бы выделить книги Александра Стражного «Украинский менталитет» (2008), Олега Романчука «У пошуках універсуму» (2011) и «Перезаснування України» (2013), Георгия Почепцова «Информационные войны» (2000), «Пропаганда и контрпропаганда» (2004), Дмитрия Козлова «Проект Кремля ОДКБ: Итоги реализации и выводы для Украины» (2016), Сергея Борщевского «Рік російської міфології» (2016). Ряд информационных операций России против Украины в 2006 – 2008 гг. был проанализирован (в художественном изложении) и автором этих строк – в книге «Восточная стратегия» (2011). Кроме того, в контексте изучения результатов информационных атак России невозможно переоценить значение ряда статей писателя и социального психолога Олега Покальчука, доклада Центра глобалистики «Стратегия XXI» под редакцией руководителя Центра Михаила Гончара «Гибрессия Путина. Невоенные аспекты войн нового поколения» (2016), многогранную деятельность и публикации Центра исследований России, а также появившейся в декабре 2015 года многослойной монографии Национального института стратегических исследований под редакцией Владимира Горбулина «Донбасс и Крым: цена возвращения».

Так или иначе, но ведущиеся Россией войны на уничтожение Украинского государства, и особенно, опыт 2014 – 2015 гг., говорит о том, что национальная система информационной безопасности только начала формироваться, а специально созданное Министерство информационной политики еще не приблизилось к пониманию механизмов информационного противодействия. Оттого контекст украинской рефлексии сугубо оборонительный, по принципу «реакция вслед за ударом». Нет необходимости доказывать, что такая позиция не приведет к победам и преимуществам на информационном фронте, - на поле информационных сражений неизменно в лучшем положении оказывается та сторона, которая демонстрирует активность и креативность действий. А не та, которая, тратя время на расшифровку многоходовых комбинаций врага, готовит ответы. Потому, говоря о национальной системе информационной безопасности, стоит отметить, что она, без сомнения, должна включать структуры или подразделения разведки, контрразведки, информационной обработки и непосредственно информационных операций. Более того, опыт последних двух лет войны России против Украины свидетельствует о необходимости формирования структур информационной безопасности, отвечающих и за оперативное информационное реагирование в отдельных ведомствах с учетом специфики их деятельности, а также за создание платформы государственно-частного партнерства в обеспечении информационной безопасности. Последнее

особенно относится к правильно выстроенной схеме взаимодействия государства со средствами массовой информации (СМИ), с учетом работы с «закрытой» информацией и участия СМИ в специальных информационно-психологических кампаниях или операциях.

Разумеется, чтобы основательно подойти к возведению собственной национальной системы, следует не менее основательно изучить систему, выстроенную противником. В ходе такого изучения ЦИАКР предлагает схематично разделять информационные операции (ИО) по видам коммуникационных каналов. Понимая, что комбинация использования каналов может быть самой изощренной, вплоть до массированных информационных ударов по всему фронту.

Итак, предлагаем выделять для изучения и всестороннего анализа ИО.

ИО в виде информационной провокации (дезинформации) с участием негосударственных структур или СМИ²

Классическим примером может служить статья близкого к Кремлю политтехнолога Игоря Джадана «Механический мандарин»³.

В ходе развернутой Россией войны в 2014 году чрезвычайно активно использовалась дезинформация, которая внедрялась через СМИ, преимущественно государственные. Российское агентство ИТАР-ТАСС превратилось штаб информационных провокаций. Так, к примеру, сообщение ИТАР-ТАСС 27 сентября 2014 года можно считать типичным. В частности, по данным ИТАР-ТАСС, «в крупнейших городах юго-востока ... жители Харькова, Днепропетровска, Одессы, Запорожья, Херсона и Николаева вышли на центральные улицы и площади своих городов с требованием к официальному Киеву прекратить поддерживать войну против населения Донецкой и Луганской областей. По данным организаторов акций, выразить свой протест против политики украинских властей вышли более 5000 человек», - отмечало издание. Стоит ли говорить, что подобные сообщения становились трубным зовом для других СМИ, в том числе, негосударственных.

В ответ украинские СМИ могли уже только развенчивать созданный миф: «Российское агентство сообщила о массовые митинги и "марши мира" протии боевых действий на Донбассе, которых в действительности не было». Что означает, направлять сообщение собственно украинской аудитории, а не воздействовать на российскую – читатели сообщений обычно не читаю опровержений. Москва же направляла послания как российской, так и украинской аудиториями.

ИО, проводимые научными или академическими структурами России

Независимо от принадлежности к государству, любую область науки в России жестко контролирует государство.

² За основу принимается официальный статус, поскольку для России особенно характерно всестороннее обеспечение, сопровождение и руководство со стороны спецслужб, то есть, государства

³ <http://www.russ.ru/pole/Operaciya-Mehanicheskij-apel-sin>

К сфере деятельности научных структур относится в первую очередь корректирование и переписывание истории. В период пиковых противостояний именно псевдоученые России, уполномоченные спецслужбами, вещали, что украинского языка не существует как такового. Как и украинского народа, который является частью русского народа.

Часто канал ученых-исследователей используется как способ зондирования и изучения реакции на определенные действия или контрдействия. Автору этих строк выпало быть свидетелем дебатов российских ученых-исследователей с американскими коллегами в Центре нераспространения (Монтеррей, США) в 1998 году. Так, зная о тесных контактах данного центра с правительственными структурами США, россияне заявили: в случае волны расширения НАТО на восток ответ России будет состоять в размещении ядерного оружия в Калининградской области. Этот эпизод, среди прочего, дает четкое представление об изменениях

ИО, проводимые официальными структурами, в том числе, первыми лицами государства

Ежегодно с определенной периодичностью по отношению к Украине возникали политические информационные акции с условными названиями газовая, сахарная, сырная, мясная, конфетная войны. Вопрос нахождения Черноморского флота в Крыму Москва не забывала ни на минуту.

Естественно, иерархия тут играет ключевую роль, потому что между выступлением бывшего мэра Москвы Юрия Лужкова в Севастополе и программным спичем премьер-министра Владимира Путина на саммите НАТО в Бухаресте (2008) пропасть. Но по сути обе спецоперации оформлены в орнамент по единой методике.

В этом контексте следует обратить особое внимание на то, что в пиковые моменты российский президент Путин лично осуществляет мероприятия информационно-психологического воздействия. Например, на лидеров стран Запада. Например, 27 мая 2016 года Путин лично подписал статью для греческой газеты «Катимерини» перед официальной поездкой в эту страну. В ней он «напомнил» Афинам о ключевой роли РФ в независимости Греции. Манипуляции хозяина Кремля по расшатыванию позиции Греции направлены на раскол НАТО и ЕС, а основной целью на являлось намерение достичь ослабления санкций со стороны Запада, а также стимулирование проведения выборов в оккупированных регионах востока Украины на фоне неофициального признания странами Запада принадлежности РФ захваченного ею Крыма. Часто такие акции сопровождают непосредственный переговорный процесс, а с их помощью удается снизить градус напряженности или достичь изменения риторики. В итоге, несмотря на заявление президента Европейского Совета Дональда Туска о продлении санкций против России, появилась слишком мягкая и осторожная позиция Франции, в частности, признание президентом Олландом «существенного шага России» в исполнении Минских соглашений. А реакция премьер-министра Греции Алексиса Ципраса оказалась

прогнозируемо пророссийской: 28 мая 2016 года он назвал санкции Запада в отношении России непродуктивными.

ИО, проводимые вслед за провокациями с участием силовых (армейских) структур России

Высадка десанта морской пехоты прямо на пляже в Феодосии в 2006 году уже претендует на классику. Но современные игры куда более опасны. Российские регулярные нарушения воздушных границ боевыми самолетами, причем, с явным бравированием и предельным риском, в самом деле, не раз ставили на кон жизни многих людей. Лишь решимость турецкого военно-политического руководства (давшего команду на уничтожение российского самолета-нарушителя) изменила ситуацию, хотя и накалила ее до предела.

ИО, проводимые вслед за провокациями с участием специально подготовленных групп населения, часто иностранного государства

Наиболее широкое распространение в современной гибридной войне получила имитация политических волнений и демонстраций с целью их специфического освещения и навязывания предубежденного восприятия событий.

"Возьмем эти случаи, когда весной 2014-го перед украинской армией перекрывали дороги - скажем, на станции "Ольховая". Железной дорогой подвозились наши БТРы, снимали их с платформ и отправляли на границу в Красную Таловку. Кто вышел этому препятствовать - бабушки-дедушки? Нет, вышли активисты Партии регионов. Которым за это заплатили"⁴. Такие акции, как описанная экс-представителем Партии регионов, идеально подходят для создания телекартинок, информационных сообщений и статей – массовое распространение специально подготовленных материалов влияет практически на все фокус-группы.

Подмена картинок на телеэкране давно стала обычным для российских СМИ делом. А титульным листом самой гибридной войны 2014 - 2016 гг. стало применение нерегулярных военизированных групп, когда боевые действия ведут вооруженные гражданские лица совместно с российским спецназом в форме без опознавательных знаков. Это дало пищу для развития фантазии СМИ, причем сюжетно-тематическая картинка и само повествование менялось в зависимости от тех или иных корректив, вносимых спецслужбами и политтехнологами.

ИО, проводимые политиками или общественными деятелями иностранных государств («лидерами мнений» для конкретных фокус – групп)

Показательно и использование межличностных отношений первых лиц России. Так, в случае с кумовством с бывшим политиком Украины Медведчуком и созданным им специально под заказ Кремля общественно-политического движения.

⁴ Об этом сообщил экс-нардеп от Партии регионов Владимир Ландик, <http://censor.net.ua/n391367>

Другой показательный пример – заявление экс-президента Франции Саркози относительно необходимости сотрудничества с Россией практически сразу же после террористической бойни в Париже 14 ноября 2015 года.

Еще больший охват и тревожные результаты получены в результате использования российскими спецслужбами парламентариев Италии и Франции, ветеранов-разведчиков США, экспертов СИПРИ.

ИО, проводимые на уровне международных организаций и международных конференций

Россия всегда с беззастенчивым цинизмом использовала международные организации для навязывания своей позиции по тем или иным вопросам. Трибуны ООН и ОБСЕ в этой связи нередко напоминали настоящие поля сражений. Следует отметить тщательную подготовку и проработку задач российскими участниками таких батальи.

Не секрет, что наиболее деструктивные позиции в ходе развязанной Москвой войны демонстрировала ОБСЕ. На одном из заседаний ОБСЕ в Берлине в апреле 2015 года автору этой статьи пришлось стать одновременно свидетелем и участником проводимой группой российских представителей спецоперации. Одним из посланий российских участников стало манипулирование понятиями, когда войну против Украины стали обозначать «украинским кризисом». После того, как в своем выступлении автор этой статьи назвал Россию вражеским государством, ведущим войну против Украины, российский посол мгновенно отреагировал, апеллируя у делегациям более 20 государств тем, что войны между Россией и Украиной быть не может, поскольку «имеется экономическое сотрудничество, сотрудничество в области энергопоставок, да и дипломатические отношения не разорваны». Фактически, это был элемент современной гибридной войны, в которой поле боя находится везде, а не только на линиях боевых столкновений.

ИО с использованием специфических коммуникационных каналов – книг, фильмов, специально построенных телепередач, использование монументов и выгодных образов прошлого

Начиная с 2008 года книжный рынок страны начал наводняться специальной литературой, исполняющей очень специфические функции. Перед российской элитой, реализовывавшей проект «Империя», встала взаимосвязанная тройная задача: отвратить западный мир от Украины, отвратить украинский народ от власти и вернуть идею о возврате к крепкой дружбе с Россией, естественно, в роли покорного придатка новой империи.

Нельзя не заметить поступательного изменения риторики и самой динамики продвижения книжных проектов на территории Украины. К примеру, достаточное профессионально выполненное исследование экспертов под редакцией Сергея Караганова «Россия и мир. Новая эпоха» навязывало идеи довольно аккуратно: «В случае нормализации и оптимизации экономических отношений с Россией и установления партнерских отношений с Европейским союзом Украина сохранит обнадеживающие перспективы роста. Однако если

Киеву будет навязан процесс втягивания в НАТО, страну ожидает обширный социально-экономический и геополитический кризис, уничтожающий надежды на успешное развитие». И даже откровенно играя на команду Путина, эксперты слишком дорожили своими добрыми именами, чтобы не приписать несколько фраз об успехе Украины на евроатлантическом направлении. Но дальше книги стали все больше расширять среду воздействия, ориентироваться на их массовое прочтение. Тезис экспертов, упомянутый выше, ничем не изменился, он просто трансформировался в представлении. Причем по всем правилам черной риторики. Как указывает один из мировых специалистов по черной риторике Карстен Бредемайер, хотя для воздействия на оппонентов необходимо использовать принцип трехканальной аргументации, - визуальной, аудиальной и кинестетической, порядка 75 % сохраняющегося в нашем мозгу материала поступает по визуальному каналу. К этой информации следует добавить, что, как правило, чем ниже уровень интеллекта, тем больше «работает» визуальный канал, вытесняя остальные. Другими словами, обыватель обычно более склонен к восприятию картинок, чем «раскрутки» причинно-следственных связей. Именно так и развивались политические издания, заброшенные на украинский рынок. Так, в четырех из пяти таких книг, появившихся на рынке в марте 2009 года, присутствовали описания сражений российских войск с украинскими, что являлось как раз акцентуированным воздействием на визуальный канал читателя. Это была психологическая обработка массовой украинской аудитории.

ИО «Создание и продвижение рейтингов»

Манипулирование цифрами всегда было частью информационных войн. Однако одним из отличий сугубо российских манипуляций со времен Сталина стало трепетное отношение к «вождям».

Так проведенная информационная операция после силового захвата и аннексии Крыма искусственно подняла рейтинг В.Путина практически до сталинского. А именно, современная манипулирующая общественным мнением социология, «выдала» взлет показателей всенародной поддержки российского лидера до 88 %.

Массированные ИО «Специальный мониторинг» СМИ

Примером такой массовой ИО могут служить контексты публикаций, зафиксированные ЦИАКР в августе 2009 года. Для продвижения разрабатывается и «запускается в СМИ по кругу» (то есть, СМИ с различными циклами выпусков, от информационных агентств до ежемесячных глянцевого журналов) смысловая картинка или ряд. Например, «Распад Украины в действительности неизбежен...». И производится обзор значительной части российских СМИ, что создает эффект массовости публикаций. На самом деле, это один из многих примеров информационных диверсий, отрабатывающих одну задачу.

Например, в основу задачи 2009 года была заложена мысль, что «острота политического кризиса порождена прежде всего тем, что президент Украины

«посажен на свою должность Америкой в качестве исключительно антироссийского инструмента», и «никакие иные функции он не в состоянии исполнять».

Тут был придуман и вариант распада Украины: это отделение Галичины, то есть «той местности, на которой первоначально обкатывалась идея украинства и через которую она продвигалась, от собственно Украины. В этом случае русское большинство населения Украины воссоединится с остальной Россией».

Крупные комплексные ИО, проводимые искусственно созданными «лидерами мнений»

Этот подход является тщательно продуманным формированием структур и задач. Например, операция внедрения книги «Брат» сопровождалась созданием отдельной политической силы и предусматривала даже такую неслыханную для украинского книжного рынка ситуацию, как рекламу книги в метро. Отменно была проработана и роль пророссийского лидера украинской политической партии «Великая Украина».

Несколько слов о технологии воздействия. Сама по себе книга может и не читаться. Но, используемая как информационный повод, при правильном распределении ресурса, она начинает «работать». Материалы о книге, как правило, проходят несколько взаимосвязанных кругов воздействия на аудиторию. Первый круг – «онлайновый», то есть, публикации, появившиеся тотчас после презентаций, блиц-интервью, чатов. Следующий круг касается ежедневных газет с небольшими информативными публикациями, до 3 – 4 тыс. знаков. Еще один круг – еженедельные и ежемесячные аналитические публикации в соответствующих газетах и журналах. Наконец, публикации в специализированных изданиях и упоминая, обсуждения во время работы круглых столов и международных конференций. Разумеется, эти круги воздействия направлены на совершенно разные, почти не пересекающиеся аудитории. Авторитетные исследования по медиапсихологии, например, Петера Винтерхоффа-Шпрука, утверждают, что при обсуждении проблемы до трех четвертых участников пользуются как раз вторичной, более короткой, более «упакованной» информацией, где достаточно упоминания ключевого тезиса и его аргументации. Таким образом, в отдельно взятом случае с российскими книгами на украинском рынке, мы можем констатировать: они являются частью продуманной, тщательно выверенной во времени и в пространстве, подрывной информационной войны.

И все-таки, несмотря на глобальный размах России на информационном фронте, кремлевская информационная машина, которую представляют неким доминирующим информационным монстром, стала пробуксовывать. Мировая общественность в лице преимущественно волонтерских организаций совершила значительный скачок для расшифровки кремлевских «смысловых галлюцинаций», подключились к этому процессу и государственные службы многих государств. Тем не менее, чтобы, западное сообщество и Украина еще

далеки от того, чтобы сделать противодействие системным, технологически отлаженным и эффективным. Кремлевский пропагандистский аппарат создавался десятилетиями, обкатываясь на военных конфликтах в Чечне, Южной Осетии, Абхазии, Приднестровье, Крыму.

Но война не закончена. Информационный фронт открыт и работает. А значит, есть смысл изучить тактику и стратегию действий противника, чтобы начать проводить упреждающие удары.

Підполковник **Білан М.Б.**,

к.ф.н. , начальник лінгвістичного науково-дослідного центру (ВІКНУ)

ІНТЕРПРЕТАТИВНІ ПОЗИЦІЇ ПЕРЕКЛАДАЧА ЯК ФАКТОР СПОТВОРЕННЯ СМISЛУ ПОВІДОМЛЕННЯ

Лінгвістична теорія перекладу не дає достатньо об'єктивних пояснень варіативності перекладу, так як в її межах переклад розглядався як заміна одного тексту іншим, а шлях до цього лежить через заміну фрагментів тексту на одній мові відповідними фрагментами тексту іншою мовою. Підбір точних еквівалентів перекладу тексту оригіналу вважався запорукою успішного перекладу. Однак лінгвістична теорія перекладу нездатна пояснити різноманіття існуючих перекладів і протиставляється діяльнісній онтології перекладу, де перекладач виступає, перш за все, як діяч. Для перекладача важливо перекладати не буквально, а максимально передати в перекладі мозаїку смислів, закладену автором в тексті оригіналу.

Розглядаючи процес перекладу як перетворення тексту оригіналу в текст перекладу, І.І. Ревзін і В.Ю. Розенцвейг вважають за необхідне розрізнати два шляхи здійснення такого перетворення: «власне переклад», коли відбувається безпосередній перехід від одиниць однієї мови до одиниць іншої мови, і «інтерпретацію», коли перекладач спочатку усвідомлює, яка дійсність виступає за одиницю мови оригіналу, а потім описує цю дійсність засобами мови перекладу. У лінгвістичній теорії перекладу інтерпретація розглядається як вид перекладу, заснований на зверненні до позамовної діяльності, на відміну від власне перекладу, здійснюваного за заданими правилами переходу від засобів вираження, що належать одній мовній системі, до засобів вираження, що належать іншій мовній системі.

Інтерпретація часто виявляється, по суті, особистим переживанням письменником або перекладачем того смислу, який закладений в тексті. З точки зору проблеми розуміння та інтерпретації тексту, проблеми перекладу також розглядав К. Кон, який зазначав, що «залежно від того, як ви зрозумієте текст, ви будете його відображати в своєму перекладі. Сама ця можливість визначає появу безлічі варіантів перекладу одного і того ж тексту в залежності від того, як перекладач розуміє текст оригіналу». Коли об'єктом перекладу стає культуро

значимий текст, він завжди містить у собі безліч всіх існуючих і потенційних тлумачень (інтерпретацій) і не може мати одну єдину вірну інтерпретацію: «розуміння цілого тексту має тенденцію до свободи: немає двох абсолютно однакових розумінь одного і того ж твору»

На переклад і на інтерпретацію тексту впливають індивідуальні особливості інтерпретатора, стилі автора і перекладача, жанрові і типологічні особливості тексту оригіналу та тексту перекладу. Для адекватного сприйняття тексту і виокремлення його смислів необхідно володіти певним обсягом знань (мовного і енциклопедичного характеру), що залежать від фонових знань читача, від його соціального, культурного, освітнього статусу.

На інтерпретацію тексту перекладачем завжди накладає відбиток його приналежність до іншої культури, засоби розуміння якої можуть бути зовсім іншими ніж у вихідній культурі.

До числа факторів, що перешкоджають адекватному розумінню і сприйняттю тексту оригіналу відносяться: відмінності комунікативних ситуацій продуцента / адресанта і реципієнта / адресата, різниця в їх системах кодів, типи культурного часу, норми, цінності, уявлення соціально-культурної системи мови оригіналу та мови перекладу, наявність лінгвоетнічного бар'єру, що включає в себе, крім суто мовних перешкод (різниці в системах мов, їх мовних норм і правил), також екстралінгвістичні знання, тобто національно-специфічні компоненти культури, текстові лакуни, викликані специфікацією самого тексту (його змістом, формою, поетикою і прийомами автора, жанром і типом читача, для якого він призначений).

Таким чином, різні інтерпретації або «відмінності в розумінні» перекладачами одного і того ж тексту оригіналу можна вважати однією з головних причин варіативності перекладу і появи декількох варіантів перекладу тексту оригіналу. Варіативність перекладу може бути обумовлена двома основними причинами:

- різницею в інтерпретації і розумінні смислів оригіналу перекладачем;
- усвідомленою перекладацькою позицією, тобто перекладач навмисно змінює, додає або опускає якісь смисли в своєму перекладі.

Текст оригіналу створюється для певної мети і для певного кола читачів. Переклад в свою чергу теж створюється для певної мети і для певної аудиторії, що відрізняється від аудиторії оригіналу. Переклад - це своєрідний міст між культурами, який перекладач прагне «перекинути». Низка дослідників вважає, що перекладач у своїй діяльності повинен орієнтуватися на цільову аудиторію. Ще один з найпоширеніших підходів до осмислення ролі перекладу в діяльності - функціональний підхід, в межах якого вважається, що переклад повинен виконувати в приймаючій культурі ту ж функцію, що і оригінал в вихідній культурі.

Перекладацькі можливості можна схематично узагальнити у вигляді шкали, крайніми точками якої є еквівалентність або буквальний переклад і переписування або вільний переклад. Між цими крайніми полюсами

розташовуються різні інтерпретації або різне розуміння перекладачем тексту оригіналу і різні перекладацькі позиції з орієнтацією на вихідну або приймаючу культуру.

Зазначені вищі фактори красномовно описують про класичне розуміння перекладу (інтерпретації) вихідного тексту повідомлення. Однак, лінгвістична агресія Російської Федерації в Україні додала, на нашу думку, ще одне розуміння процесу перекладу. Процес перекладу іншомовного текстового повідомлення російськими засобами масової інформації перетвориться вже не на суто процес інтерпретації фактів реальної дійсності, а на процес спотворення мовними засобами цієї дійсності, на процес підміни понять та маніпулювання об'єктами та суб'єктами такої дійсності.

В цьому аспекті досить цікаво звернутися до когнітивних аспектів перекладу. Когнітивна лінгвістика відкриває для дослідників цілком нові перспективи, пов'язані з аналізом ментальних утворень, які є категоріальною основою всієї людської діяльності й перш за все – мови. Когнітивна лінгвістика вбачає своїм завданням вивчення особливостей відображення знань на всіх рівнях мовної системи. У межах когнітивної діяльності комунікантів відбувається осмислення нової інформації для утворення концепту. Процес формування концепту у свідомості людини можна інтерпретувати поняттям “концептуалізація”. Під поняттям концептуалізації будемо розуміти “процес пізнавальної діяльності людини, який полягає в осмисленні й упорядкуванні результатів внутрішнього рефлексивного досвіду людини й уявлень про об'єкти, явища дійсності та їх ознаки. Результатом концептуалізації є формування концептуальної системи свідомості.

Проведений аналіз оригіналів та перекладів здійснених російськомовними засобами масової інформації чітко демонструє нову тенденцію у процесі так би мовити «перекладу». Автори вторинного тексту на основі окремих «ізолюваних елементів оригіналу» формують нову концептуальну структуру повідомлення. Вони змінюють навіть не зміст вихідного повідомлення, а змінюють сприйняття реципієнтом вихідного повідомлення шляхом нав'язування нової концептуальної картини.

Протягом останніх двох років чітко фіксується тенденція формування нової «російської» концептосфери на базі загальноприйнятої системи смислів. Створюються нові лексичні одиниці з потрібним інформаційним полем, відповідною концептуальною структурою та відповідним прагматичним впливом на отримувача такої інформації.

Сьогодні ми є свідками формування нової концептосфери «руського миру» в якому формується своя система термінальних смислових вузлів та відповідні мовні засоби їх вербалізації.

Найнебезпечнішим фактом такого процесу на нашу думку є ефект паралельної картини світу, в якому елементи реальної дійсності російськомовними споживачами вже сприймаються у тій когнітивній

парадигмі, яка була обрана та сформована вищим керівництвом Російської Федерації.

Будь-яка когнітивна система сприйняття дійсності постійно потребує розширення кола своїх споживачів, тому на даному етапі ми спостерігаємо експансію такої системи на території України.

Ключовим елементом такого процесу безумовно виступає перекладач та його інтерпретативні позиції. Аналізуючи фактологічний матеріал, дійшли висновку, що перекладач застосовує ідеологічну інтерпретативну позицію, при якій вихідний смисл повідомлення пристосовується до встановлених концептуальних структур. Зазвичай, такий процес характеризується виокремленням ключовим смислових термінальних вузлів, але з зовсім іншою структурою мовної вербалізації та відповідно і смислової концептуалізації. Таким чином, така позиція перекладача формує у реципієнту доволі стійку систему ієрархічно пов'язаних смислів при якій активація ключового елементу цієї системи провокує прямо протилежну систему смислів на відміну від загальноприйнятої. Ментальне закріплення такої системи ключових смислів (концептів) дозволяє в подальшому створити власну «російську» систему мовної дійсності.

На нашу думку виявлений напрямок перекладацької діяльності вимагає посилення досліджень когнітивних аспектів перекладу з метою створення дієвої системи протидії лінгвістичній агресії та збереження власної українською концептосфери.

Підполковник **Марченко-Бабіч О.М.**,

к.т.н., начальник відділу лінгвістичного науково-дослідного центру (ВІКНУ)

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬНОЇ ДУМКИ У ПРОВІДНИХ ЗАРУБІЖНИХ ЗМІ СТОСОВНО ВІЙСЬКОВОГО КОНФЛІКТУ НА СХОДІ УКРАЇНИ

У сучасних воєнних конфліктах важливу роль відіграє інформаційно-психологічне забезпечення дій власних військ з боку політичного керівництва держави. Один з його видів – формування суспільної думки у власній країні та за кордоном, адже зростання її впливу має вагоме значення для прийняття рішень урядами країн. Відображенням цього є те, що певна частина інформаційного контенту провідних світових засобів масової інформації (ЗМІ) щодо військового конфлікту на сході України цілеспрямовано подається в інтересах Російської Федерації (РФ). Це дозволяє уряду РФ нав'язувати власне трактування подій на сході України серед іншомовної аудиторії за кордоном.

Аналіз повідомлень провідних зарубіжних ЗМІ, розрахованих на англomовну аудиторію, стосовно воєнного конфлікту на сході України показує викладення подій в проукраїнській інтерпретації у ЗМІ США і ряд випадків

трактування подій у ключі, вигідному Російській федерації, у провідних європейських ЗМІ. Досить часто такий розподіл присутній у повідомленнях європейських новинних каналів “Euronews” та “Deutschewelle”.

Огляд вищезгаданих матеріалів показав, що у їх наявний вплив на аудиторію включає такі форми як *тенденційне викладення фактів* і *термінологічне мінування*, коли йде викривлення первинної, правильної по суті, інформації і принципово важливих базових термінів і тлумачень.

Наприклад. Подання сторін конфлікту у новинах каналу “Euronews” включає такі визначення: “*government forces*” (“урядові війська”) та “*pro-Moscow militia*” (*militia* – “збройні формування”, “ополчення”). У такому поданні однобоко представлений факт боротьби групи людей з урядом, який, до речі, має сумнівну репутацію, виходячи з представлення України в зарубіжних ЗМІ та загального інформаційного фону про неї протягом багатьох років. Таке представлення йде з одночасною відсутністю у подіях, про які розповідається, факту збройної агресії РФ на території України.

Для ефективного подання інформації у зазначених повідомленнях увага приділяється змісту і тональності коментарів, відповідному роз’ясненню фактів і пропагандистській майстерності авторів.

Часто об’єкт уваги в англomовних проросійськи-спрямованих повідомленнях іноземних ЗМІ – це мирні жителі, звичайні люди (переважно пенсіонери, діти, жінки), які страждають від війни. Транслюються їх емоційні прояви, розповідаються їх історії та біди, які їм принесла війна. При цьому зазвичай не зазначається їх негативне ставлення до всього українського. Наводяться лише вислови окремих громадян в підтримку федералізації України (з наданням їй областям повноважень проводити власні рішення) як чи не єдиного засобу досягти миру та позбутись усіх негараздів на сході України.

Таким чином, для формування в іншомовному середовищі суспільної думки про події на сході України вітчизняні фахівці повинні враховувати вищенаведені фактори і розробляти матеріали з інформаційної протидії, найбільш адекватні механізмам сприйняття цільової аудиторії та викладені її мовою. Вони повинні включати не лише стандартні загальноприйняті визначення й терміни щодо учасників конфлікту, їх дій тощо, а й розробку спеціальних фраз, мовних кліше, які зворотно віддзеркалюють ті, що мають проросійську спрямованість та використовуються у повідомленнях закордонних ЗМІ. В інтересах інформаційно-психологічного забезпечення дій власних військ та політики українського уряду обов’язковим є їх негайне впровадження у іншомовне медіа середовище.

Владимир Клабан,
эксперт по вопросам безопасности (Чешская Республика, г.Прага)

КРЕМЛЕВСКАЯ ПРОПАГАНДА В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ ЧЕХИИ И ВОЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИЙ КРИЗИС В УКРАИНЕ

1. Позиция автора к актуальным событиям, введение в вопрос.

Почти три года в детстве мне пришлось прожить в СССР (Ленинград, 1975-1978) и почти пять лет служить в Украине в должности заместителя военного и военно-воздушного атташе при посольстве Чешской Республики (Киев, 1995-2000). Именно поэтому меня не может не интересовать военно-политическая и военная обстановка в контексте взаимоотношений между Украиной и Российской Федерацией. И, конечно же, - взгляд с позиции Чешской Республики на этот сложный вопрос.

Украина в 1991 году стала не только независимым и суверенным государством, но одновременно и заложником конкурентных отношений лидирующих стран так называемого Запада и Российской Федерации. Это конечно отрицательно отразилось на внутренних политических процессах, экономике и финансовой сфере Украины, где родились особые олигархические отношения и связи, которые ограничивают возможности для развития общества в целом.

Конечно, я могу ошибаться, но, на мой взгляд, суть вопроса актуальной военно-политической обстановки, которая создалась с начала 2014 года следующая. Интерес российского руководства к Украине имеет комплексный характер во всех мыслимых направлениях, так как без контроля над Украиной глобальные амбиции РФ не реальны. Для США на сегодняшний день РФ в любом случае представляет самого важного военного конкурента, который располагает реальными средствами, способными нанести США фатальный урон. Без контроля Украины со стороны РФ силовое отношение между США и РФ будет быстрее и без вопросов меняться в пользу США. Для ЕС (или точнее для его лидирующих стран - ФРГ, Франция и частично Великобритания, у которой имеются свои отдельные интересы, специфики и традиции) важна, в первую очередь, экономическая составляющая, так как расширение рынков и экономического влияния обеспечивает позитивное развитие общественной ситуации в этих странах ЕС. Для Украины очень важна стабильная международная обстановка, при отсутствии обострения противостояния между Западом и РФ, которая бы позволила осуществлять стратегическое планирование с долгосрочной перспективой, стабилизировать общество, развивать и реформировать экономику и т.д.

Но есть проблемы, о которых следует упомянуть. Во-первых, основная из них состоит в том, что военная составляющая РФ и глобальные амбиции ее руководства не соответствуют экономическим, научно-техническим,

финансовым и другим параметрам страны. Это неминуемо приводит к тенденции решать вопросы с ударением на силовые методы, особенно в «ближнем зарубежье» с тенденцией дальнейшего выхода за эти рамки. Во-вторых, сегодня силовая составляющая стран ЕС ничтожна в сравнении с ее экономическим потенциалом. Это сводит на НЕТ возможности Европейского Союза, который способен проводить эффективную внешнюю политику только на словах, а этого мало. Единственные США обладают в настоящий момент комплексными возможностями воздействовать на свое окружение и поэтому все остальные игроки должны учитывать их позицию больше, чем наоборот. Так как могут гибко применять разные средства, таким образом, чтоб это выглядело более менее обосновано и правильно. Все это четко видно на примере Украины. Руководство РФ первое взялось за оружие, потому что других действенных средств у них не оказалось. В свою очередь это и ослабило возможности и амбиции ЕС. Поэтому сегодня только от позиции США зависит, как будет развиваться данный вопрос.

Абсолютной и чистой правды нет ни у одного игрока, есть только свои интересы. Но то, что произошла аннексия Крыма (даже при учете всех исторических и других специфик и близости 80% населения Крыма к РФ) и то, что без военного вмешательства РФ на Донбассе никакого военного противостояния на 99% сегодня не было бы, не говорит объективно в пользу РФ. И поэтому здесь логически возникает сильная необходимость сбалансировать этот, мягко говоря, некрасивый недостаток в информационном поле, в том числе с активным применением пропаганды. Пропаганда, как средство позволяющее выдать желаемое за действительное, имеет очень важное значение в век информации и общественных систем, которые более или менее обосновывают свою легитимность и легальность, по мнению населения. Особенно когда современные технические средства позволяют распространять информацию в реальном времени и практически без особых ограничений. (В скором времени будет еще сложнее.)

2. Информационное пространство Чешской Республики и активность кремлевской пропаганды, связанной с событиями в Украине.

Лично меня удивило одно - незначительный интерес части нашего населения к событиям в Украине. И это с учетом того, что чехи имеют опыт, связанный с оккупациями 1939 и 1968 года. А также тот фактор, что в Чешской Республике проживает и работает официально около 120.000 (реальные оценки более 200.000) граждан Украины, и это самая большая группа иностранцев, проживающих сегодня в Чехии. Учитывая также относительно небольшое географическое расстояние от зоны конфликта (более 1.800 км), можно было бы обеспокоиться в большей степени, чем это происходит.

Публичные средства массовой информации информировали и информируют об обстановке в Украине более-менее объемно и с интенсивностью, которую можно считать соответствующей нашей

национальной практике и традициям. В Чехии, как правило, не принято особенно акцентировать внимание на внешних вопросах.

Но с весны 2014 года можно было заметить, что резко возросла активность «нонмейнстрим» средств массовой информации, которые с использованием различных веб-страниц, блогов, фейсбука, твиттера и т.д. начали распространять информацию о ситуации в Украине явно с позиции Кремля. А в некоторых случаях использовались нескрываемая манипуляции и откровенная ложь.

В этом плане был, на мой взгляд, очень эффективно использован тот факт, что об истории взаимных отношений Украины и России в реальном плане в Чехии далеко не все известно. Знания в этой области у большинства населения, к сожалению, основаны на советской исторической литературе 1950-1989 годов. Какая это по своей сути литература объяснять, на мой взгляд, нет необходимости. То, о чем говорю, знаю из личного опыта.

«STRATEGIE, BEZPECNOST, VYZKUM» («Стратегия, Безопасность, Исследование»). Под таким названием 12-13 июня 2014 года в Брно проходила научная конференция. В работе одной из ее секций - «Безопасность Европы» мы с моим товарищем Павлом Шаройко выступили со статьей под названием «Обстановка в сфере безопасности в Украине и ее влияние на безопасность Чехии и ЕС», где поэтапно изложили развитие событий, начиная с 1991 по 2014 годы с ударением на актуальности проблемы. И с удивлением отметили, что стали мишенью небольшой группы аудитории, которая не научным образом аргументировала советской историографией вопросы взаимоотношений Украины и России, дополненной тезисами современной сепаратистской пропаганды.

¹ 8. Scientific International Conference („Strategy, Safety, Research“), Conference Proceedings, Brno 2014, ISBN 978-80-86710-79-2, str. 97 – 102.

Заклучение простое - даже у той части населения, где можно предполагать высокий уровень знаний и опыта работы с фактами, профессиональная пропаганда может «запудрить» мозги. Как это возможно и почему?

Необходимость ответа на данный вопрос, как и до какой степени это возможно, ради чего и какой реальный масштаб происходящего привели к необходимости тщательного изучения проблемы. Этот вопрос интересует многих. В их числе словацкий преподаватель Джурай Смата. Изучив сотни веб-сайтов, он составил список 42 из них, которые на профессиональном уровне занимаются распространением сепаратистской и кремлевской пропаганды в Чехии и Словакии:

- www.svetkolemnas.info
- www.zvedavec.org
- www.ac24.cz
- www.rodinajezaklad.sk

- www.stopautogenocide.sk
- www.osud.cz
- <http://czech.ruvr.ru/>
- <http://slovak.ruvr.ru>
- www.zemavek.sk
- <http://panobcan.sk/>
- www.czechfreepress.cz
- <http://vaseforum.sk/blog/>
- www.slobodnyvysielac.sk
- www.hlavnespravy.sk
- www.badatel.sk, www.badatel.net
- www.protiprudu.org
- www.beo.sk
- <http://obcianskytribunal.sk/blog/>
- www.sho.sk
- www.voxvictims.com/
- <http://freeglobe.parlamentnilisty.cz/>

Вопросами, связанными с деятельностью российских спецслужб на территории страны, занималась и секция контрразведки. Так, например, с 2011 года было выслано из Чехии обратно в РФ 11 работников российского посольства и консульства, чья деятельность оказалась несовместима со статусом дипломата. Кроме них известны и другие случаи из приватной сферы деятельности, когда в отношении российских граждан был решен вопрос не продления визы им или отказа в ее получении. Источники из сферы безопасности говорят о том, что особенную профессиональную активность проявляют российские специалисты из сферы пропаганды. Многие источники утверждают, что именно это направление имеет приоритет, куда и вливаются огромные инвестиции.

Из официальных материалов контрразведки “BIS” известно, что «на территории Чешской Республики пребывает значительное количество сотрудников российских спецслужб. Их интересует особенно энергетика, научно-техническая область и получение полного контроля над российскими гражданами и другими субъектами, которые находятся в Чешской Республике».

Органы контрразведки “BIS” принимают все меры к редукции этого количества сотрудников. Несколько лет назад случился неприятный инцидент. Нелегал ГРУ МО РФ внедрился в пенитенциарную службу на должность психолога и поддерживал определенные связи со своей подружкой психологом – гражданкой Чехии, которая служила в вооруженных силах. К тому же, по некоторой информации она, возможно, была в близких отношениях с некоторыми генералами. Спецслужбы страны «вели» его несколько лет, но в последний момент он сумел скрыться от органов следствия. Остается открытым

вопрос, почему вели так долго, и как могло так случиться, что на финальной стадии операции разоблачения упустили?

В отношении кризиса в Украине секция контрразведки “BIS” оценивает обстановку следующим образом:

«Российская власть и те, кто ей симпатизирует, показали целый репертуар белой, серой и черной пропаганды. Российские мероприятия к усилению влияния используют годами наработанный советский опыт – засекречивание собственных действий и усиление в перекручивании действий «Запада». РФ развивает в Чешской Республике свою структуру влияния и пропаганды в долгосрочной перспективе. И поэтому, после начала кризиса в Украине, не надо было начинать с нуля. Было основание на чем дальше строить всю работу. Основным средством влияния российской пропаганды в Чешской Республике не является прямая русскоязычная пропаганда, которую продвигают российские средства и субъекты. Информацию пропагандистской направленности распространяют местные «чешские» граждане и организации, которые симпатизируют Кремлю. Такая пропаганда очень эффективна, так как внешне выглядит независимым мнением чешских граждан».

Заключение военной контрразведки более дипломатичное, но соответствующее:

«Военная контрразведка идентифицировала повышенную активность в области влияния с целью манипулировать чиновниками и населением с использованием организаций массовых дезинформирующих мероприятий. В этом плане идентифицировано наращивание кибернетических способностей некоторых передовых в военном плане стран, со склонностями к авторитаризму, которые усиливают свои возможности концентрировать значительные источники и продвигать свои стратегические интересы, в том числе и с использованием спецсредств».

Учитывая все сказанное, многие чешские специалисты, представляющие сферу безопасности, не всегда относятся с полным пониманием к некоторым действиям и высказываниям своего верховного главнокомандующего.

И в заключение - бывает так, что люди иногда лгут. Такова их суть. Но некоторые лгут чаще и наглее. И последствия этой лжи очень опасны, особенно когда эта ложь на государственном уровне, даже не смотря на то, что для смягчения это называют пропагандой.

КОМУНІКАЦІЙНО-КОНТЕНТНА БОРОТЬБА КРЕМЛЯ ЗА СВІДОМІСТЬ ПЕРЕСІЧНИХ ГРОМАДЯН ЗАХІДНИХ КРАЇН

(З досвіду спілкування з українськими емігрантами та іноземними громадянами)

Українське питання сьогодні, здавалося, якнайбільше звучить із трибун світових парламентів, засобів масової комунікації, а також із вуст пересічних громадян. І саме інтенсивність обговорення військово-політичної ситуації в нашій державі широкими масами та різними рівнями управління свідчить про ефективність комунікаційної складової діяльності українських інформаційних структур.

Ми звикли чути від іноземців запитання про подолання корупції, розвиток та впровадження реформ у державному секторі. Однак, наскільки глибоко пересічні громадян країн Західної Європи інформовані про ситуацію в Україні та в яких тональностях вони про це говорять?

Португалія

На Україну всі російськомовні іноземці в Португалії дивляться «очима» Москви

Сьогодні Україна та її проблеми менше всього цікавлять громадян такої демократичної європейської країни як Португалія. На ці теми майже нічого не говорять по телебаченню, не пишуть у пресі, не обговорюють українське питання і за традиційною, для більшості португальців, ранковою кавою.

Уявіть невелике містечко неподалік Лісабону, де близько тридцяти тисяч населення і майже половина з них російськомовні з колишніх республік СРСР. На кожній вулиці можна чути російську мову, по супутнику дивитися більше десяти російських каналів, або українські канали групи Ріната Ахметова, а у кіосках преси можна придбати на вибір дві російські газети «Слово», «Моя Португалія».

І чому українці, росіяни, молдовани, грузини та інші «нащадки» пострадянського режиму обирають ці джерела інформації, адже кожний вільно володіє португальською? Відповідь доволі банальна: саме ці ЗМК забезпечують стабільний та постійний потік інформації про найбільш наболіле для Кремля: Україну, Росію та інші колишні радянські республіки. Звичайно, акцент українського питання зводиться до офіційної позиції Москви. Тому більшість емігрантів з колишнього Союзу вневпенені, що «російських військ в Україні немає», «Крим нарешті повернувся додому», а на «Донбасі самовизначилися і воюють проти хунти та бандерівців», а в "кращому" випадку навіть українці західних областей воліють не замислюватися про долю Батьківщини.

Іншою стороною є самі португальці. І як не дивно, за їхньою позицією щодо українського питання та агресії Росії можна прослідкувати соціальний статус людей. Більш успішні громадяни Португалії характеризуються вмінням користуватися інформацією та перевіряти її з різних джерел, а також критично мислити.

Скажімо, з розмов більш успішних мешканців цієї країни очевидно, що Росія анексувала Крим, її війська незаконна вторглися на територію суверенної держави, Москва порушила всі міжнародні домовленості. Завдяки високому рівню освіченості та займаному кар'єрному шаблі, португальська еліта докладно вивчає інформацію про світові процеси, зокрема українське питання. Майже завжди користуються декількома джерелами, вивчають всі точки зору, думки та позиції.

Однак, очевидним є й те, що путінський режим у більшості своїй орієнтований на маси, а саме людей робочих спеціальностей. Впливати на цю частку населення за кордоном набагато легше, через низький бар'єр фільтрування інформації. Загалом, це зумовлюється порівняно невисокими доходами, важкою фізичною працею, низьким соціальним положенням та, найголовніше, недостатністю вираженої та оперативної інформації з рідного середовища. Ментально все ж російськомовні емігранти тягнуться до Батьківщини, і цей вакуум заповнюють російські медіа, які не зазнають критичного опору з боку робочого класу.

Таким чином, проблема комунікаційно-контентної безпеки Португалії піднімає очевидні, але досі не вирішені проблеми: відсутність адекватної інформації про Україну у державних та локальних медіа, заповнення інформаційного вакууму російським контентом та робота агентів Кремля з малоосвіченим та фінансово слабким населенням.

Польща

"Без незалежної України не може бути незалежної Польщі" (Єжи Гедройць)

З першим "зеленими чоловічками" у Криму поляки згадали ці слова і якнайкраще серед європейських країн розуміють небезпеку, яку несе з собою путінський режим.

Успішний приклад європейської інтеграції поляків засвідчив, що без «допомоги» Москви країна розвивається швидко і у правильному напрямі. Без "старшого брата" можна вести економіку, впроваджувати реформи та за відносно невеликий проміжок часу стати одним з найсильніших гравців у східній Європі. Сьогодні на трибуні Європарламенту польське слово має достатню вагу.

На відміну від своїх європейських колег, польські ЗМІ і досі часто говорять про ситуацію в Україні, запрошують українських експертів, намагаються знайти шляхи вирішення нагальних проблем. Поляки підтримують дії уряду, спрямовані на подальший розвиток в межах Європейського Союзу.

На міжнародній арені Польща не припиняє нагадувати про Україну та лобіювати українське питання.

На це, зі слів знайомих поляків, є декілька причин. По-перше, Україна входить у зону інтересів Польщі. По-друге, для них є обов'язком допомагати своїм польській діаспорі у будь-якій країні, зокрема, і в Україні. По-третє, наступним кроком Кремля може стати агресія проти Польщі, а це вже пряма загроза системі колективної безпеки Європи. По-четверте, поляки вже давно відмовилися від совкових догм і можливе повернення до них викликає неабияке занепокоєння й у керманів нинішньої Речі Посполитої, і у пересічних громадян. Звідси, для поляків важливо показати Україні приклад, як можна за короткий час вийти на відчутно високий рівень життя.

Звичайно, багато ще хвилюють самих поляків (та й інших європейців), проблеми нинішньої України: корупція, митна система, погані дороги, низька якість сервісу, незнання англійської мови тощо. Лише нещодавно, коли про Україну почали говорити мовою рекламних відеосюжетів, попит на український туризм та бізнес дещо зріс.

Все ж, Польща вирашна і близька нам тим, що російських осередків там занадто мало, щоб впливати на інформаційний простір цієї країни та її громадян зокрема.

США

За океаном хоча й вважають Росію країною-терористом, та все ж прямої загрози власній безпеці не відчують.

Ситуація зі Штатами дещо відрізняється від загальноєвропейської. Україна в американському парламенті має сильний лобістський рух. Вже прийнято декілька стратегічно важливих документів, котрі стосуються нашої держави. На високому рівні пророблено значну роботу щодо допомоги Україні.

Якщо ж говорити про пересічних громадян, то, звичайно, обізнаність з українського питання відчутна. Й американські ЗМК, й канали інформації української діаспори постійно ведуть протидію російським медіа. Разом з тим, піднімаються на поверхню й "наживи" політичної системи України: корупція, низька активність впровадження реформ тощо. Саме тут мас-медіа Росії включають пропагандистську машину та допомагають загострити увагу американців виключно на цих проблемах.

Звичайно, Кремль веде ще й власну війну з Америкою, однак ця війна більше для внутрішньоросійського користування. А в американському середовищі увага акцентується на інших нішах, зокрема, га проблемах світового тероризму та боротьби з ІДІЛ. І тут в американців зміщається фокус уваги з терористів Донбасу на терористів, котрі показово (як по сценарію) страчують журналістів, військових тощо.

Тому американські лобісти говорять, що Штати готові допомагати Україні, однак повинні знати навіщо та як це відповідає їхнім власним інтересам або загрожує цим самим інтересам.

А пересічні громадяни Америки та емігранти говорять про необхідність змінити застарілу корумповану систему для подальшого розвитку нашої держави. Адже війна, у їхньому розумінні, не звільняє український уряд та простих українців від взятості на себе відповідальності за власне життя, добробут та щастя.

Сученко В. В.,

полковник юстиції запасу, почесний працівник прокуратури України (м. Київ)

КОМУНІКАЦІЙНО-КОНТЕНТНА БЕЗПЕКА В СИСТЕМІ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

У сучасному світі в умовах глобалізації на перший план виходять проблеми комунікації та координації контентних потоків. І та система стає більш життєздатною, в якій більш ефективно координуються комунікаційно-контентні потоки для забезпечення загальної мети її існування. Давайте задамо собі питання: чим живиться людський мозок? Мозок живиться інформацією, перш за все візуальною, аудіальною, смисловою, тощо. А тепер замислимося, що бачить та сприймає наш мозок щоденно? Яким контентом з інформаційного простору він наповнюється? Які при цьому почуття, емоції, бажання та думки він продукує і до яких дій нас підводить? Наскільки позитивним є цей контент? І чи є запобіжники проти впливу негативного контенту? Ми мусимо поставити собі ці запитання і дати на них відповідь. Без цього не розібратися в тих складних явищах, які відбуваються у військово-політичній сфері діяльності нашої держави та які безпосередньо стосуються кожного з нас.

Сьогодні можна впевнено стверджувати, що ми протистоїмо новітньому явищу - глобальному гібридному тероризму у виконанні путінської Росії, яка застосовуючи різноформатні стилістики агресії намагається змінити світовий порядок, заснований на нормах міжнародного права, знищити мир як домінуючий спосіб життя і нав'язати світові право сильного. Крим, Донбас, Сирія, міграційний потік в Європу – неповний список форматів цього явища. На Донбасі ми зіткнулися з новітньою формою державного гібридного тероризму, коли силами власних військових підрозділів, своїх та місцевих терористів-«добровольців» у супроводі мультифункціонального комплексу різноформатних терористичних дій путінська Росія, вчинивши акт агресії, захопила частину території Донбасу, завела свої військові підрозділи і намагається створити терористичні організації «ДНР» та «ЛНР». При цьому Кремль намагається надати їм ознак державності, постійно ув'язуючи питання міжнародних перемовин щодо врегулювання ситуації на Донбасі з включенням в цей процес керівників терористичних утворень.

Громадянам суверенної держави Україна (і загалом усієї світової громаді) нав'язується спотворене уявлення про події у політичному, економічному та

суспільному житті країни і зламається їхній світогляд. У будь-який спосіб – від відвертих погроз, тиску на лідерів провідних країн до загрози переростання воєнно-терористичних дій у велику війну – суверенну державу Україну примушують на угоду державі-терористу змінити Конституцію, надати особливий статус окупованим територіям Донбасу. Уже дійшло до того, що перебуваючи з візитом у Греції, Путін відкрито заявив, що стрілянина на Донбасі не припиниться, доки не буде змінена Конституція України та амністовані терористи. Все це здійснюється з притаманною путінцям комунікаційною агресією. Путінські технологи вміло використовують досягнення психологічної науки для розробки різноформатних контентних потоків, охоплюючих усі сфери життя людини, з однією метою – викликати в людей емоцію страху, почуття невпевненості і зневіри, зробити їх пасивними, нездатними чинити опір. Вони чітко розуміють, що сьогодні мультипсихологічний вплив на свідомість людей є більш ефективним ніж насилля та відверте залякування, тому основною ціллю впливу ними вибрані саме мотиви, що обумовлюють поведінку людей, а засоби насилля використовуються як потужний доповнюючий елемент комунікаційно-контентного впливу.

Враховуючи, що сучасні технології надають практично необмежені комунікаційні можливості для забезпечення безперервного багатоформатного контентного потоку, питання забезпечення комунікаційно-контентної безпеки не тільки заявляє про своє право на життя, а стає пріоритетним. Проте, ні в Стратегії національної безпеки України, ні у Воєнній доктрині України, ні в будь-яких законодавчих актах держави з питань безпеки і оборони ми, на жаль, не знайдемо навіть визначення цього поняття. У зазначених документах застосовуються поняття інформаційної війни, інформаційної безпеки та ще й у розумінні регламентів минулого сторіччя. Однак, сьогодні проти нас ведеться комунікаційно-контентна агресія, що є більш потужним різноформатним, а тому на порядки загрозливішим явищем. Тому саме в цій площині потрібно протистояти нашому ворогу.

Безумовно, у процесі розробки концепції комунікаційно-контентної безпеки ведуча роль має належати науковцям, і перш за все – військовим. Чи можемо ми ефективно протидіяти комунікаційно-контентній агресії? Можемо. Основним запобіжником тут є та вічна загальнолюдська цінність, яка народила та згуртувала Майдан, яка є рушійною силою майданної України на шляху до майбутнього мирного співіснування громад, як безпечних середовищ життя. Це - Довіра. З довіри все починається. Довіра до джерела інформації є основним чинником, що надає важливість, значимість інформації, дозволяє вірно орієнтуватись у контентних потоках, вирішити як їх сприймати.

Невипадково ведучі світові інформаційні агенції принципи об'єктивності, неупередженості та оперативності інформації зробили головними у своїй діяльності. Ключовим тут є те, що переконаність через довіру викликає спротив негативному (тому, що не має довіри) впливу. А тому перед нами постає

завдання належної оцінки комунікаторів, вірного орієнтування громадян (у першу чергу – військових) і створення власного потужного об'єктивного оперативного всеохоплюючого контенту. При цьому, вбачається, що в основу його формування мають бути покладені неупередженість і своєчасність, тому що навіть несприятливий матеріал, поданий об'єктивно і своєчасно, сприяє загальній позитивній налаштованості на довіру. Комунікація – це водночас і зв'язки людей. Міжособистісні зв'язки з тими, кого ми знаємо, до кого є довіра. Тому інформація, яку ми отримуємо від людей, кому особисто довіряємо визнається достовірною без всяких умов, а отже вагомніше може спонукати до відповідних дій.

Усе наше сучасне життя базується на комунікаційно-контентних особистих зв'язках і відповідних впливах на певні процеси через ці зв'язки. На сьогодні цей латентний пласт суспільних відносин є самим впливовим, а тому може нести самі великі загрози. Однак, це явище ще не піддавалось науковим дослідженням.

Нестеренко С.О.,

консультант з питань інформаційно-психологічної безпеки, політичний консультант
(шеф-редактор інтернет-журналу «Безпека і Закон», м. Київ)

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОЇ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ ВІЙНИ

В 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 суть підходів до війни і насамперед щодо ролі та місця інформаційно-психологічного впливу на супротивника, а також технологій для здійснення такого впливу.

Щоб зрозуміти, що саме призвело до таких радикальних змін, слід зробити невеличкий історичний екскурс. Якщо ми порівняємо сьогодення і ситуацію, що панувала кілька десятиріч тому, то 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 домінуюче 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 саморуїнної 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, звичайно, 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 транслювалися на країни супротивника.

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, чисто теоретично, радіотрансляції могли 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 перш за все 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.

Справді, тепер фахівці з інформаційної війни отримали можливості, про які раніше могли лише мріяти – миттєвий, прямий і безпосередній контакт з широкими верствами населення супротивника. А поява і популярність соцмереж підняла ці можливості на фантастичний рівень, зробивши можливим не тільки миттєве поширення будь-якої 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.

Отже, нема нічого дивного, що соцмережі сьогодні – це одночасно і окремий театр воєнних дій, і полігон для перевірки нових технологій та засобів

психологічного маніпулювання. В той же час, варто зважити на нинішню нерівність участі країн світу у цих процесах. Ця нерівність надзвичайно велика: в той час як одні вже створили відповідні підрозділи і опанували нові технології, інші ще навіть не усвідомили важливості боротьби у цій сфері.

Найбільш відомим і масованим застосуванням цих технологій стала інформаційна війна Російської Федерації проти України, яка широко розгорнулася на початку 2014 року одночасно із захопленням Криму. Тому не дивно, що саме вона стала предметом ретельних спостережень та досліджень для фахівців із ведення інформаційної війни і безпеки та військових різних країн світу.

Зрозуміло, що проведення такого аналізу для самої України ще більш актуальне, тож у подальшому розгляді інформаційно-психологічних операцій у соцмережах ми будемо детально аналізувати насамперед приклади таких дій з боку пропагандистів Російської Федерації. В той же час потрібно чітко усвідомлювати, що методи та технології не мають національної приналежності, а є універсальними з точки зору можливості їх застосування.

Очевидно, що чітке розуміння технологій ведення військових дій в Інтернеті, і насамперед у соцмережах, є необхідною складовою воєнної майстерності будь-якої держави, яка хоче вижити і перемогти у майбутніх протистояннях, котрі 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.

На які головні напрямки насамперед скеровані дії російських пропагандистів у цій інформаційній війні у соцмережах? Аналіз і спостереження дозволяють сформулювати наступний перелік:

1. Сіяння страху і паніки серед широких верств населення.
2. Формування громадської думки щодо конкретних тактичних дій РФ, і її стратегії в цілому.
3. Спонування населення та політичних лідерів України до саморуйнівних дій.
4. Поширення дезінформації.
5. Заклики до саботування розпоряджень української влади.
6. Підлив бойового духу українських бійців та населення.
7. Дискредитація політичного та військового керівництва України.
8. Провокування конфліктів в середині України та у середовищі її політичних сил.
9. Провокування користувачів соцмереж з метою збору інформації.
10. Апелювання до світової спільноти для виправдання російської агресії проти України і дискредитації України.
11. Вербування «живої сили» для участі в конфлікті на Донбасі на боці сепаратистів.

12. Використання постів у соцмережах як джерело для подальшої легалізації дезінформації у ЗМІ.

В сьогоденному світі просто донести до людини певну інформацію для отримання бажаного ефекту в інформаційних війнах – змінах у її світогляді і спонукання до певної поведінки – недостатньо. Успішність впливу насамперед залежить від того, у яку форму «запаковано» повідомлення, що його отримує реципієнт. Форма прямої, лобової агітації та пропаганди, яка домінувала ще кілька десятиліть тому, сьогодні не працює. На зміну їй прийшли маніпулятивні технології прихованого впливу, які можна віднести до категорії «soft power». До засобів ведення інформаційної війни адаптували такі потужні інструменти та наробки у царині психології, як нейролінгвістичне програмування, еріксонівський гіпноз, транзактний аналіз тощо.

Цікаво – і показово – що ще у 1989 році у «US Marine Corps Gazette» з'явилася стаття кількох військових дослідників під заголовком «Змінюючи обличчя війни: в четверте покоління» (“Changing the Face of War: Into the Fourth Generation”). Автори зробили надзвичайно сміливий на той час прогноз: війни четвертого покоління будуть включати в себе все населення країни супротивника. Різниця між військовими та цивільним населенням розмиється. Телевізійні новини стануть більш потужною оперативною зброєю, ніж бронетехніка. Як це часто буває, реальність набагато перевершила їх очікування, адже Інтернет і соціальні мережі значно потужніша зброя, ніж телебачення.

Вищенаведені факти ясно свідчать, що війни четвертого покоління – це реальність, в якій ми живемо. Фактично, сьогодні кожен знаходиться на війні, навіть якщо фізично він далекий від лінії фронту -- адже 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, до яких належать війни у соцмережах, будуть постійно відшліфовуватися і вдосконалюватися.

Зауважимо, що цей процес ще не сягнув свого піку – фактично він тільки розпочався. До нього активно приєднуюватимуться 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 перевагу у новій парадигмі війн 21 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.

Воропаєва Т.С.,

к. п. н., доцент Центру українознавства філософського факультету (м. Київ)

ГУМАНІТАРНА Й ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНА БЕЗПЕКА ЯК ЧИННИК ЗМІЦНЕННЯ ОБОРОНОЗДАТНОСТІ УКРАЇНИ

Анексія Криму та гібридна війна Росії проти України призвели до радикальної зміни сучасної геополітичної ситуації не тільки на території Європи, а й в усьому світі. Існуюча система безпеки, яка гарантувала відносну стабільність на Європейському континенті, була повністю зруйнована. Нові геополітичні умови загострили старі й активізували нові конфлікти, що суттєво вплинуло на актуалізацію проблеми забезпечення гуманітарної та інформаційно-психологічної безпеки багатьох сучасних держав. Відомо, що гуманітарна безпека – це стан захищеності людини, родини, етносу, нації, а також їхніх традицій, звичаїв, прав, укладу життя, життєвих ідеалів, пріоритетів і цінностей, незалежно від расових, статевих, вікових, релігійно-конфесійних та мовних характеристик. Гуманітарна та інформаційно-психологічна безпека враховують також захищеність фізичного й психічного здоров'я людини, можливість вільного вибору, можливість вільної самоідентифікації суб'єктів на індивідуальному, груповому та суспільному рівнях, можливість вільного розвитку людини, родини, спільноти, суспільства, держави. Концепції гуманітарної безпеки багатьох країн світу певним чином збігаються із запропонованою ООН Концепцією сталого розвитку. В контексті нових цивілізаційних викликів, доктрин «нових війн» Третього тисячоліття, спрямованих на деформацію колективної ідентичності, ментальності, самосвідомості, світогляду й поведінки громадян тих держав, які певні держави-агресори вважають своїми ворогами, проблема забезпечення гуманітарної безпеки громадян України суттєво актуалізується.

В умовах «гібридної» війни, яка, на жаль, триває в Україні, гарантувати гуманітарну та інформаційно-психологічну безпеку громадян дуже важко. Але всебічне врахування інформаційного та психологічного вимірів гуманітарної безпеки дозволить адекватно протидіяти деструктивним інформаційним впливам на громадян України не тільки шляхом недопущення дестабілізації функціонування державних інститутів, політико-правової, енергетичної та соціально-економічної сфер українського суспільства, а й шляхом професійної протидії багаторічним спробам нівелювати духовну єдність громадян України, підірвати суверенітет і територіальну цілісність держави. Такий підхід дасть можливість консолідувати українське суспільство, зміцнити обороноздатність держави і організувати світоглядну мобілізацію громадян України.

У 1991 – 2015 рр. наша науково-дослідна група відстежувала конструктивний і деструктивний вплив українських і зарубіжних ЗМІ на формування колективної (релігійної, регіональної, етнічної, національної, цивілізаційної) ідентичності громадян України. Цей моніторинг проводився в

рамках декількох міжнародних наукових проектів Центру українознавства філософського факультету (до вересня 2000 р. – Інституту українознавства) Київського національного університету імені Тараса Шевченка, які були підтримані Фондом «Відродження», Фондом Фрідріха Еберта, Фондом фундаментальних досліджень Міністерства освіти і науки України, а також, зокрема, Асоціацією українських банків. У цих проектах активну участь брали студенти й аспіранти 3-х університетів міста Києва (студенти й аспіранти факультетів психології, соціології, філософського, геологічного й механіко-математичного факультетів, а також курсанти Військового інституту КНУ імені Тараса Шевченка). Студенти, курсанти й аспіранти працювали у якості інтерв'юерів, здійснювали обробку даних, виконували інші види роботи. Усього було досліджено 48000 респондентів віком від 18 до 89 років. Опитування проводилися в усіх областях України методом індивідуального інтерв'ю за місцем проживання. Вибірка репрезентативна за основними соціально-демографічними показниками. Статистична похибка не перевищує 2,9%. Були використані методи контент-аналізу, інтент-аналізу, методика М. Куна-Т. Макпартленда «Хто Я?», Адаптована методика «Шкала вимірювання ідентичності» М. Сінерелли та інші методи.

Відомо, що вміння громадян протистояти інформаційно-психологічній війні має велике значення у забезпеченні обороноздатності будь-якої сучасної держави. Проведені нами дослідження показали, що респонденти з низьким рівнем національної та європейської цивілізаційної ідентичності мають найнижчий рівень українознавчої компетентності, а також отримують необхідну їм інформацію переважно з тих ЗМІ, які систематично порушують інформаційно-психологічну безпеку громадян України.

В інформаційній війні проти України й українського народу (яка активізувалась у 1991 році, кілька разів загострювалася (у 1994 – 1995 рр., 2000 – 2001 рр., 2003 – 2006 рр., 2010 – 2011 рр., у першій половині 2012 р., наприкінці 2013 – 2015 рр.) і закономірно переросла в нинішню «гібридну» війну) використовуються різні інформаційні ресурси: преса, радіо, телебачення, Інтернет, хакерські атаки і т.п. При цьому протиборчі сторони застосовують методи «загострення уваги», «навішування ярликів», «містифікації», «вкидання дезінформації», «перенесення негативних образів», «найменшого зла», «стверджувальних заяв», «спрощення проблеми», «ігнорування», «відволікаючої пропаганди», «превентивної пропаганди», «тиражування страшилок», «експлуатації авторитетів і груп впливу», «порушення логічних і часових зв'язків між подіями», «вибіркового підбору інформації», «заміни джерел повідомлення», «руйнування культурних архетипів і базових цінностей», методи блокування і спотворення інформаційних потоків та процесів прийняття рішень. Використовуються також чутки, домисли, «фейки», «лексика ненависті», міфи й стереотипи.

Можна навести хоча б декілька прикладів подібних деструктивних висловлювань, які трансливались в українських ЗМІ упродовж 1991 – 2015 рр.:

«хитромудрые хохлы, ... пустые балаболки, ... всегда вам нужен пришлый свинопас!»; «Украина? Нет такой державы! Это незаконнорожденный ребенок»; «Украина обречена интересоваться Россией»; «Украина без России вообще не существует»; «громадянська війна може стати реальністю наших днів»; «Украина будет расчленена»; «Мочить хохлов в Интернете – есть такая работа!»; «Крым – это особый регион России»; «Россия должна взять Крым в аренду»; «вокруг Донбасса единоверная, единокровная и единокровная Россия»; «давайте решим вопрос об автономии Донецкой области»; «Украина будет федеративным государством»; «Юго-восток Украины хочет быть с Россией»; «страна скатится в пропасть»; «Украина разваливается на наших глазах»; «Украина – несостоявшееся государство, а украинцы – недержавообразующий народ!»; «без России мы – ноль»; «не надо строить из себя шаманов и кричать: «Украина у нас одна!»,... если нужно, то будет 2 Украины, или 5 – 6 Украин...». Наголошуємо, що дані повідомлення звучали в ефірі загальнонаціональних радіо- і телеканалів України.

Психологічний та духовно-світоглядний вплив (тобто вплив на індивідуальну і масову свідомість, на колективне несвідоме, світосприйняття, на ціннісні орієнтації і колективні уявлення населення з метою деформації мотивації, ментальності, ідентичності, світогляду і поведінки особистості й суспільства) становить загрозу не тільки національним інтересам, а й суспільству і державі в цілому, оскільки належить до так званої ментально-світоглядної агресії, яка сприяє повному духовному підпорядкуванню суперника в інформаційній війні.

Будь-яка інформаційна агресія пов'язана з деструктивним впливом на військовослужбовців і цивільних осіб, з поширенням дезінформації, з маніпуляціями інформацією, із залякуванням, з проникненням на територію суверенної держави деструктивних інформаційних потоків, з руйнуванням інформаційних зв'язків між державою (яка стала об'єктом агресії) і суспільством, зі зниженням ефективності функціонування державної влади, зі збільшенням психологічного тиску на цивільне населення, із нав'язуванням помилкових цілей і оцінок, з поширенням чуток і паніки, з деморалізацією, з формуванням поразеньських настроїв, з подачею будь-якої інформації у вигідному для агресора «ключі». Відомо, що негативні інформаційно-психологічні впливи можуть привести не тільки до деформацій уявлень людини про світ, серйозних порушень психічного й фізичного здоров'я особистості, емоційно-вольових і поведінкових порушень, але і до спотворень групової і масової свідомості, деструктивних колективних дій, серйозних наслідків у духовному й соціально-політичному житті суспільства, громадських організацій та державних структур. Все це сприяє спотворенню в очах цивільного населення справжньої картини подій, його можливому переходу на бік противника і припинення будь-якого опору зовнішній агресії.

На жаль, в Україні проблема гуманітарної та інформаційно-психологічної безпеки довгий час просто ігнорувалась. Зокрема, більша увага приділялась,

насамперед, інформаційно-технічному «виміру» інформаційної безпеки (тобто безпеки машинно-технічних засобів, програмного забезпечення, засобів і режиму захисту від несанкціонованого витоку інформації), а не політико-психологічним і духовно-світоглядним аспектам інформаційної безпеки. Але саме всебічне врахування цих двох вимірів інформаційної безпеки дозволить адекватно протидіяти деструктивним інформаційним впливам на громадян України.

Оскільки сучасні вчені вважають, що інформаційна війна за своїм характером займає проміжне положення між «холодною» війною (яка включає також економічні війни) і реальними бойовими діями за участю збройних сил, то багато реальних дій Російської Федерації (зокрема, декілька локальних економічних війн проти України), а також висловлювання відомих політичних і громадських діячів Росії повністю це підтверджують. Так, А. Б. Губарєв підкреслив у своїй дисертації «Информационные войны как объект политологического исследования» (2005 р.), що інформаційні війни – засіб здійснення «нової колонізації», а Д. О. Рогозін заявив у своєму інтерв'ю «Російській газеті» (опублікованому 28 червня 2013 р.), що «тепер інформаційні технології розглядаються як зброя першого удару», а коли «держава – жертва агресії стає практично паралізованою, наноситься удар класичними військовими засобами». Російська агресія в Україні підтвердила ці агресивні наміри.

На жаль, навіть в умовах гібридної війни в Україні не було прийнято серйозних організаційно-управлінських рішень по створенню цілісної системи протидії російській інформаційній агресії. Ще не всі розуміють, що інформаційна зброя має транскордонну вражаючу силу, що в сучасних умовах обороноздатність України багато в чому залежить не тільки від професійної діяльності Збройних Сил, а й від ефективного захисту власного інформаційного простору, а також від уміння стримувати і запобігати як зовнішній, так і внутрішній інформаційній агресії. На жаль, в умовах інформаційної війни українські націєтворчі процеси істотно гальмуються. Головний удар інформаційних кілерів спрямований на підлив основних націєтворчих засад: 1) на послаблення української етнічної нації (яка є «ядром» політичної); 2) на деструкцію української національної культури; 3) на нівеляцію громадянського суспільства та колективної ідентичності (передусім національної та європейської цивілізаційної); 4) на руйнування українського інформаційного простору; 5) на послаблення української держави (за допомогою регіональної сегментації, федералізації тощо). Деструктивний вплив на свідомість і підсвідому сферу українських громадян спроможний знівелювати будь-яку підставу для консолідації українського суспільства, деформувати позитивний образ України, вбити клин між Заходом і Сходом України. При цьому найбільш послідовно поширюються думки про те, що українська культура нерозвинена, збиткова, відстала й низькопробна, що українська мова є діалектом російської, що українці і росіяни – це один народ, просто українці є недорозвиненими

росіянами. Саме тому громадяни України (в тому числі нинішня політична еліта, керівники партій, а також українські олігархи) мають зрозуміти, що без завершення процесів націєтворення, без збереження власної ідентичності і без припинення інформаційної агресії та «гібридної» війни Україна не буде конкурентоздатною державою у світі.

У зв'язку з цим необхідно: 1) розробити сучасну доктрину гуманітарної та інформаційно-психологічної безпеки України; 2) забезпечити більш оперативне реагування Ради національної безпеки і оборони, СБУ та відповідних громадських організацій на факти інформаційної агресії з боку Росії; 3) не транслювати фільми й програми, які мають антиукраїнський зміст, принижують національні почуття й гідність українського народу; вчасно давати професійну відповідь тим ЗМІ, які стали рупором антиукраїнської пропаганди, дискредитують українство і намагаються дестабілізувати політико-правову та соціально-економічну ситуацію в Україні; 4) законодавчо врегулювати процес використання правлячими партіями і фінансово-політичними групами потужного ресурсу ЗМІ, убезпечивши громадян України від деструктивного впливу ангажованих ЗМІ, які транслюють антиукраїнські, асоціальні й аморальні уявлення, ідеї, думки, поширюють українофобські настрої, нагнітають страх, тривожність, апатію тощо; 5) посилити гуманітарну складову внутрішньої політики України, розробити і впровадити цілісну систему соціальних та гуманітарних технологій для формування й підтримки почуття колективної самоповаги громадян України до себе, для підвищення рівня українознавчої компетентності й патріотизму, для розвитку української мови і культури, які є важливою базою для конституювання позитивної колективної ідентичності.

Тематичний блок 2.
**Проблеми практики комунікаційно-
контентного спротиву агресіям**

Клубань О.М.,

заслужений журналіст України, професор кафедри військової журналістики (ВІКНУ)

КОМУНІКАЦІЙНІ СЕРВІСИ ТА СКЛАДОВІ БЕЗПЕКОВОГО СЕГМЕНТА

Сьогодні у світі відбуваються зміна способів виробництва, світогляду людей, міждержавних відносин. Відходять зі своїх позицій ідеології, поступаючи загально людським цінностям. Саме це зумовлює стрімкий перехід до інформаційного суспільства. А у науковому й політичному середовищі фахівці все частіше використовують у своєму лексиконі словосполучення «інформаційний простір», «комунікаційно-контентне середовище», «публічні поля» «інформаційно-комунікаційні ресурси», «інформаційні впливи», «інформаційна присутність», і нарешті - «комунікаційно-контентна безпека». А ще до недавно такі звичні поняття як «пропаганда» і «контрпропаганда» стали атавізмами епохи тоталітаризму. І активно експлуатуються тільки країною агресором, якою сьогодні є путінська Росія, у форматі комунікаційно-контентного тероризму. Навіть «інформаційна війна» поступово витісняється більш ємним за змістом терміном «комунікаційно-контентні агресії», який відповідає сучасному розумінню сутності процесів, пов'язаних з намаганням домінувати в інформаційному просторі.

В Україні розвивається і структурується вітчизняний інформаційний ринок як система економічних, організаційних і правових відносин щодо створення, продажу, купівлі і функціонування інформаційних ресурсів, технологій, продукції та послуг. Все це вимагає від державних інституцій, особливо які відносяться до сектору оборони і безпеки, кардинального перегляду відносин в площині армія і суспільство, армія і медіа, впровадження сучасних комунікаційно-контентних стратегій із сценарними планами довгострокової дії, яким і мають поступитися короткотривалі, локальні інформаційні сервіси, розраховані на обслуговування конкретних владних чинів з їх іноді суб'єктивним і не завжди вірним баченням розвитку тих чи інших суспільних процесів і розв'язання систематичних кризових ситуацій.

В інформаційному просторі проявляються такі тенденції:

по-перше, зростає обсяг комунікативних процесів, які змінюють традиційні інформаційно-пропагандистські способи впливу на маси;

по-друге, відбувається взаємодія різних носіїв інформації, тобто виникнення інтегрованих комунікативних систем;

по-третє, аналогічне спостерігається й на рівні масових інформаційних процесів, де виникають і розвиваються вже не окремі засоби масової інформації (ЗМІ), а інформаційні комплекси – медіа системи. Разом з цим, набирають сили інформаційні поля територіальних громад, зміщуючи таким чином центр тяжіння в інформаційному просторі. І нарешті, завдяки світовій мережі будь-

яка особа може стати суб'єктом інформаційного простору і творцем певного контенту.

В цих умовах перехід до нових стратегій використання публічних полів з метою реалізації владних повноважень й управління суспільством засвідчив, що держава поки що не може претендувати на лідерство й конкурентоспроможність без формування і реалізації ефективної державної інформаційної політики, в тому числі в галузі оборони та безпеки. Необхідно освоїти нові методи підтримки контактів владних структур з інститутами цивільного суспільства. Для цього потрібні чіткі довготривалі стратегії суспільної комунікації, які владні еліти часто підміняють використанням комунікаційних сервісів, що обмежуються обслуговуванням конкретних управлінських рішень, як правило, пов'язаних з персоналізованим інтересом. *А мають функціонувати* цілісні, добре розвинені системи, створені на міцній професійній основі з широким спектром і глибиною реалізації стратегічних рішень, які увібрали би весь світовий досвід та урахували останні глобальні виклики, ризики та загрози в процесі їх динамічного розвитку.

Слід чітко розуміти завдання в інформаційній сфері адекватні сучасним реаліям. А для цього необхідно внести корективи у вивчення інформаційного простору, замінивши традиційний моніторинг, що працює на конкретну особу, інформаційно-контентним аудитом публічного життя, як нового технологічного рішення. Завдяки цьому ми зможемо моделювати суспільні процеси у майбутньому і впливати на їх розвиток якісною реалізацією управлінських рішень на всіх рівнях комунікації, ефективно використовувати наявні інформаційні ресурси. І в першу чергу це стосується інституцій оборонно-безпекового сектору, які є базовими для української державності.

Для кожного оборонного заходу будь-якого рівня - чи то військова операція, чи різнопланові військові навчання, найважливішою складовою його стратегічного та оперативного планування має бути питання інформаційно-медійного забезпечення. Без належної інформаційної підтримки сьогодні не можливо розраховувати на успіх у виконанні завдань за призначенням в будь-якій операції військ (сил). В арміях таких країн як США та Великобританія медійна підтримка військ прописана в стратегічних документах довгострокової дії. В цьому контексті можна навести безліч прикладів, як власне українських, так із досвіду наших партнерів. Зокрема, операція американських військ «Буря в пустелі», війна в Перській затоці тощо. Із самого початку підготовки медійна складова займала неабияке місце в їх стратегічному плануванні. І міжнародна громадська думка була сформована заздалегідь до початку активної фази бойових дій. А під час безпосереднього проведення операцій вся інформація, що надходила до світових ЗМІ, тобто контент, який наповнював інформаційний простір, формувала представниками єдиного органу військового управління, котрий відповідав за реалізацією цієї операції. В даному випадку це був Пентагон.

У Збройних Силах України ефективне використання інформаційно-медійної компоненти у реалізації управлінських рішень завжди було проблематичним. Керівники різних ланок, починаючи з самого верхнього ешелону і до низу, в плануванні оборонних заходів стратегічного, оперативно-тактичного рівня та в своїй повсякденній діяльності рідко коли переймалися врахуванням вимог розвитку інформаційного суспільства щодо необхідності їх постійної надійної підтримки з використанням сучасних форм та методів впливу. Частково причиною тому є сформовані за радянської доби певні стереотипи, які ще довго даватимуть про себе знати, а також цілий ряд інших як суб'єктивних, так і об'єктивних обставин. Навіть створення в українському оборонному відомстві багаторівневої системи інформаційно-медійного забезпечення діяльності армії та сил флоту, що неодноразово відмічалось як міжнародними експертами, так і представниками вітчизняних мас-медіа, рідко знаходило розуміння з боку керівного складу українського війська щодо необхідності ефективного застосування за призначенням всього накопиченого арсеналу сил і засобів, помноженого на світовий і власний досвід. На жаль, продовжують діяти стандарти традиційних управлінських систем стосовно публічного життя громад, що автоматично створює перешкоду в процесі модернізації суспільних інституцій. Відсутність стратегії у поглядах обмежується активністю у застосуванні сервісного забезпечення окремих керівників та їх управлінських рішень короткої дії, частковим висвітленням якихось заходів, що вважаються знаковими і підкреслюють їх суспільну важливість в інформаційному полі країни.

Ця проблема стала найбільш очевидною із розв'язанням РФ гібридно-месіанської агресії проти України, основою якої є саме комунікаційно-контентна компонента пропагандистського типу. І успішно протистояти їй, адекватно реагуючи на усі виклики і загрози, можливо тільки професійно використовуючи новітні технології, із залученням усіх сил та засобів, які є в наявності. І не тільки в безпековому секторі держави, а й максимально мобілізуючи потенціал суспільства в цілому. Що власне і підтверджено появою активного, так би мовити, волонтерського руху в соціальних мережах, зокрема, та в інформаційному просторі в цілому. При цьому важливою складовою успіху є не стільки суцільна партизанщина, народжена пробудженням національної самосвідомості пересічного українця, палким почуттям суспільства до своєї Батьківщини та відповідальністю кожного за її долю. Без сумніву, це відіграло свою роль у виникненні потужного опору агресору. Але реальний успіх - за чіткою стратегією з сучасним арсеналом сценарних планів та іноваційних рішень і гнучке управління, здійснюване єдиним центром з чітко вибудованою вертикаллю, професійно сформованим баченням спільних завдань з відповідним контентним наповненням та вміло організована взаємодія на всіх рівнях функціонування системи інформаційної протидії агресору. На жаль, у нас це поки що не стало нормою під час планування і проведення різноманітних заходів на всіх рівнях військового управління.

Хотів би наголосити, що це питання не одного Управління комунікацій та преси Міністерства оборони України і підпорядкованих йому структур, які відповідають за реалізацію державної інформаційної політики в галузі оборони. Це й відповідальність командирів та керівників органів військового управління будь-якого рівня. Діє просте правило: якщо влада своєчасно не інформує суспільство, то люди самі знаходять необхідну для них інформацію. І часто знаходять її у ворога. Тому попри деякі обмеження, що пов'язані з веденням бойових дій, система внутрішніх і зовнішніх комунікацій має працювати на оперативне і об'єктивне розповсюдження інформації. Це раціонально. Виходити до преси просто необхідно! Якись принципові речі повинні озвучувати не чергові призначені речники, котрі іноді самі не завжди розуміють сутність того, що вони озвучують, а саме керівники вищого рівня, починаючи з начальника Генерального штабу Збройних Сил. Це просто необхідно, щоби продемонструвати суспільству адекватність, компетентність і викликати довіру. Треба показати громаді, що ти відповідаєш за свої рішення. І якщо говорити про підтримку управлінських рішень, треба знаходити такі аргументи, які би сприяли їх реалізації.

Говорячи про інформаційну діяльність в межах Міністерства оборони та Збройних Сил України, важливо враховувати те, що вона є складовою інформаційної політики держави, реалізація якої в оборонній сфері базується на завданнях, чітко сформульованих Президентом України – Верховним Головнокомандувачем Збройних Сил України, Кабінетом Міністрів України, Радою національної безпеки і оборони України. При відсутності загальнодержавної концепції інформаційної політики, яку так і не прийняла Верховна Рада, ми своєчасно не змогли впровадити концепцію інформаційної політики оборонного відомства. Тому вдалися до компромісного рішення: в Міністерстві оборони України в 2011 році було сформовано засади інформаційної діяльності і намічені шляхи їх реалізації, які й були застосовані відповідним наказом міністра на початку 2012 року. І сьогодні вся інформаційно-медійна компонента Міністерства оборони та Збройних Сил України, яка включає військові засоби масової інформації та інформаційно-медійні структури в органах військового управління, функціонує саме згідно положень цих засад, сприяє реалізації різнопланових медійних проектів на національному і регіональному рівнях, використовуючи можливості ЗМІ, Інтернету, та соціальних мереж, наповнюючи їх відповідним контентом. Наскільки ефективно вони впливають на формування громадської думки – це питання до експертів і аналітиків.

Важливою та невід'ємною складовою об'єктивного інформування суспільства про життєдіяльність Українського війська є участь командирів і керівників органів військового управління різних рівнів у публічному житті держави: у брифінгах, круглих столах, в ефірах національних або регіональних телерадіомовних компаній та інших медійних проектах так чи інакше пов'язаних із оборонно-безпековим спрямуванням. Особливого значення це

набуває в місцях постійної дислокації об'єднань і з'єднань Збройних Сил та в районах виконання ними завдань за призначенням в умовах путінської агресії на сході країни.

В цьому контексті слід зазначити важливість підготовки командирів вищої ланки до спілкування зі ЗМІ. Майже в усіх арміях демократичних країн світу це питання є одним із ключових. Так, наприклад, в Канаді офіцера не призначають на генеральську посаду, якщо він успішно не пройшов стажування в прес-службі відомства. В Бундесвері є правило, коли кожен керівник стратегічного рівня раз на рік має пройти відповідний тренінг по спеціальній програмі з громадських зв'язків у відомчій Академії інформації. Тому дуже важливо використати будь-яку можливість, щоб долучати до тренінгів із соціальних комунікацій та комунікаційно-контентної безпеки керівників усіх рівнів органів військового управління. Український офіцер повинен не тільки мати уявлення про функціонування системи громадських зв'язків, а й розуміти місце і роль інформаційно-медійної підтримки при стратегічному та оперативному плануванні операцій військ (сил), сутність заходів комунікаційно-контентної безпеки.

Кожен з нас має сьогодні чітко усвідомити, що розвиток подій в інформаційному просторі не поділяється на умови мирного часу та особливий період. Враховуючи те, що зареєстровані в Україні ЗМІ належать конкретним власникам, часто іноземного походження, а відтак вони впливають на формування редакційної політики, виходячи з власних корпоративних інтересів, які для них є більш пріоритетними ніж інтереси держави, то інформаційний простір постійно перебуває в умовах особливого періоду. До того ж проблеми стратегічного рівня в інформаційній царині розвиваються не лінійно за старою схемою “свій-чужий”, а в формі реалізації складних моделей інформаційно-сценарних кампаній, які мають різноформатні характеристики, включаючи альтернативні варіанти, що технологічно використовуються гравцями інформаційно-медійного впливу.

Тому масштабної ресурсно-кадрової підтримки в інформаційно-медійному вимірі вимагають саме Збройні Сили України. Адже це – державоутворююча інституція, яка не має жорстко політично акцентованих інтересів. І, як усі безпекові сегменти державного управління, армія реалізує довгострокові проекти, а отже, має особливу можливість і умови створення інформаційних потоків, які б позитивно впливали на суспільну думку не тільки в суспільстві власної держави, але й в інформаційних полях держав-сусідів та партнерів. Закони сучасного розвитку інформаційних і безпекових полів вимагають надсучасних засобів і зусиль з реалізації позитивних сценаріїв. Це тому, що позитивні ідеї, процеси і результати впроваджуються в суспільство, нав'язуються йому. А негативні інформаційні потоки завжди супроводжують суспільство і державу автоматично.

Щоб сконцентрувати наші зусилля, слід зосередитися на виконанні конкретних завдань, які можна визначити таким чином.

Короткостроковою ціллю найближчих перспектив є оптимізація організаційно-штатної структури інформаційно-медійної компоненти Міністерства оборони і Збройних Сил України та забезпечення ефективності її діяльності. Це означає створення нових підрозділів та модернізації наявних до такого рівня виконання ними основних функцій, який би відповідав сучасним вимогам комунікаційно-контентної безпеки.

Середньостроковою ціллю є створення ефективного механізму системної реалізації зусиль усіх структур Міністерства оборони в інформаційному просторі з метою досягнення завдань державної безпеки в інформаційному просторі України. Для цього слід зосередитися на таких формах: забезпечення стабільного позитивного представлення державницьких інформаційних меседжів в інформаційному полі України центральних та регіональних ЗМІ; формуванні значного рівня впливовості та резонансності медійних засобів і повідомлень завдяки формуванню стійкого позитивного інтересу всіх прошарків суспільства до безпекової, оборонної, військової тематики; налагодження численних визначених каналів діалогу між різними соціальними групами громадянського суспільства, використовуючи можливості відомчих інформаційно-медійних структур в якості комунікаторів; створенні дієвих механізмів інформування та контентного супроводу, формуванні кола партнерських комунікаційних структур за кордонами України, як в країнах-партнерах, так і у впливових інформаційних джерелах загальноєвропейського та регіонального значення; кардинального посилення комунікаційного впливу Міністерства оборони і Генерального штабу ЗС України на тематичний контент в суспільстві.

Довгостроковою стратегічною ціллю інформаційної складової діяльності Міністерства оборони є: формування цілісного системного інституту комунікаційно-контентного впливу та взаємодії безпекового і оборонного сектору держави з громадянським суспільством; створення високотехнологічного і ефективно діючого інформаційного інструментарію впливу в інформаційних полях України в цілому та за кордоном; створення ефективної правової бази інформаційної діяльності в безпековому секторі держави з урахуванням особливостей функціонування в умовах гібридно-месіанських агресій.

Епоха глобалізованої інформаційної цивілізації вимагає від державних інституцій потужних комунікаційних зусиль, адекватних викликам часу, адже за свідченням впливових експертів, в інформаційну епоху 50% цих зусиль повинно бути спрямовано на суспільні комунікації. Громадяни мають бачити реальну діяльність тієї чи іншої інституції, а особливо державної. І кінцевою метою є не тільки підтримка, але й згуртованість усіх навколо реалізації таких управлінських рішень, від яких залежить доля народу, країни та навіть міжнародної спільноти. Сьогодні це питання стоїть занадто гостро, щоби його ігнорувати.

ПРО СПЕЦИФІКУ РОБОТИ ЖУРНАЛІСТІВ У ПРИФРОНТОВІЙ ЗОНІ

➤ Відмінності структур інформаційних середовищ в прифронтовій зоні та в звичайних умовах:

- В звичайних умовах – це єдине інформаційне середовище, єдиний ряд новин і єдина домінуюча міфологема.

- В прифронтовій зоні – це стик кількох інформаційних середовищ, що взаємодіють і впливають одне на інше. Це як мінімум два інформаційні ряди, або дві діаметрально протилежні трактовки інформаційного ряду і дві конфронтуючі міфологеми.

➤ Особливості висвітлення подій журналістами в прифронтовій зоні:

- Необхідність вираховування наявності антагоністичного інформаційного поля (середовища) .

- Необхідність власної трактовки антагоністичного інформаційного ряду.

- Необхідність забезпечення домінування власної міфологеми над міфологемою супротивника.

➤ Основні принципи створення власної домінуючої міфологеми:

- Міфологема має спиратися на деталі інформаційного ряду супротивника.

- Міфологема має змушувати супротивника на інформаційне реагування, оцінка реагуючої сторони в даному випадку не має значення.

- Міфологема має нести ознаки парадоксальності але обов'язково **спиратися на достовірний фактаж двох конкуруючих інформаційних середовищ.**

- Міфологема ні в якому разі **не може спростовувати міфологему супротивника, вона має над нею домінувати.** Тобто, бути більшою за міфологему супротивника, цікавішою за міфологему супротивника, емоційнішою за міфологему супротивника, спиратися на факти із обох інформаційних рядів.

- Міфологема має бути короткою, талановито викладеною і легкою у переказі.

➤ Ієрархічність і циклічність міфологем:

- Стратегічний міф.

- Міфологеми як частини стратегічного міфу.

- Трактування фактів із позицій міфологеми, як спосіб їх підтвердження.

➤ Правда, як основа будь-якого ефективного міфу.

В інформаційній війні перемагає не той, хто констатує правду, а той, хто надає відповідний фактам переконливий власний зміст.

Парфенюк І. М.,

к. н. із соц. ком., доц. каф. зв'язків з громадськістю та реклами (КНУКіМ, м. Київ)

ПСЕВДОПОДІЇ В ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІЙНАХ

З розвитком новітніх інформаційних технологій розрив між реальністю і медіа-реальністю ще більше звужився. Великий потік інформації, що надходить з багатьох джерел не може бути повністю свідомо опрацьований і перевірений. Тому більшість інформації сприймається на віру. Хоча далеко не вся інформація відповідає дійсності. Як наслідок, людина сприймає медіа-реальність за дійсність. А оскільки медіа-реальність конструюється штучно, то є сенс говорити про конструювання соціальної реальності, що особливо актуально під час ведення інформаційних війн. Одним із потужних засобів конструювання медіа-реальності є псевдоподії.

Під псевдоподіями ми розуміємо штучно створені або вигадані (змонтовані, постановлені) події, які подаються для масової аудиторії як такі, що мали місце насправді.

Близькі до запропонованої тематики наукові пошуки проводилися такими науковцями як: Д. Бурстін, М. Кастельс, М. Маклюєн, Д. Белл, Дж. Ваттімо, Г. Дебор, Г. Почепцов, В. Савчук та ін.

Однак, багато аспектів цієї теми залишилося не дослідженими. Наша мета – навести приклади створення псевдоподій під час російсько-української інформаційної війни (у ході військового конфлікту на Донеччині) та запропонувати способи реагування на них.

Сам термін «псевдоподія» вперше запропонував американський історик і соціолог Д. Бурстін. Він виділяє декілька характерних ознак псевдоподій [3]:

1) не будучи випадковими, вони плануються, створюються або ініціюються;

2) псевдоподії влаштовуються заздалегідь (хоча і не завжди) виключно заради того, щоб про них повідомили або знову повторили, а в сам план закладається така якість, як здатність бути новиною, для того щоб вона відтворювалася засобами масової інформації;

3) їх зв'язок з реальною ситуацією двозначний, а інтерес до події зростає саме завдяки цій двозначності.

Варто зазначити, що Д. Бурстін під псевдоподіями розуміє насамперед організацію спеціальних заходів з метою привернення уваги преси (таких як круглі столи, брифінги, презентації, інтерв'ю тощо), ми ж розглядаємо їх більш в широкому сенсі, насамперед, в контексті формування необхідної для суб'єкта агресії реальності.

Особливої ваги використання псевдоподій набуває у ході інформаційних війн під якими ми розуміємо комплекс інформаційно-психологічних заходів, які здійснюються з метою цілеспрямованого впливу на психіку, масову та індивідуальну свідомість людей для зміни або використання їхнього світогляду, цінностей, моральних переконань, щоб послабити або нівелювати психологічний опір відносно певних моделей поведінки, які, у разі їхнього схвалення та сприйняття в суспільстві, сприятимуть захопленню матеріальних чи нематеріальних ресурсів суб'єктом агресії за допомогою внесення змін у соціальний договір.

Як зазначає П. Жантовський, при намаганні втручатися у події на політичній арені з метою досягнення своїх суб'єктивних вигод, створюється помилкове враження про те, що суспільство знаходиться в небезпеці, що небезпеці піддаються цінності, які розділяються суспільством і вважаються здобутками шляху до демократії. Для цього дані конструктори віртуальних псевдоподій встановлюють неофіційні, але дуже міцні зв'язки з зацікавленими журналістами, які часто і фактично, і політично поділяють їхні мотиви. Завдяки їм і тільки через них, можна ефективно впливати на громадську думку і моделювати подібність реальності. Дезінформація, що запускається в громадський простір, стає публічно визнаною «правдою». Потім настає друга хвиля дезінформації, яка у своїй аргументації спирається на уже нову «правду», посиляється на неї і виправдовує свої зусилля прагненням усунути беззаконня. Що це беззаконня, вже не викликає жодних сумнівів. Адже в цьому переконане все суспільство. І в результаті, ця вигадана віртуальна реальність стає тараном в руках того, хто її підробив і підкинув у суспільний простір, і вона, зазвичай, є фактором прискорення успішної кампанії містифікатора на його шляху до благ і влади.

З огляду на перелічені ознаки псевдоподій та особливості їх впливу на формування громадської думки, можна виокремити такі псевдоподії російських ЗМІ:

1) подання сюжетів та фото подій, що відбувалися в інших військових конфліктах (наприклад, фотографії нібито палаючого Слов'янська, який начебто бомблять українські силовики АТО, виявилися фото з Квебека, де в 2013 році сталася аварія залізничного потяга з пальним; фотографія дівчинки, пораненої бойовиками у Сирії кілька років тому, в багатьох російських ЗМІ видавалася за жертву обстрілу аеропорту Донецька, сюжет на телеканалі «Россия 1», де чоловік, нібито розстріляний під Донецьком Національною гвардією України, насправді був убитий у Кабардино-Балкарії в 2012 році тощо);

2) задіяння в сюжетах людей під виглядом свідків події, якої не було (наприклад, розповідь про розп'ятого в Слав'янську хлопчика та його матір, яку нібито прив'язали до танку і волокли площею, якої, варто зауважити, нема в цьому місті, про канібалізм, обіцянки давати кожному українцю двох рабів і клаптик землі та ін.);

3) монтаж (наприклад, сюжет про перемогу Д. Яроша на президентських виборах);

4) поширення неправдивих відомостей без посилань на джерело інформації (наприклад, телевізійні сюжети про заборону Діда Мороза в Україні та святкування Нового року, відміну 9 травня, а натомість проведення гей-параду, «зомбування» населення України за допомогою водопровідних систем та ін.);

5) використання дезінформації та негативної інформації про Україну в інтерв'ю та коментарях відомих людей (наприклад, інформація про те, що у дитинстві Й. Кобзон переховувався на Донеччині від бандерівських банд, розповідь Л. Ярмольника про свої юні роки у Львові, де був повішаний темношкірий на двох берегах тощо);

6) поширення неправдивої інформації про історичні події або історичні персоналії (наприклад, стаття, де син серійного вбивці А. Чикатило каже про батька, що той був українським націоналістом та ін.);

7) висміювання інформації, яка начебто поширюється для «зомбування» українців (наприклад, саркастичний сюжет про вирите давніми украми Чорне море, про що начебто написано в українських підручниках з історії України).

Наведені псевдоподії формують негативне ставлення до України, сприяють створенню негативного образу українців і зводяться до штампів – стандартних звинувачень противника, а саме:

а) у веденні війни проти цивільного населення – від навмисного вбивства до навмисного руйнування завідомо цивільних об'єктів інфраструктури (тобто не стільки мости, скільки формально невійськові заводи і тим більше житлові будинки);

б) в образі святинь або знищення культурних цінностей, будь то руйнування церков або спалювання заповідних лісів;

в) в аморальному вигляді солдатів, включаючи зґвалтування, мародерство та інші ексцеси;

г) у геноциді.

Для боротьби з використанням псевдоподій під час інформаційних війн можна запропонувати такі кроки:

1) створити та активно рекламувати ресурси для спростування дезінформації суб'єкта агресії;

2) публічно розглядати маніпулятивні технології суб'єктів агресії;

3) оперативно інформувати про події, що цікавлять населення;

4) не вдаватися до створення власних псевдоподій, навпаки – говорити навіть не дуже приємну правду, щоб не втратити довіру населення до власної інформації;

5) засуджувати та висміювати канали поширення дезінформації, руйнувати довіру до них.

Медведев В.С.,

Донбасская государственная машиностроительная академия, редакция медиа-группы «Академия» и «Studio Наш дом» (г. Краматорск)

ПРАКТИКА ИНФОРМИРОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В ЗОНЕ АТО

Специфика Донецкого региона состоит в том, что патриоты Украины здесь до сих пор находятся в меньшинстве, а население довольно консервативно относится к получению, распространению и анализу информации. Основными информационными источниками, которые влияют на сознание граждан, были и остаются устная информация, агитационные материалы, а также теле- и радиoprogramмы. Традиционно существует высокая степень недоверия к центральным украинским каналам. У некоторой части населения каналы русского телевидения заменяют реальную картину. Достаточно вспомнить случай массированного обстрела в начале 2015 года Краматорска из системы «Ураган» и Мариуполя из системы «Град». Даже сейчас, под влиянием российской пропаганды, некоторые жители предъявляют обвинение в обстреле подразделениям ВСУ. Поэтому очень важно предоставлять, прежде всего, тем, кто до сих пор не определил свою позицию относительно событий в Украине, оперативную, объективную и достоверную информацию, носителями которой должны быть жители региона и региональные СМИ. В идеале это должно увеличить прослойку патриотически настроенных граждан Донбасса, в свою очередь, оставив сепаратистские идеи без массовой поддержки.

Особого внимания требует население городов и сел Донбасса, которые находятся в непосредственной близости от линии разграничения сторон или недавно были освобождены от оккупации. Жители этих районов должны осознать разницу между тем, как им жилось под так называемыми ДНР и ЛНР, и как они живут сейчас. Предоставление медийного контента с положительными сдвигами в решении актуальных бытовых нужд, эффективной работы местных органов власти – это еще один шаг к ликвидации сепаратистских настроений в Донбассе.

Традиционно, в Донбассе, достаточно разнообразный социальный состав населения. Большой контингент инженерно-технических работников, научной интеллигенции, рабочих промышленных и сельскохозяйственных предприятий и людей без определенного места работы.

Что же на сегодняшний день влияет на сознание населения в донецком регионе. Расположим факторы влияния по степени важности.

1. Важнейшим фактором является наличие большого количества машиностроительных, металлургических, химических и угледобывающих предприятий, которые традиционно имеют связи с Россией. При этом основным агитационным контентом является мнение руководства предприятия. А главным мотивом есть боязнь потерять работу и поставить семью на грань

нищеты. Известны случаи вывешивания на проходных заводов агитационных материалов антиукраинского содержания, а также агитационных материалов в ведомственных газетах и сайтах предприятий.

2. Перекрестная агитация, самоагитация (самозомбирование), слухи. Основными ее источниками являются подготовленные лица для этой работы, а также случайные, авторитетные жители городских кварталов, члены трудового коллектива и другие граждане. Известны случаи агитационной работы в общественном транспорте Краматорска в период февраля–апреля 2014 года. Как правило, агитаторами были женщины бальзаковского возраста, хорошо владевшие искусством убеждать собеседника. Они специально разговаривали очень громко с попутчиками, чтобы их слышали все пассажиры в общественном транспорте. При этом каждый человек, находящийся в автобусе, даже того не подозревая, был под воздействием агитатора, а затем влиял на мнение от 20 до 300 людей. Распространение мнения через слухи проводилось преднамеренно, и их целью являлась паника. Если паника не получалась – то страх или, в крайнем случае, сомнения и неуверенность. Непосредственно перед началом военных действий в Донбассе наблюдались митинги на городских площадях, ограждение областной администрации автобусами с людьми, появление незаконных силовых организаций.

3. Медийный сегмент, а это украинские и российские каналы, местные радиостанции, сайты в сети Интернет, печатные издания. Российские телевизионные каналы были основными поставщиками провокационного контента, который затем распространялся через устные средства коммуникаций. В настоящее время к российским каналам добавились телевизионные каналы, так называемых ДНР и ЛНР. В настоящее время следует отметить некоторое снижение роли телевидения и повышение значимости Интернет. Это связано с двумя факторами. Во-первых, в Донецкой области значительно снизилась площадь покрытия украинским телевидением. В ряде районов «серой зоны» прием украинских телевизионных каналов отсутствует. Во-вторых, появление телевизионных каналов с оккупированной территории. В «серой зоне» достаточно устойчиво принимаются каналы «Новороссия TV», «1-й республиканский телеканал ДНР», «Оплот ТВ» и другие. Они и сейчас влияют на сознание некоторой части жителей Донбасса.

4. Не следует игнорировать также роль пророссийских общественных организаций в распространении враждебного контента.

Какие средства и методы используются для противодействия враждебному контенту. Как известно, мнение жителей региона не может быть постоянным и, в значительной степени, формируется под действием СМИ. Поэтому многие СМИ на не оккупированной части Донбасса основное внимание сосредоточили на реализации ряда задач:

- это поддержка патриотически настроенных слоев населения;
- предоставление платформы для выражения собственного мнения;

- переубеждение нейтрально настроенных сограждан в нецелесообразности поддержки сепаратистских настроений;
- повышение имиджа военнослужащих ВСУ;
- распространение контента на оккупированную территорию;
- поддержка и улучшение морально-психологического состояния населения на оккупированной части Донбасса.

На наш взгляд основную роль в решении данных задач лежит на местных СМИ. Реализация задач, уже сейчас, позволила поднять на качественно новый уровень патриотичное воспитание молодежи региона, предоставила возможности для самореализации молодым журналистам и позволила качественно улучшить контент местных СМИ, не говоря уже об информационной поддержке гражданских инициатив, волонтеров и патриотических организаций. Например, в Краматорске положительную роль играют традиционные Интернет ресурсы Kramatorsk.info и «Новости». Повышается влияние телевизионного Интернет канала «Studio Наш дом», созданного медиа-группой «Академия» совместно со штабом АТО. Следует отметить положительную работу перемещенных из Донецка Областного телевидения, а также канала «Громадське телебачення». После освобождения от оккупации возвратился коллектив газеты «Общежитие». Теперь газета выходит в Интернет варианте.

Если кратко рассмотреть изменение контента СМИ, то два года назад, в условиях появления большого количества временно перемещенных лиц, преобладали материалы, в которых людям предоставлялась возможность выговориться, рассказать о ситуациях, в которые они попадали. Параллельно появились материалы о героизме украинских военнослужащих, работе волонтеров. Далее преобладающим направлением стало освещение общественных мероприятий, работы общественных организаций и политических партий. Сейчас появились аналитические материалы из недавней истории.

В настоящее время можно объективно отметить положительные изменения в сознании населения большинства городов Донецкой области. Конечно, до идеального состояния далеко, однако за два года у населения снизились сепаратистские настроения, уже нет страха перед военнослужащими ВСУ, повышается патриотизм у молодежи.

Вместе с тем, динамика внутренней обстановки в Донбассе требует новые шаги по совершенствованию системности и контента. Прежде всего, необходимо принять меры по поддержке местных независимых СМИ. Ведь ряд из них начали работать на волонтерской основе. Известен случай создания военнослужащим, специалистом в области электроники, радиостанции. Она вещает непосредственно с передовой и покрывает небольшую площадь неподконтрольной территории. Для создания и обслуживания таких малых радиостанций в Донецкой области имеются трудовые ресурсы и энтузиасты.

Необходимо наладить работу СМИ с силовыми структурами. Главной задачей является выявление и противодействие внешним и внутренним информационным угрозам. Полезный опыт такой работы «Studio Наш дом» и силовых структур уже имеется.

На наш взгляд Донбасс сейчас является полем не только военных действий, но и полем информационной войны за умы людей. Информационная война в Донбассе не проиграна, а победа в этой войне позволит приблизить мир в Украине.

Кислицина Л. П.,

Депутат Краматорского горсовета, общественный деятель с 20-летним опытом работы в СМИ (г. Краматорск)

ВОЙНА, КОТОРУЮ МЫ НЕ ЗАМЕЧАЛИ БОЛЬШЕ 10 ЛЕТ

Мы продолжаем проигрывать информационную войну на востоке страны. Не только на оккупированных территориях. Информационный фронт идет не по линии соприкосновения, он за плечами наших солдат, в нашем тылу, и особенно остро – в серой зоне и на освобожденных территориях.

Первое, что сделали оккупанты в 2014 году – в Славянске, Краматорске, Донецке – отключили вещание украинских каналов. Уничтожали и захватывали передатчики, блокировали каналы и сайты. С начала мая 2014г. в Краматорске перестали выходить газеты – основной источник информации для нашего населения.

В Донецке, параллельно с запретами на украинские СМИ и символику, наращивалась пропаганда. На неё идет существенная доля ресурсов, получаемых от РФ. За 2 года там запустились 5 (!) местных каналов. Город завешан флагами и бигбордами с агитацией за псевдо-республику и её «первых лиц». В кабельных сетях только российский телепродукт, и он отравляет мозги наших граждан уже 2 года.

Однако считаю, что информационная война была начата гораздо раньше, при нашей собственной недальновидности и беспечности. Вот один из её аспектов. С середины 2000-хх в сфере радиовещания, о которой могу говорить с позиции эксперта, пришло время сетевых станций. Наши местные радиостанции были не в состоянии платить за существенно подорожавшие лицензии, и как следствие – закрывались или переходили под крыло сетевиков на упрощенную форму вещания. По сути, локальные станции были поставлены в положение ретрансляторов Киева с правом врезки местной рекламы. Это привело к окончательной гибели местной радиожурналистики. Сегодня в Краматорске нет станции, работающей на региональном информационном материале.

БАРЬЕРЫ ДЛЯ ИНФОРМАЦИИ

И после освобождения наших территорий не так просто обратиться к людям посредством вещательных СМИ. Попытки разместить важнейшую для населения информацию – о средствах защиты, поведении при обстрелах, наличии убежищ – наталкиваются на стену разрешительных процедур вплоть до Генштаба! В случае экстренной информации такие попытки полностью теряют смысл.

Если говорить о печатных медиа, то большинство, работающих сегодня на территории северного Донбасса, являются частной собственностью конкретных людей. Поэтому материалы, которые публикуются и транслируются посредством такого СМИ, отражают взгляды его владельца. То есть как политические убеждения хозяина, так и его представления о коммерческих и прочих резонах появления той или иной информации. Это приводит к искажению картины происходящего. Она становится не полной, однобокой, пристрастной.

ПЕРВООЧЕРЕДНАЯ ЗАДАЧА НА ВОСТОКЕ

Всё это позволяет сформулировать первоочередную задачу для территорий, граничащих с зоной АТО – предоставить частоты для создания регионального независимого общественного радио, как доступного для населения и оптимального с точки зрения финансирования источника. Сюда же относится задача расширения местного журналистского сообщества, набора и обучения кадров.

ХВАТИТ БЫТЬ ЖЕРТВОЙ

Также, важнейшим шагом к выигрышной позиции в информационной войне должна стать смена риторики. Украине пора отказаться от определения себя как жертвы. Людям надоело оправдания и обвинения. Им нужны поводы для гордости. Пришло время делать акцент на собственных достижениях, успехах, ходе реформ, показывать свои сильные стороны, особенно производственные и экономические – на газетных полосах и в эфирах.

Андрусів В.В.,

к.п.н., экс-заступник голови Донецької обласної військово-цивільної адміністрації (м. Київ)

ЧУТКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЇ В ЗОНІ АТО

В Донецькій обласній військово-цивільній адміністрації, де я виконував обов'язки ми готувалися до святкування Дня прапора та Дня Незалежності. Раптом до мене зайшов волонтер громадської організації і спитав чи правда, що концерт до Дня Незалежності в Краматорську скасовано? Через кілька хвилин я отримав ряд дзвінків, з тим самим запитанням, паралельно люди почали писати в соціальних мережах, що концерт скасовано. Ситуація так швидко набирала

обертів, що було складно зрозуміти, як на неї реагувати. Я звернувся до представника СБУ з проханням терміново встановити причини поширення дезінформації. Було з'ясовано, що це була інформаційна диверсія ДНР.

В цій історії я звернув увагу не стільки на факт інформаційної диверсії, скільки на факт швидкого поширення інформації. З такою б оперативністю в інформаційному колі працювати нам, державним службовцям. На жаль, я зробив висновок, що комунікація через офіційні канали є значно слабшою, ніж комунікація через плітки.

Моя думка підтверджується і соціологічними дослідженнями. Зокрема, 24% переселенців, які здавалося б мали уважно слідкувати за повідомленнями органів влади, отримують інформацію від органів влади, а 30% із ЗМІ. Тоді як, 76% отримують інформацію від знайомих, 69% від родичів, і 68% від волонтерів.

Не краще виглядає ситуація і з медіа-простором звільненої частини Донецької області в порівнянні з- окупованою. Так, на звільненій частині телебаченням користуються — 89% (Інтер — 65%), Інтернетом — 51%, радіо — 24%, а пресу читають тільки 20%. Тоді як на окупованій — телебачення дивляться 91% (Росія 24 — 55%), Інтернет — 65%, радіо — 47%, преса — 41%. [4] Це знову ж таки змушує нас розглядати чутки як один з найефективніших інструментів комунікації в даному регіоні.

Спробуємо глибше розглянути саме поняття “чуток”. Тема чуток досить широко розкрита в науковій літературі, тому я не маю наміру поглиблювати цей аналіз щодо визначення, але зупинюсь лише на тих важливих проявах чуток, які потрібно враховувати в інформаційно-комунікаційній роботі.

1. Емоційність. Чутки працюють з емоційною потребою. Емоційна реакція, як “цього не може бути” або “та ви що”, є реакцією і, водночас, причиною поширення чуток. Власне, поширювач слухів часто доносить інформацію, саме з метою отримання емоційної реакції. Це також є причиною того, чому первинна інформація, яка перетворюється на чутки, отримує багато гіперболізацій та викривлень.

2. Неоднозначність. Олпорт та Постман вважають, що неоднозначність слухів напряму впливає на обсяги і масштаби поширення. Для слухів важлива множинність інтерпретацій, тому не точна, не коректна інформація сприяє цьому.

3. Стереотипність. Як доводить Кесс Санстейн стереотипи визначають ефективність сприйняття та поширення слухів. Так, значний відсоток виборців на початку кампанії Обама вважали, що він мусульманин, оскільки Барак — арабське ім'я. Також, виборці з легкістю повірили в слух-жарт про те, що Сара Пейлін вважає Африку народом, а не континентом, оскільки панував стереотип щодо її інтелектуального розвитку. Визначення стереотипів, цінностей дозволяє прогнозувати, як буде проінтерпретований слух і яка буде реакція.

В контексті Донбасу — це означає, що необхідно враховувати цінності регіону. За результатами дослідження Інституту соціології НАН, 57,2%

мешканців (при 25,3% не визначених) Луганської та Донецької областей не сприймають такі цінності як приватна власність, індивідуалізм, прагнення особистого успіху. І 79% вважають, що бракує державної підтримки та соціальної рівності. Таким чином, слухи завжди будуть опиратись на патерналістську налаштованість мешканців Донбасу.

4. Із вуст в уста. Слухи поширюються переважно у вербальній комунікації, що наділяє їх високим ступенем довіри. В цьому контексті, Донбас представляє нам унікальну територію для поширення слухів. Це пов'язано з заводами гігантами, такими як “Азовмаш”, “Азовсталь”, НКМЗ, Енергомашспецсталь, та шахтами, на яких працюють десятки тисяч людей. Подібні підприємства виконують ключову роль в соціальній комунікації населення, та поширенні слухів. Інформація отримана від співробітників, колег має високий ступінь довіри, і ретранслюється в родині, серед сусідів тощо. Значну роль в поширенні слухів відіграють і лінії розмежування, на яких тривалий період очікування на перетин лінії і утворюються численні черги.

Висновки і рекомендації із вищезазначеного:

1. Більшість аналітиків сходяться на думці, що боротьба з чутками є надзвичайно затратною і неефективною. Натомість, більш ефективним є створення системи поширення власних слухів, які можуть нейтралізувати ворожі.

2. Чутки - один з потужних комунікаційних каналів на Донбасі. Використання цього каналу дозволить охопити більшу кількість людей та досягнути бажаної реакції більшою мірою ніж існуючі медіа.

3. Чутки доносять інформацію в умовах патерналістських настроїв місцевого населення. Відповідно, чутки, які мають максимально поширюватись, повинні спиратись на цінності та пріоритетні інтереси місцевого населення. За даними ДІФ, ключовими проблемами для мешканців Донбасу є ріст цін— 79%, зростання комунальних тарифів — 76%, низькі зарплати та пенсії — 73% , створення робочих місць — 65%. Виходячи з цього позитивно будуть сприйматися чутки щодо залучення інвестицій, вкладання значних коштів у відновлення тощо.

4. Система поширення чуток має враховувати специфіку Донбасу, а саме великі підприємства, значну кількість переселенців та лінію перетину. Необхідно створити потужну мережу поширення та управління чутками для оперативного реагування на терористичні інформаційні диверсії та донесення важливої інформації про Україну до населення.

СПЕЦИФІКА НАЛАГОДЖЕННЯ ЦИВІЛЬНО-ВІЙСЬКОВОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В ЗОНІ ПРОВЕДЕННЯ БОЙОВИХ ДІЙ

Досвід ведення бойових дій на сході України свідчить, що для відновлення нормальної роботи органів державного управління на визволених від путінських терористів територіях необхідно залучати не тільки частини та підрозділи Збройних Сил України, а й фахівців груп цивільно-військового співробітництва.

В умовах гібридної агресії путінської Росії в Україну, бойових дій на Донбасі процес мирного врегулювання збройного конфлікту на сході України стає довгостроковим. Тому важливим є впровадження нових підходів та принципів співпраці Збройних Сил України з міжнародними та вітчизняними урядовими і неурядовими організаціями, волонтерами, органами місцевого самоврядування і окремими громадянами України та інших держав. Бойові дії в умовах проведення АТО показали, що в сучасних умовах необхідно обов'язково враховувати соціальні, культурні, політичні, економічні, релігійні та гуманітарні фактори під час проведення операцій із застосуванням військ. Тому виникла потреба у створенні структури, призначеної для виявлення і вирішення проблем, які існують у відносинах між цими суб'єктами. Такою структурою стало цивільно-військове співробітництво, яке складається з Управління ЦВС Збройних Сил України та груп ЦВС в секторах.

Основне завдання структур ЦВС – організація взаємодії військового командування з органами виконавчої влади, волонтерами, міжнародними організаціями для створення ефективних умов виконання покладених на військових завдань, забезпечення своєчасного реагування на появу певних дестабілізуючих факторів.

Актуальність цивільно-військового співробітництва значно зростає на переломних етапах. Приклад – волонтерський рух, який в Україні масштабно проявився саме з початком бойових дій. Це: допомога частинам та підрозділам ЗС України матеріально-технічними засобами; участь у переговорному процесі з представниками так званих «народних республік» стосовно обміну полоненими; евакуація тіл загиблих військових з території, яку вони контролюють.

Основна діяльність щодо взаємодії груп СІМІС здійснюється за трьома напрямками:

1. Організація взаємодії з іншими військовими формуваннями та правоохоронними органами, місцевими органами влади, ЗМІ, приватним сектором.
2. Надання допомоги цивільному населенню:

– гуманітарна допомога: евакуація цивільного населення з найбільш постраждалих районів та населених пунктів, надання засобів першої необхідності та продуктів харчування населенню, яке не бажає залишати місця проживання;

– відновлення інфраструктури: електромережі, водопостачання та водовідведення тощо.

3. Сприяння підрозділам Збройних Сил України з боку благодійних фондів та волонтерів, засобів масової інформації, здійснення пошуку та евакуації тіл загиблих військовослужбовців ЗС України, іншим військовим формуванням та правоохоронним органам з території, що тимчасово не контролюється Урядом України, обмін полоненими.

Сьогодні склад груп цивільно-військового співробітництва, які працюють у зоні бойових дій, різноманітний. Керують групами штатні офіцери, в кожную команду входять різні фахівці, аби група була багатофункціональною. Тут є юристи, зв'язківці, тиловики, кадровики, психологи, журналісти – кожен приносить користь групі у своєму напрямку.

У центрах працюють представники усіх силових відомств та місцевої влади. Працюють у взаємодії без великого кола доповідей та погоджень. Подібна практика застосовувалась і в штабі АТО, де чергували офіцери Збройних Сил, Нацгвардії, прикордонної, фіскальної служб, МВС, ДСНС, СБУ та інші, які координували та погоджували свої дії при виникненні певних ситуацій на пунктах пропуску в зоні розмежування.

Організація взаємодії між цивільними і військовими є основою для реалізації завдань і функцій цивільно-військового співробітництва на всіх етапах підготовки та проведення операції. Своєчасна організація взаємодії на стратегічному, тактичному, оперативному рівнях допомагає отримати підтримку з боку цивільного населення, а також релігійних та інших організацій і створює передумови для успіху операції в цілому.

Гібридна агресія проти України має свої особливості, однією з яких є менталітет регіону. Тому нав'язувати те, що нехарактерно цьому регіону, буде помилкою. Ще необхідно враховувати питання мови, адже якщо населення розмовляє російською, то це не означає, що воно антиукраїнське. Проблеми на сході України потрібно розв'язувати з урахуванням особливостей місцевого населення. Спеціально створені для цього структури ЗС України у роботі з місцевим населенням враховують ці аспекти.

Важливою складовою кремлівської агресії, що ведеться проти України, є використання путіністами інформаційних спецоперацій та пропаганди. Основним об'єктом впливу в умовах гібридних агресій є не противник, а населення, що «визволяється». Перш, ніж захопити місто, потрібно завоювати лояльність населення. Сили інформаційних операцій в окупованому Донбасі також нарощують свій ресурс.

Путінська Росія взялася за формування інформаційно-психологічних структур на окупованих територіях. Агресивна антиукраїнська пропаганда та

недоліки системи інформування про їх діяльність мали своїми наслідками формування у частини населення Донецької і Луганської областей недовіри як до військовослужбовців, так і до Української держави в цілому. Для того, щоб впевнено протистояти всім безглуздим, але дієвим викликам терористичних мозкових атак, необхідно налагоджувати активну співпрацю з цивільним населенням. Групи цивільно-військового співробітництва – одні з тих, хто працює з населенням у зоні бойових дій та на прифронтових територіях. Спілкування між військовими та цивільним населенням вимагає широкого обміну інформацією в обох напрямках. Це може спрощуватися технічними засобами, але відбуватися переважно в особистих зустрічах.

Окреме питання – робота з дітьми. З ними проводяться опитування, лекції, концерти та зустрічі. Одна з найголовніших проблем, з якою зіштовхуються діти на територіях, де відбулись військові дії, це наявність прихованого озброєння та вибухонебезпечних матеріалів. Значна частина повідомлень щодо травмування дітей внаслідок детонації боєприпасів стосувались питань необережного поводження.

Водночас внаслідок ведення бойових дій в деяких населених пунктах було порушено діяльність критичних об'єктів інфраструктури, а населення мало труднощі із задоволенням потреб своєї життєдіяльності. З метою недопущення гуманітарної катастрофи у прифронтових районах, виникнення соціальної напруги на іншій території України, формування позитивної громадської думки щодо військової організації держави було визнано необхідність створення системи цивільно-військового співробітництва у Збройних Силах України.

Існуючі проблеми визначають основні напрями зосередження зусиль груп ЦВС. Серед них координація надання гуманітарної допомоги дитячим навчально-виховним та лікувальним закладам, що знаходяться поблизу лінії розмежування, багатодітним сім'ям, людям похилого віку, інвалідам та іншим особам, що потребують особливого піклування. Допомога включає як забезпечення вказаних осіб продуктами харчування, одягом, необхідними лікарськими засобами, так і сприяння у відновленні функціонування шкіл, дитячих садків та жилих будинків, що постраждали внаслідок ведення бойових дій.

Особливу увагу у своїй роботі групи цивільно-військового співробітництва приділяють підвищенню інформованості громадян та інших суб'єктів громадянського суспільства щодо діяльності Збройних Сил України. Так, у Луганській області створено веб-сайт, на якому, окрім отримання інформації про діяльність групи, можна скористатися інтерактивною формою зворотного зв'язку та повідомити про проблеми, у вирішенні яких можуть сприяти Збройні Сили України. Структура цивільно-військового співробітництва є сьогодні своєрідною точкою доступу громадян, громадських організацій, всіх зацікавлених суб'єктів до тих сфер діяльності Збройних Сил України, з якими пов'язані їх інтереси та потреби. І завдяки існуванню груп

цивільно-військового співробітництва існує можливість здійснювати ефективну комунікацію і спільно вирішувати ті проблеми, які виникають на шляху встановлення миру в державі.

Групи цивільно-військового співробітництва в межах виконання поставлених завдань здійснюють систематичний моніторинг морально-психологічного стану населення прифронтової зони, аби забезпечити його покращення шляхом направлення відповідних фахівців для надання психологічної допомоги, забезпечення населення необхідною інформацією про порядок тимчасового переселення із зони бойових дій, інформування про порядок надання гуманітарної та іншої допомоги населенню Донбасу.

В сучасних війнах та гібридних агресіях, які виходять на перший план, роль підрозділів цивільно-військового співробітництва важко переоцінити. Наразі мешканці багатьох звільнених від російських терористів населених пунктів на Донбасі просять українських військових не залишати свої позиції. І в тому, як змінюється світогляд місцевих жителів, є чимала заслуга саме підрозділів СІМІС.

Організація взаємодії з місцевими органами виконавчої влади, міжнародними та вітчизняними громадськими і волонтерськими організаціями, цивільним населенням є одним із ключових завдань цивільно-військового співробітництва на початковій стадії оперативного планування та подальшого проведення військових операцій. Іншими словами, робота цих підрозділів спрямована на отримання довіри та підтримки з боку цивільного населення.

Завдяки налагодженій системі взаємодії з волонтерами та міжнародними організаціями підрозділи СІМІС передали місцевому населенню в «прифронтову» зону близько 2 тисяч тонн гуманітарної допомоги: продукти харчування, засоби особистої гігієни, медикаменти. Допомога спрямовується практично у всі населені пункти, розташовані вздовж лінії розмежування. Також зараз активно реалізуються проекти з відновлення інфраструктури постраждалих населених пунктів, зокрема системи електропостачання та газопроводу в окремих прифронтових районах.

Окрім цього, ведеться активна комунікація та роз'яснювальна робота як серед представників місцевої влади, так і серед місцевого населення різних вікових категорій. У школах, інтернатах та інших навчальних закладах Донецької та Луганської областей проводяться заняття з мінної безпеки, роз'яснюються особливості діяльності Збройних Сил України у встановленні миру в постраждалих регіонах Донбасу.

Путінська агресія проти України показала, що в сучасних умовах ведення бойових дій необхідно обов'язково враховувати соціальні, релігійні, культурні, політичні, гуманітарні та економічні фактори під час планування та проведення військових операцій. Нові методики та нормативно-правова база для розвитку системи СІМІС у подальшій діяльності армії в сфері гуманітарної допомоги напрацьовуються з урахуванням особливостей цього регіону.

Для того, щоб ефективно будувати взаємини з громадськістю, представники Збройних Сил України мають бути належним чином підготовлені, у тому числі на рівні вироблення оптимальної моделі поведінки під час відносин з населенням. Це стосується неприпустимості відстоювання під час спілкування з громадянами провідної ролі окремої релігійної конфесії, а також інших можливих випадків дискримінації за статевою, расовою, національною, мовною чи іншими ознаками.

Наявні загрози потребують постійного моніторингу цивільного середовища, всебічного вивчення і прогнозування впливу громадянського суспільства на дії військових багатонаціональних сил. Особовий склад груп ЦВС спілкується з населенням на рідній мові та може швидко виявляти потреби та проблеми мирного населення, що впливає на швидкість вирішення цих питань. Навіть в складних умовах бойового та інформаційного протистояння українців російсько-терористичним агресорам, відбудова мирного життя у регіоні має величезне політичне і морально-психологічне значення. Народ повинен бути упевненим у тому, що Збройні Сили України здатні не тільки захистити незалежність і цілісність держави, а й бути дієвим інструментом для активного її відновлення в усіх сферах життєдіяльності.

На сьогодні у районі зіткнення працюють 14 груп та два об'єднані центри цивільно-військового співробітництва в Маріуполі та Сєверодонецьку, які надають допомогу найбільш постраждалому цивільному населенню. У подальшому кількість фахівців планується збільшувати. Якщо зараз відповідні групи СІМІС є у кожному оперативному командуванні, то планується забезпечити такими фахівцями командування кожної бригади. Використовуючи інструмент цивільно-військового співробітництва, командири бригад зможуть ефективно координувати щоденну діяльність свого з'єднання з органами місцевої влади та цивільним населенням. Насамперед йдеться про інформування та ведення роз'яснювальної роботи, а також решту заходів, що необхідні для організації співробітництва цивільного сектору та підрозділів Збройних Сил України.

Курбан О.В.,

к.соц.ком., доцент кафедри військової журналістики (ВІКНУ)

ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНІ ОНЛАЙН МЕРЕЖІ У СУЧАСНІЙ ГІБРИДНІЙ ВІЙНІ

Головним завданням мережевих онлайн проєктів в умовах гібридної війни є створення певної віртуальної реальності, що формує необхідне для нападника бачення ситуації конкретними цільовими групами, які є об'єктами інформаційно-психологічної агресії. Головною метою такої діяльності є забезпечення сприятливих умов для реалізації атак у режимі офлайн, або

окремо в економічній, військовій, політичній чи інших сферах, або в усіх сферах одночасно.

Вирішення зазначених питань можливо лише за умови інтегрованого підходу, тобто поєднання сучасних технічних комунікаційних та психотехнологій. При цьому тривалість дії та глибина ударного ефекту залежать від часу, впродовж якого здійснюється обробка свідомості цільових груп та потужності тиску на них. Роль і значення соціальних он-лайн мереж у цих процесах важко переоцінити.

За аналогією, технології web 3.0 можна визначити як високоточну зброю, що може поцілити не просто в певні цільові групи, але й в конкретних її представників, чітко визначені персоналії. Така адресність, та за необхідністю, вибірковість, дає можливість досягати максимального ефекту із оптимізацією витрат часу, інтелектуальних та матеріально-технічних ресурсів.

Аналізуючи результати найбільш відомих міжнародних військових, політичних та економічних конфліктів кінця XX – початку XXI ст., стає зрозумілим, що інформаційно-психологічна зброя сьогодні має бути прирівняна до зброї масового знищення. Не вбиваючи фізично, психотехнології стають причиною групових, а також масових психічних розладів, що призводять до соціальних конфліктів, в яких позбавляються життя конкретні індивіди.

У використанні усього спектру інформаційно-психологічних операцій соціальні онлайн мережі мають можливість забезпечувати:

- координацію протестних та терористичних рухів;
- поширення контенту, що належить до категорії інформаційної зброї;
- збирання важливої інформації про персони або організації, які представляють інтерес для нападника;
- збирання розвідувальної інформації про офлайн дії противника;
- відстежування суспільних настроїв;
- локалізацію джерел інформації, що представляють небезпеку.

Однією з головних функцій соціальних онлайн мереж є можливість координації інформаційних потоків, що розгортаються навколо реальних військових дій.

В умовах сучасних як гібридних, так і лінійних військових конфліктів важливе значення має система доступу до інформації, що надходить із зони бойових дій. А головним завданням будь-якої профільної військової структури є обмеження доступу до джерел інформації сторонніх осіб і поширення інформації у вигідному для себе контексті. Для реалізації зазначеного вище завдання роботи із соціальними мережами необхідно вибудовувати, базуючись на принципах встановлення контролю трьох інформаційних потоків, які мають місце навколо будь-якого об'єкта, у ролі якого в нашому випадку виступатиме зона бойових дій.

Для чіткого розуміння процедури здійснення контролю за рухом інформації необхідно скласти карту інформаційного поля, на якій змоделювати

спрямування та складові частини трьох базових інформаційних потоків: вхідного, вихідного та внутрішнього.

Кожен із визначених інформаційних потоків формує певні джерела інформації або інформаційні носії, які мають певний контент та механізм його накопичення, зберігання та поширення і, в цілому, формують загальні обриси та структуру профільного інформаційного процесу. Серед тих, що належать до онлайн мережових соціальних структур, можна виділити такі, як:

- мережеві групи та сторінки центральних органів державної влади;
- мережеві групи та сторінки органів місцевої влади;
- мережеві групи та сторінки координаційних центрів громадських структур (волонтери, ГО, БФ та ін.);
- мережеві групи та сторінки окремих силових підрозділів;
- мережеві групи та сторінки координаційних центрів силових структур (штаби, логістичні центри, центри надання допомоги);
- мережеві групи та сторінки місцевих ЗМІ;
- мережеві групи та сторінки територіальних громад.

Для цих інформаційних потоків визначаються певні цільові групи. Зокрема, для вхідного та внутрішнього інформаційного потоку такими цільовими групами є:

- цивільне населення в зоні конфлікту;
- керівництво місцевих органів влади;
- силовики (військові та поліцейські структури);
- волонтерські структури (благодійні або громадські організації);
- представники ЗМІ (власні та іноземні);
- офіційні спостерігачі (військові та цивільні місії).

Для контенту, що рухається за вихідним інформаційним потоком, цільовими групами будуть:

- цивільне населення, що мешкає поза зоною конфлікту;
- керівництво центральних органів влади;
- національні та іноземні медіа;
- представники національних та міжнародних громадських організацій;
- керівництво та представники іноземних державних установ.

Карта інформаційного поля в кожній конкретній ситуації формується індивідуально, на основі визначених вище елементів із врахуванням місцевих особливостей та специфіки.

Для перетворення такої моделі у реально діючий механізм також необхідно визначити принципи й правила контролю та фільтрації інформаційних потоків. У роботі із соціальними мережами це завдання є доволі складним, бо потенційним джерелом інформації може бути фактично кожна людина, яка має доступ до мережі інтернет і володіє певним цінним контентом. У такому разі необхідно налагодити систему регулярного моніторингу усього

локального мережевого інформаційного простору в ручному форматі (переглядання змісту профільних сторінок та груп) або за допомогою відповідних програмних сервісів.

Крайньою мірою контролю за мережевою складовою зони конфлікту може бути блокування доступу до певних інтернет-ресурсів та мереж, втім, як свідчить практика, в наші часи це майже не реально. Тому найкращий засіб контролю за інформаційним процесом – це координування інформаційних потоків та формування правильних меседжів із відповідним контентним супроводом.

Ефективним засобом посилення власних можливостей щодо координації інформаційних потоків може стати залучення до активної співпраці волонтерів. Волонтерський рух в онлайн мережевому середовищі як інструмент протидії інформаційній агресії або здійснення аналогічних атак на інформаційне поле супротивника, став одним із засобів протидії російській агресії проти України. Загалом світова практика інформаційних війн знає багато таких прикладів.

Практичний приклад

За прикладом використання соціальних мережеских онлайн структур для забезпечення військового протистояння із залученням волонтерів можна звернутися до досвіду інформаційного супроводження військової операції «Литий свинець», що здійснювалася Ізраїлем в секторі Газа у 2009 р. Ця віртуальна інформаційно-психологічна операція стала однією з перших та найуспішніших.

Внаслідок прикордонного інформаційного протистояння під час Другої Ліванської війни (2006 р.) ізраїльське керівництво вирішило посилити інформаційний сегмент у структурі ЦАХАЛ та його щільну співпрацю із громадськістю. До співпраці, окрім офіційних ЗМІ, було залучено волонтерів, головним завданням яких було відстежувати інформацію, що з'являлася у соціальних мережах та поширювати контент, який дає об'єктивну інформацію про перебіг подій і показує діяльність ізраїльських військових у вигідному для них контексті. Також волонтерські групи та окремі блогери орієнтувалися на виявлення та нейтралізацію джерел (інтернет-майданчиків) противника.

Реальні бойові дії розпочалися 27 грудня 2008 р., і вже з перших днів січня 2009 р. провідні блогери-волонтери відкрили у найбільш популярній в той час соціальній мережі LiveJornal.com групу «gaza2009». Модераторами цієї групи стали Марк Бибицков (радник міністра оборони Ізраїля) та Давід Ейдельман (прес-секретар політичної партії «Кадима»).

Зазначена група стала майданчиком, навколо якої відбулася консолідація громадськості, а також джерелом інформації для світових медіа. Модераторам вдалося досягнути рівня відвідуваності до 30 тис. на день, що на ті часи та для цієї соціальної мережі було безумовним рекордом.

Крім того, зазначена група виконувала функції віртуального штабу. У разі виявлення джерел ворожої пропаганди модератори збирали усіх волонтерів та давали адресу місця, де відбувається ворожа інформаційна атака. Фоловери групи також виявляли та розвінчували фейки, поширюючи викривальну інформацію. Через певний час аналогічні групи було створено у мережах Facebook, Odnoklassniki, VKontakte.

Станом на січень 2010 р. ця діяльність перетворилась на глобальний рух, який допоміг ізраїльським військовим в плані комплексного інформаційного супроводу.

Підполковник **Грень Т.П.**,
офіцер регіонального медіа-центру МО України (м.Львів)

ЖУРНАЛІСТСЬКІ СТАНДАРТИ – АТАВІЗМ ЧИ ПРОФЕСІЙНА НЕОБХІДНІСТЬ?

За роки незалежності в професійній підготовці журналістів відбулась низка кардинальних змін. Далеко не всі можна назвати позитивними. Певна частина з них призвела до того, що професія журналіста була в великій мірі нівельована. Наприклад, стало вважатись, що журналіст має бути «прогресивним» та «вільним», як у викладенні думок, так і у зборі інформації. Це призвело до того, що більшість молодих представників засобів масової інформації почали сприймати свободу слова, як вседозволеність в діях. Проте, це далеко не так.

Розуміння класичних стандартів у роботі журналіста, починаючи від збору інформації і до подачі споживачеві готового інформаційного продукту - це як розуміння класичних рецептів приготування страв. Можна додавати на власний розсуд солі та перцю, однак котлета «по-київськи» готується лише за дотримання певної технології. Так само і з написанням матеріалів, чи підготовки теле- чи радіо продукту. Його можна зробити певною мірою цікавішим чи привабливішим для споживача. Однак інформація залишається інформацією, а інтерв'ю все ж виходить за межі простої бесіди.

Можна зі мною посперечатись в тому, що за минулі кілька років на ринок інформації вийшли нові гравці, такі, як блогери та просто активні дописувачі соціальних мереж. Погоджуюсь. Однак і вони працюють теж за правилами, притаманними класичній журналістиці. Змінилась лише форма подачі. Зокрема, у вік нанотехнологій та збільшення інформації, що отримує кожна людина за свій активний день. Змінилась подача певних інформаційних потоків, форма реклами та пропаганди – вони стали набагато агресивнішими, що призвело до зменшення споживання відповідних інформаційних продуктів потенційними споживачами. Відбулось, як на мене, певною мірою

перенасичення цієї галузі нашого життя. «Війна за свідомість» змусила інформаційників зменшити як форму, так і суть подачі та зацікавлення людини.

Наприклад, більшість як аналітичних, так і інформаційних статей подаються коротким змістом з яскравою ілюстрацією. Причому, на відміну від класичного стандарту, ілюстрація не завжди має відповідати часу та змісту події. Головне – завоювати увагу. Та це теж лише зміна форми журналістського гачка, на який «підсікають» свою аудиторію. Бо людина, яка читає інформстрічку в метро чи маршрутці, не буде витратити гроші на мегабайти великих статей, гортаючи їх в пошуках цікавого. Заголовок – візуалізація-достовірне джерело. Цього в принципі достатньо, щоб завоювати свою аудиторію. За таким принципом працює відомий інформаційний ресурс www.ukr.net. Розбиті за темами заголовки, які розкриваються в матеріалах з різних джерел. І вже сам читач обирає що і звідки читати.

Військовій агресії проти нашої держави на Донбасі і в Криму передувала дуже потужна інформаційна агресія. Загалом її можна розбити на кілька етапів:

1. Знищення (повне або часткове) всіх потужних національних інформаційних ресурсів. Це відбулось методом банальної скупки вже існуючих інформаційних каналів, де на ключові посади, що формують якість і спрямування контенту для інформаційного простору, поставлені люди, що сповідують ідеї агресора. Створення інших каналів та джерел інформації просто не допускалось в силу «проштовхнутих» через продажних політиків законів та правил гри в українському національному інформаційному полі.

2. Знищення якості журналістської освіти. Це призвело до того, що навіть репортери-журналісти, які вміють і розуміють інформацію, перетворились на банальних констататорів фактів. Адже все за них, тобто як акценти, так і подачу матеріалу вирішували редактори центральних офісів. Часто журналісти подають саму проблему, не розуміючи ні її причин, ні наслідків.

3. Створення системної недовіри до української державності та позитивних змін чи подій в середині країни.

Разом все це призвело до того, що з початком вже реального збройного конфлікту ми отримали агресивний інформаційний удар, що нехтував будь-якими існуючими і визнаними у світі правилами та концептами подачі інформації. Та успішним назвати цей проект не можна. Нехтування головного журналістського стандарту – бути правдивим, призвело до того, що інформаційна агресія зіграла з окупантами злий жарт. Замість розхитування ситуації в середині України відбулось певне зростання самосвідомості у пересічного українця, національної ідеї та єдності. Наприклад пригадайте до чого призвела байка про розіп'ятого хлопчика та снігурів... Або широковідомий бренд «Укроп», який став з зневажливого ярлика некоректних засобів масової інформації національним брендом, що використовують і військові, і підприємці, і політики. Та крім сміху, і напівжартівливого використання закинутих у наше суспільство «інформаційних бомб» журналістське середовище відповіло окупантам швидким, хоч і нелегким

поверненням до основ журналістських стандартів. Переважна більшість організаторів та виробників інформаційного продукту розпочали слідувати загально прийнятим нормам подачі. В результаті нам, як нації, вдалось уникнути багатьох негативних наслідків.

Отже, розглядати журналістські стандарти, як атавізм, що найменше не розумно. Це радше основа і підґрунтя для розвитку ЗМІ і професійної майстерності кожного журналіста.

Коваленко В. В.,

редактор військово-поліцейської програми “Репортажі і розслідування” телеканалу “Еспресо”, учасник АТО (м. Київ)

ПРЕС-ОФІЦЕР ЯК КОМУНІКАТОР МІЖ АРМІЄЮ ТА МЕДІА *(З досвіду роботи прес-офіцера управління 17-ї окремої танкової бригади СВ ЗСУ)*

Прес-офіцер бригади має виступати не лише в ролі військового журналіста, а й, образно кажучи, універсального комунікаційного солдата. Прес-офіцер повинен бути організаційною і творчою ланкою, яка з’єднує Збройні Сили з суспільством за допомогою ЗМІ, а також виробляє, налагоджує та підтримує потік інформації, направлений на інформування суспільства.

Шість основних завдань прес-офіцера:

- 1) вибудовування і підтримка позитивного іміджу Збройних Сил в межах своєї компетенції;
- 2) ефективна протидія військовій пропаганді противника за визначеними напрямками і задачами;
- 3) організаційна підтримка діяльності засобів масової інформації і їхніх творчих працівників;
- 4) моніторинг і аналіз інформаційного середовища, яке існує в зоні відповідальності з’єднання;
- 5) реагування на інформаційні виклики;
- 6) активна творча участь в розвитку внутрішніх комунікацій всередині підрозділу.

Перше завдання прес-офіцера є прикладним: це пошук і донесення актуальної та доречної інформації, її попередній аналіз, перевірка фактів, а також організаційна співпраця з представниками ЗМІ в своєму підрозділі.

До другого завдання прес-офіцера входить обов’язкове роз’яснення громадськості через ЗМІ реального стану речей в його підрозділі та в зоні його відповідальності, інформування про особливості діяльності підрозділу.

Третє завдання полягає в організаційно-управлінській підтримці ЗМІ, а це потребує знань, вмінь і навичок стратегічного і тактичного планування заходів, управління людьми і невеликими колективами.

Четверте завдання – моніторинг і аналіз інформаційного середовища зони відповідальності підрозділу – необхідне для вчасного розпізнавання й спростування дезінформації та боротьби проти прийомів інформаційних спецоперацій.

П'яте завдання одне з найскладніших – реагування на інформаційні виклики. Мається на увазі оперативне виробництво масивів інформації з метою кризового реагування і спростування цілеспрямованої дезінформації зі ЗМІ, пліток, маніпулювання фактами чи їхньою відсутністю тощо.

Шосте і основне завдання прес-офіцера полягає в донесенні і роз'ясненні на постійній основі різним ланкам і категоріям військовослужбовців підрозділу значущої інформації зі ЗМІ, яка їх стосується, або може знадобитися у найближчій перспективі, а також сприянні обміну інформацією між ланками підрозділу (в т.ч. у творчий спосіб).

Головний 6-ступінчатий функціонал прес-офіцера, як творчого виробника військової інформації для суспільства за допомогою ЗМІ:

- 1) безпосереднє виробництво різножанрових інформаційних продуктів для різних медіа-форматів та медіа-платформ, наявних на ринку ЗМІ;
- 2) налагодження і підтримання особистих контактів з ключовими ЗМІ та їхніми представниками відповідно до цільової аудиторії;
- 3) налагодження і підтримання робочих контактів з командирами підрозділів для забезпечення безперебійної комунікації;
- 4) розповсюдження вироблених масивів інформації в ЗМІ;
- 5) моніторинг і архівування матеріалів ЗМІ, які стосуються підрозділу та сфери його відповідальності;
- 6) організаційна співпраця з командирами підрозділів і ЗМІ з метою надання і забезпечення журналістам доступу до інформації та забезпечення їм належних умов праці та їхньої безпеки.

Додатковий функціонал прес-офіцера

(за умов максимальних можливостей і наявності необхідних медіа- та комунікаційних засобів, а також фахової підготовки):

- 1) публічні виступи в ЗМІ;
- 2) оперативно-стратегічне планування (на рівні з'єднання) висвітлення в ЗМІ діяльності підрозділів;
- 3) творча і консультативна участь в підготовці представниками ЗМІ інформаційних матеріалів про діяльність підрозділу
- 4) точкова комунікація з громадськістю, інформування про перебіг подій в підрозділі, налагодження плідної взаємодії;
- 5) науково-методична діяльність з метою опрацювання досвіду та напрацювання пропозицій щодо вдосконалення діяльності інституту прес-офіцерів в ЗСУ.

Набір фахових якостей, необхідних для успішного виконання функціоналу в межах обов'язків прес-офіцера в умовах сьогодення АТО:

- 1) базові вміння і навички журналіста,

- 2) базові вміння і навички менеджера зі зв'язків з громадськістю,
- 3) базові вміння і навички публічного спікера,
- 4) базові вміння і навички управлінця і організатора.

Білян П.Я.,

к.і.н., ведучий телеканалу «Еспreso-ТВ», офіцер прес-служби 128-ї окремої гірсько-піхотної бригади (м. Київ)

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ ПРЕС-СЛУЖБИ НА РІВНІ БРИГАДИ

1. Успіх роботи залежить від взаємодії з командиром та його особистої зацікавленості в тому, щоб прес-служба була і інформація про бригаду з'являлася в інформаційному просторі. Якщо командир виявляє інтерес до роботи прес-служби то можна вирішити будь-яку проблему. В іншому випадку – все ускладнюється.

2. Проблема виникає, коли командування бригади не усвідомлює роль і місце прес-служби. Домінує уявлення у певної частини начальства, що прес-служба існує для того, щоб писати спростування (тоді як у переважній кількості випадків їх взагалі писати не треба, щоб не привертати увагу до негативу).

Наразі розуміння того, що необхідний потік позитивної, щоденної інформації з бригади (підйом, їдальня, вдягнулися, підняли прапор, їдуть по полю на танку, розбита техніка противника тощо) нема.

3. Необхідна певна самостійність у діяльності прес-офіцера або хоча б розуміння посадовими особами невідкладності та важливості його роботи. За відсутності комбрига принципово нового нічого зробити неможливо (відкрити сторінку в FB, узгодити фото чи відео для публікації). ТВО можуть тільки заблокувати все і не кажуть ні «так», ні «ні».

4. Важливим є розбудова горизонтальних зв'язків (заступників комбрига по РОС, начбой, командири батальйонів, рот, авторитетні бійці тощо).

5. Обов'язковою умовою успішної роботи є присутність прес-офіцера на службових нарадах. Там можна скласти загальне уявлення про те, що відбувається. Але «матеріалу» про що писати, показувати чи розказувати там нема. Все це є в батальйонах і ротах. Тому необхідний тісний контакт з комбатами.

6. Зв'язок – постійна проблема. Нормального Інтернету в зоні АТО, зазвичай, нема. Його треба ловити (як на рибалці). Антену для Інтернету, 30 метрів телевізійного (Інтернет) кабеля, модем Інтертелекому, 2 сім карти (Life, МТС), смартфон на 2 карти – це не повний перелік обов'язкових речей для прес-офіцера.

7. Ноутбук, фотоапарат, відеокамера, селфі-паличка (дуже зручна річ для зйомок з БМП, танка, чи просто на позиції), – все це треба мати за штатною номенклатурою. Але це, як завше, або своє, або волонтерське. Камерою-реєстратором, яку видало МО, я майже не користувався – якість зображення не дуже, і незручна в роботі. Я відео знімав на iPhone, фото на Nikon (планую записатися на курси фотографії та відео монтажу, для штатних офіцерів прес-служби це потрібно обов'язково).

8. Транспорт – без нього ти в АТО практично ніхто, треба ходити і клянчити. Варіант – так вибудовувати роботу з журналістами, щоб використовувати їх транспорт по максимуму. Трохи пізно це зрозумів, але треба було зразу шукати гроші, діставати через волонтерів машину і випрошувати в комбрига, щоб взяли на баланс (пальне). Тоді служба була б ефективніша в рази. Тим паче, що якщо ти на колесах, то всім (включаючи замполіта) відразу щось від тебе треба, ну і можна домовлятися про співпрацю.

9. Дуже зручна річ – подвійне підпорядкування. Якби не ОК «Захід», і прес-центр АТО, ОТУ «Донецьк», прес-служба Генштабу, то я не знаю, як можна було б організувати ефективну роботу і службу.

10. Журналісти. Проблем у роботі, зазвичай, не виникало. Єдине, це було з кореспондентами телеканалу ICTV через те, що коли я говорив «ні», то вони починали шукати обхідні шляхи через заступника комбрига по роботі з особовим складом. Як на мене, це руйнувало нормальну систему роботи.

11. Проблема з журналістами-новостійниками виникає тоді, коли в один день хочуть приїхати 3-4 групи. Ще добре, якщо в одне місце. В станиці-Луганській було простіше, а от коли в тебе Піски, Опитне і Бутовка, а ти один, то виникають труднощі. Навіть в одній точці з 3-ма групами працювати складно (це 6 чоловік, як мінімум) і вони розбігаються як таргани (я намагався цього уникати і більше 2 возив дуже рідко). Допомогало, що склалися нормальні стосунки з офіцерами по роботі з особовим складом багато в чому допомагали.

12. Ще одна проблема з журналістами-новостійниками – як тільки пішла інформація, що пройшов обстріл (а, не дай Бог, є загиблі), то їм терміново туди потрібно. А на позиції мало того, що ще можуть стріляти, люди пригнічені (товариша щойно посікло), а тут до тебе з мікрофоном лізуть. Була б моя воля, то новостійників на передній край, не пускав би.

Проте, в такому випадку треба розвивати прес-службу, щоб на рівні роти були солдати, здатні вести відеозйомку, яку, своєю чергою, командир може використати для аналізу подій, з іншого – якусь частину з неї можна використати, щоб змонтувати картинку та передати в прес-центр АТО і там роздати всі «спраглим».

13. Постійна проблема – коментар по втратах. Звісно, що є рішення давати ці дані на рівні РНБО (чи як мінімум прес-центру АТО), але цю інформацію все рівно дістають через волонтерів. Тому, як на мене, варто

подумати, чи не давати ці дані на рівні бригад (як довідку). Все одно цю інформацію дістають, так принаймні буде довіра і достовірність.

14. Було б добре, такі курси, як для прес-офіцерів організовувати для комбригів. Бажано ще й отримати пряму вказівку НГШ, що прес-служби потрібні.

15. Окрім того, необхідна постійна робота з редакторським корпусом національних ЗМІ, щодо того, як висвітлювати події в АТО.

Хлібович Т. М.,

фоторепортер, капітан запасу, экс-начальник прес-служби 10 окремої гірсько-штурмової бригади (м. Тернопіль)

ФОТОГРАФІЯ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ СУЧАСНОГО МУЛЬТИФУНКЦІОНАЛЬНОГО БЕЗПЕКОВОГО СЕКТОРУ

Фотографія є невід'ємною складовою життя практично кожної людини, виконує важливу функцію візуального донесення суті подій до адресата. В народі кажуть, що краще раз побачити, ніж десять раз почути. Фотографія незмінна в форматі з часів виникнення – це перш за все друковане зображення, а сьогодні – ще й зображення в цифровому форматі, який також незмінний. Саме завдяки електронному формату, фотографія стала доступною для усіх, достатньо витягнути з кишені смартфон та, завдячуючи мобільному Інтернету, можна поділитися зробленими світлинами з усім світом. Саме тому фотографія стала невід'ємною частиною важких битв за розум і душі людей в інформаційних війнах.

У зв'язку з властивою універсальністю фотографії, вона може показувати будь-що – від зірок на небі до фактів переміщення ворожих колон важкого озброєння. Фотографія може бути як прикладною, так і творчою, з сильним впливом на свідомість глядача. Вона може бути демотивуючою, а може бути спонукаючою до дії. Фотографія може бути елементом виховання, а може бути стимулюючою та похвальною. Важко знайти галузь в діяльності людини, де б не можна було використати фотографію.

З огляду на сказане, фотографія в Збройних Силах в умовах жорсткої інформаційної війни має надзвичайно важливе значення. Зі свого досвіду, можу стверджувати, що правильно продумана стратегія використання якісних фотографій дає швидкі і відчутні результати. Наприклад, серія фотографій з тактичних занять на полігонах, знятих в різні пори доби і з різними підрозділами, після публікацій на сторінках бригади в Фейсбуці стали своєрідним мотиватором підписання контрактів з ЗСУ саме в тих районах, в яких цивільні ЗМІ розповсюджували ці фоторепортажі. На сторінку в Фейсбуці приходили приватні повідомлення з проханнями служити саме в нашій бригаді. А це означає одне – фотографії мали реальний вплив в комунікаційному полі.

Фотографії, що були роздруковані у вигляді бригадних стінгазет, виявили ще один цікавий факт – вони колекціонувались військовослужбовцями. Фотографії з обличчями солдат і сержантів банально викрадалися зі стінгазет! Не велика втрата, яка дала змогу зрозуміти той факт, що якісна фотографія цінується військовослужбовцями. Згодом, аби уникати знищенню стінгазет, відфільтровані та відцензуровані фотографії просто роздавалися в електронному варіанті усім бажаючим на електронні носії, хоч це займало доволі багато часу. Але це вартувало цього!

Фотографії, що їх публікувала прес-служба 10 гірсько-штурмової бригади, в основному – предмет репортажної зйомки з максимальним ефектом присутності, що дає лише ширококутова оптика. Тільки така оптика може передати буквально ледь не подих солдата, що повзе зі зброєю під час навчання. Бо фотограф у цей момент також повзе разом із ним. Такий спосіб фото фіксації має і побічний, позитивний ефект – солдати проймаються повагою до офіцера-фотографа, який разом із ними всюди. Тобто, фотографія є складовою виховного процесу.

Військовослужбовець – основа Збройних Сил. Ця теза стосується і фотографії, військової фотографії.

Крім впливу на свідомість людей, фотографії можуть виконувати функцію документування певних подій, бути доказами військових злочинів і порушень. Часом такі фотографії мають досить сильну дію. Публікація таких фотодокументів на публічних ресурсах, що не підлягають контролю противника, можуть змінювати хід бойових дій. Звичайно, що такі фотодокументи треба зберігати як зіницю ока з усіма EXIF даними, що визначають достовірність зображення, на усіх доступних технічних пристроях та хмарних сервісах, аби мати повну гарантію того, що ці зображення не зникнуть. Якщо довіра до різноманітних технічних пристроїв та носіїв доволі мала через певні технічні і конструктивні особливості, то хмарні сервіси для зберігання відповідних фотоматеріалів попри їх вартість заслуговують значно більшу довіру. Зберігання важливих фотоматеріалів, що можуть мати суспільний резонанс у світі, чи просто як доказ у судових процесах, надзвичайно важливе. А тому потребує детального вивчення, а часом і фінансування.

Фото- та відеоархів має бути в кожному підрозділі, не просто задля історії самого підрозділу, а являтися частиною історії всієї країни. Це не просто фото- та відеодокументи. Це доказова база. Усіма силами та можливостями кожен підрозділ має створювати такі архіви, зберігати їх. Це, звичайно, непросто. Наприклад, як не парадоксально звучить, але висвітлення бойових дій під час Другої світової війни було кращим, ніж зараз в зоні АТО. Фрагментарність, спорадичність, часом навіть непрофесійність – ось основні риси стану сучасного документування у фото- та відеоформаті в зоні АТО. Не працює і принцип одного голосу, коли усі ЗМІ, блогери та інші публіцисти дотримуються одного пункту державницького бачення. Усе це нам не на

користь, – на шкоду. У будь-якому розвитку подій, звісно розберуться чи юристи, історики. Але ж платформою для їх розслідувань та досліджень також мають бути і архіви, фото- та відеоархіви.

Практично кожен учасник АТО сьогодні не тільки безпосередній свідок бойових дій, але й потенційний фото- та відеодокументаліст. Адже чи не кожен військовослужбовець є власником сучасних смартфонів чи інших гаджетів. Їх присутність в чисельних соціальних мережах несе і певні загрози, і переваги. Не всі власники смартфонів розуміють, що в специфічних даних фотографій гаджети прописують не тільки параметри фотозйомки, але і географічне розташування військ бойової техніки. Якщо публікація такого зображення в Фейсбуці не принесе шкоди, бо Фейсбук не прописує EXIF дані, то оприлюднення фотографії чи відео в Інстаграмі, Вконтакте може причинити значні неприємності. Щоденне роз'яснення цього, способи уникнення відслідковування переміщень військовослужбовців, відповідальність за публікації в соцмережах – надзвичайно важлива справа, що може перешкодити безглуздим втратам. Не менш важливою є роз'яснювальна робота серед військовослужбовців-блогерів. Саме роз'яснювальна, а не репресивна робота. Досвід показує, що методом переконання і правильно спланованої бесіди блогера-песиміста можна перетворити на блогера-союзника, який тільки доповнить роботу прес-служби на іншому рівні, часом на значно більшу аудиторію, ніж офіційні сторінки підрозділів. Але для контролю і відслідковування публікацій про військовий підрозділ просто катастрофічно не вистачає можливостей служби, сервісу, спеціального ПЗ. Прес-служба, командування підрозділу зобов'язані знати настрої і потреби особового складу, публікувати в соцмережах інформацію про це з блискавичною швидкістю. Одне із головних завдань прес-служби – щоденне відскановування публікацій військовослужбовців, аби вчасно реагувати на якісь негаразди, запобігати витоку службової інформації. Володіння інструментом сканування ключових слів, на мій погляд, зараз важливіше, ніж задіяність у протизаві з супротивникомдесятків танків.

Фото- та відеосервіси мають важливі функції блискавичного оприлюднення матеріалів абсолютно безкоштовно серед великої кількості людей. Крім того, практично неможливо заблокувати певні інформаційні матеріали через те, що є велика кількість блогерів, які дублюють такі публікації на різних інформаційних платформах. Простота та безперервність комунікації з читачами робить публікації професіоналів, всіх користувачів в соціальних мережах надзвичайно дієвими, при певних умовах та навиках.

Як було сказано вище, фото- та відеофіксація військової діяльності підрозділу має значний вплив і на суспільство, і на військовослужбовців. В тому числі і на противника. Але хто цим має займатися у ЗСУ? Відповідь ніби на поверхні – прес-служба, яка прописана в штатному розкладі. Проте не прописано матеріально-технічне забезпечення служби. А це – потужний ноутбук зі швидкою відеокартою, зовнішній диск-носій для архівування

поточних матеріалів, притомної якості фото- та відеотехніка з набором (підкреслюю, з набором) якісної оптики з різними фокусними віддалями, що дає змогу робити фотографії без демаскуючих фотоспалахів, модеми для доступу до необмеженого та швидкого Інтернету, фотопринтер, легкий транспортний засіб типу квадроцикла. А ще легальне програмне забезпечення для роботи з фото- та відеофайлами. Ось далеко не повний список того, що необхідно військовому фотокору. Існують певні рекомендації, що все це треба «організовувати» через волонтерів. Це шлях – внікуди. Або ми маємо повноцінні прес-служби, або ми програємо в інформаційній війні з причини нерозуміння базових потреб прес-служб.

А ще необхідні професійні кадри, які можуть сучасною та креативною мовою фотографії чи відео доносити правду про війну, про бойовий шлях військових підрозділів, фіксувати злочини противника проти людства. Створення інституту прес-служб у військах – близьке до створення нових підрозділів. І важко, і складно, і дорого. Але перші кроки вже зроблені. Кроки, що дали результати.

Верголяс О.О.,

аспірант відділу аспірантури і докторантури Національної академії СБУ (м. Київ)

ІНФОРМАЦІЙНА ЛОГІСТИКА СПЕЦІАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ОПЕРАЦІЇ

Спеціальна інформаційна операція (далі – СІО) – складний, комплексний та багатогранний продукт людської інтелектуальної діяльності, в процесі підготовки якого, організатори мають взяти до уваги багато різних факторів, що стосуються аналізу цільової аудиторії (далі – ЦА). Серед таких факторів – інформаційна логістика спеціальної інформаційної операції.

Визначення нижчевказаних елементів характеристики цільової аудиторії, які є одними з базових характеристик, що неможна ігнорувати при розробці СІО, збільшить ефективність інформаційно-психологічного впливу (далі – ІПВ) на ЦА без збільшення витрат людських та матеріальних ресурсів організаторів.

У розробці інформаційної логістики СІО доцільно знати джерела отримання інформації цільовою аудиторією та поширення цієї інформації серед її представників.

1. Джерела отримання інформації. Телебачення, радіо, газети, журнали, сайти, групи та сторінки у соціальних мережах. Важливо не тільки визначити пропорції співвідношення споживання інформації з тих чи інших джерел, але й визначити конкретний перелік найбільш популярних серед представників цільової аудиторії засобів масової інформації, лідерів суспільної думки, інтернет-сайтів, сторінок та груп у соціальних мережах. Окрім зазначеного варто детально проаналізувати не тільки наявність чи відсутність

тих чи інших джерел в «інформаційному раціоні» споживача, але й дати характеристику джерелам, а саме тематиці джерел (політика, спорт, мода), ідеологічному забарвленню (ліберальні, нейтральні, центристські тощо), формату інформації (комікси, випуски новин на телебаченні чи радіо, записи у соціальних мережах лідерів суспільної думки).

Визначивши перелік джерел отримання інформації цільовою аудиторією, організатори можуть виокремити вибір інформаційних ресурсів, лідерів суспільної думки, адміністраторів сайтів, сторінок та груп у соціальних мережах, які необхідно взяти під контроль чи (та) залучити до СІО. Відбір найбільш авторитетних та найбільш відвідуваних джерел інформації збільшить ефективність ІПВ через охоплення ширшої аудиторії та довіри до інформаційних матеріалів, що розроблені відповідними органами СБУ.

2. Джерела поширення інформації всередині цільової аудиторії. Це - визначене коло осіб, які є «генераторами», «передавачами» та безпосередньо «споживачами» інформації, а також основні майданчики, де циркулює інформація (сторінки та групи в соцмережах і на форумах, місця громадського харчування, паління, тощо).

Використовуючи зазначені місця, можна поширювати інформацію фактично оминаючи лідерів і передавачів та додатково охопити нецільову аудиторію.

Джерела отримання та поширення інформації всередині цільової аудиторії можуть перетинатись між собою та дублювати один одного. Завдання підготовчого етапу СІО полягає у визначенні таких джерел для оптимізації використання сил та ресурсів при здійсненні ІПВ на цільову аудиторію. Окрім цього, це дозволить автономізувати поширення інформації серед споживачів інформації, тим самим мінімізуючи як витрати сил та ресурсів, так і ризики викриття спроб ІПВ з боку СБУ.

Наступним кроком підготовчого етапу СІО є дослідження **інформаційної структури цільової аудиторії** за такими характеристиками[1]:

1. «Генератори» інформації чи лідери суспільної думки. Ця категорія людей генерує інформаційні потоки, які проходять через цільову аудиторію. До них відносяться експерти, політологи, окремі блогери, науковці та використання медійних майданчиків (сайтів, форумів), що мають значний попит серед представників цільової аудиторії. Зазначена категорія є найменшою за чисельністю, проте вона є найбільш впливовою. Відповідно, залучення такого роду осіб та майданчиків до проведення СІО збільшить ефективність ІПВ на цільову аудиторію.

2. «Передавачі» інформації. Це люди, що виконують функцію мультиплікаторів інформації. До них відноситься основна маса журналістів, користувачів соціальних мереж, другорядних та маловідомих ЗМІ тощо. Ця група людей є більшою від попередньої і не менш цінною для СБУ, оскільки саме вони здійснюють розповсюдження інформації. Контроль та (або) моніторинг зазначених осіб дає можливість не тільки фіксувати динаміку та

тенденцію поширення тієї чи іншої інформації, але й створювати своїх власних, по відношенню до СБУ, лідерів суспільної думки з можливістю впливати на наступну категорію людей.

3. **«Споживачі» інформації.** Найбільш чисельна група. Фактично, саме вона є цільовою аудиторією СІО, на яку має бути направлений ІПВ і саме ця група підпадає під найретельніший аналіз з метою визначення найбільш доцільних інформаційних джерел передачі інформації до кінцевого споживача.

Варто зазначити, що соціальні мережі є динамічними та багатогранними структурами і будь яка особа, мережеве ЗМІ, група чи сторінка у соціальних мережах може бути водночас і лідером суспільної думки, і «передавачем», і «споживачем». Відповідно, при підготовці до проведення СІО організатори мають чітко визначити інформаційну структуру цільової аудиторії, роль та місце кожного із учасників СІО та об'єктів ІПВ.

Наступним кроком підготовчого етапу є визначення зональності СІО:

1. **Територіальна,** коли цільова аудиторія значну частину часу знаходиться в межах певної території, розміщена відносно рівномірно по площі; групи цільової аудиторії не розірвані між собою або знаходяться на відносно незначній відстані між, мають спільні джерела отримання та передачі інформації, або ці джерела між собою пересікаються тощо. Прикладом такої цільової аудиторії можуть бути військовослужбовці та члени їх сімей у визначеному місті. Відповідно, ІПВ здійснюється на аудиторію, що компактно розташована у кварталах міста, де проживають військовослужбовці та військові пенсіонери. Відповідно, всі зусилля ІПВ мають бути зосереджені саме на цій ділянці компактного проживання без розпорошення сил та засобів по всій території населеного пункту.

2. **Екстериторіальна,** коли цільова аудиторія розміщена неоднорідно в межах великої площі; групи її представників розірвані між собою, можуть не мати спільних джерел отримання та передачі інформації, або ці джерела між собою не пересікаються. Прикладом такої цільової аудиторії є така категорія населення, як молодь, що проживає, навчається та працює в різних місцях визначеного населеного пункту та отримує інформацію з різних джерел. У такому випадку зусилля ІПВ щодо донесення інформації мають бути зосереджені з урахуванням певних факторів та моделей поведінки цільової аудиторії. Представники цієї цільової аудиторії можуть знаходитися в різних місцях в залежності від **дня та часу доби** (робота, ВНЗ, дім, нічний клуб тощо), **погодних та кліматичних умов** (в сезон дощів молодь проводить більше часу в приміщеннях, у ясну погоду – на вулиці), **маршрутів пересування та точок скупчення** (дорога до ВНЗ, метрополітен та інший громадський транспорт), де у них є можливість отримати інформацію як у друкованому вигляді так і в усному). Враховуючи викладене, оптимізацію ІПВ на визначену аудиторію можливо здійснити через звуження кола можливих джерел поширення інформації та збереження кількості її споживачів.

3. **Змішана**, коли представники цільової аудиторії мають певні спільні ознаки (місце проживання, отримання соціальних послуг, робота, маршрути пересування). Наприклад, якщо представники цільової аудиторії компактно проживають в одному мікрорайоні, але працюють в різних місцях, чи навпаки. У такому випадку пропонується сфокусувати увагу на місцях максимальної концентрації представників цільової аудиторії у певний період часу, як то вихід з метрополітену, де можна організувати роздачу друкованих інформаційних матеріалів.

Запропонований набір характеристик цільової аудиторії є рамковим і може бути змінений у залежності від завдань та умов проведення СІО. Інформаційна логістика є одним з найважливіших питань при підготовці до СІО у комплексі із визначенням психологічних характеристик цільової аудиторії, адже саме доведення інформації до кінцевого споживача є ключовим елементом будь-якого впливу на аудиторію [2].

Важливо наголосити, що під час підготовки до СІО необхідно розглядати у комплексі всі види ЗМІ (радіо, ТВ, друковані видання, соціальні мережі та інтернет-сайти) задля охоплення широких верств цільової аудиторії. При цьому варто враховувати, що значна кількість джерел інформації знаходяться у власності різних недержавних об'єднань та фінансових груп.

Правильне визначення інформаційної логістики СІО дозволить оптимізувати використання людських та матеріально-технічних ресурсів, збільшити ефективність ІПВ та мінімізувати ризики викриття організаторів СІО.

Лейкін О. С.,

спеціаліст з інформаційних технологій, винахідник (м. Полтава)

ПОШУК ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

При проявах будь-якої комунікаційно-контентної агресії стоїть завдання пошуку джерела для симетричної або несиметричної відповіді. Раніше джерела контенту були вдебільшому друкованими, сьогодні більша частина інформаційних потоків зосереджена в мережі Інтернет, архітектура взаємодії учасників мережі побудована таким чином що виявити класичним шляхом джерело інформації складно, а в деяких випадках неможливо. Інтернет будучи глобальною мережею не підпорядковується законам однієї країни. Державне регулювання мережі можливо тільки на рівні заборони певного виявленого контентного джерела.

Відомі окремі випадки побудови контентного фільтру усього трафіку направлено до користувачів мережі у певній країні, а саме «Великий Китайський Фаєрвол», регулювання мережі в Ірані, Єгипті, Сирії. Але такі прояви не є демократичними, адже право на Інтернет в процесі закріплення

невід’ємного права людини в маніфестах ООН. Зараз такі механізми в Україні втілити неможливо.

Отже, існує технологічний комплекс задач пошуку джерела розміщеної інформації у мережі Інтернет.

Основний сучасний механізм цивілізованої взаємодії частин інформації в мережі це прямі гіперпосилання. Але при домінуючій практиці використання у гібридно-месіанських агресіях цей інструмент навпаки ускладнюють з метою всіляко приховання від виявлення первинності джерела інформації. Основними ускладненнями при данній роботі є те що інформація це не є фактом пересилки ідентичного первинного матеріалу, при передачі інформації між ресурсами в мережі відбувається технологічне(рейтинг) та сценарно-геостратегічне викривлення так як кожен “публікатор” має свій контекст, позицію, акцент подання інформації.

Класична методика реагування на будь-яку інформацію котра в інформаційний простір мережі була перенесена без змін і майже не діє, а в умовах коли публікацію може було використано в гібридному сенсі інформаційних впливів на джерело це марна трата ресурсів та робота з невизначеним результатом.

Пропонується використовувати запропановану Г.П. Щедровицьким схему акту діяльності, але в контексті аналізу генерації та розповсюдження інформації.

Оригінальний вигляд схеми:

	АКТОР □ ДІЯ ↓	
МАТ ЕРІАЛ	→ ПЕРЕТВОРЕННЯ →	РЕЗУ ЛЬТАТ

Умовна алгебраїчна форма:

$$F_{\text{ПЕРЕТВОРЕННЯ}}(t, \text{АКТОР}, \text{ДІЯ}, \text{МАТЕРІАЛ}) = \text{РЕЗУЛЬТАТ}$$

Тобто, в детерміновану одиницю часу визначений актор виконує дію з перетворення матеріала у результат. В нашому випадку результатом є інформація.

Аналізуючи кожен критерій окремо.

При використанні критерію часу визнаємо, що t має найширший зміст. В одну одиницю часу багато різних акторів виконує різні дії за таким критерієм знайти джерело важко, а в деяких випадках, у разі “дієвого” актора — неможливо.

Аналізуючи Актора треба визначити що саме цей актор робив в зазначений час в інформаційному просторі та виявити такі джерела (соціальні мережі, сайти, теле- та радіо-ефіри, газети), які мають контент з найбільше наповненими різними підтверджуючими маркерами. Базовими маркерами є свідки, відео, фото, аудіо, текст. Ваги окремих маркерів, їх виявлення та

методології оцінки це тема окремої публікації. Зауважемо, що Дія та Матеріали в даній ітерації не аналізуються, увага приділяється виключно Актору.

Аналізуючи Дію визначаємо які Актори в зазначений час виконували дану дію та які Матеріали використовувались.

Аналогічним чином аналізуємо Матеріали.

Алгебраїчно, це система рівнянь де в кожному окремому рівнянні один з критеріїв є константою:

$$\left\{ \begin{array}{l} F_{\text{ПЕРЕТВОРЕННЯ}}(t, \text{АКТОР}=\text{Const}, \text{ДІЯ}, \text{МАТЕРІАЛ}) = \text{РЕЗУЛЬТАТ} \\ F_{\text{ПЕРЕТВОРЕННЯ}}(t, \text{АКТОР}, \text{ДІЯ}=\text{Const}, \text{МАТЕРІАЛ}) = \text{РЕЗУЛЬТАТ} \\ F_{\text{ПЕРЕТВОРЕННЯ}}(t, \text{АКТОР}, \text{ДІЯ}, \text{МАТЕРІАЛ}=\text{Const}) = \text{РЕЗУЛЬТАТ} \end{array} \right.$$

Як відомо такі типи рівнянь мають розв'язок, тобто ми можемо отримати джерело інформації використовуючи даний метод.

Рубель К.В.,

кандидат історичних наук, доцент Воєнно-дипломатичної академії імені Євгенія Березняка (м. Київ)

Полковник Крисяк П.В.,

здобувач Воєнно-дипломатичної академії імені Євгенія Березняка (м. Київ)

РОЛЬ ІНВЕСТИГАТИВНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ У ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ В УМОВАХ АТО: БЕЗПЕКОВИЙ ТА ПРАВОВИЙ АСПЕКТИ

Оцінювання тієї ролі, яку зіграли журналісти – розслідувачі у революційних подіях 2014 року в Україні, вимагає досить комплексного підходу: від статистичного аналізу кількості опублікованих матеріалів до структурно-політологічного аналізу щодо зв'язків організаційних форм інвестигативної журналістики в Україні з вітчизняним політикумом та зарубіжною елітою. На жаль, поки що узагальнені дані з цього питання відсутні. Не претендуючи на всеосяжність звернемося до аналізу актуальних аспектів правового та безпекового характеру щодо ролі розслідувань у насиченні інформаційних потоків на сучасному етапі українсько-російського конфлікту на Сході України.

Актуальність питання підкріплюється таким фактом. У березні цього року Верховна Рада України розглянула в першому читанні проект Закону «Про приватну детективну (розшукову) діяльність». Отже, маємо незабаром отримати в країні унормовування діяльності детективних агентств, які де-факто давно існують у країні, а де-юре часто прикривали свою діяльність правовим полем журналістики. На перший погляд прийняття такого закону має зняти відповідну правову колізію. Проте, насправді, це може призвести до трансформації організаційних форм журналістських розслідувань на зразок тих моделей, які використовуються в деяких західних країнах, та, зокрема, у Росії. Далі проаналізуємо, якими саме можуть бути означені трансформації і чи

вплинуть вони на безпековий аспект у насиченні інформаційних потоків в умовах проведення антитерористичної операції.

Журналістське розслідування як жанр стає все більш популярним і поширеним явищем в українській журналістиці. Зростають темпи його утвердження, збільшується кількість розслідувальних рубрик в Інтернет-ЗМІ. Виразною тенденцією стає те, що в умовах загострення політичного протистояння українська журналістика має тенденцію до розвитку за американською моделлю, де саме розслідування і вважаються «справжньою» журналістикою. Також спостерігається тенденція до більш чіткого розмежування таких методів як *журналістське дослідження* та *журналістське розслідування*. Аналіз мемуарної літератури, інтерв'ю та виступів тих українських журналістів, які у своїй творчості обрали розслідування як фахову спеціалізацію, показує, що вони принципово відмежовують себе за методами збору інформації від тих колег, які працюють в традиційних аналітичних жанрах та збирають інформацію про об'єкт дослідження методами аналізу відкритих джерел.

В якості предмету журналістських розслідувань, що реалізуються обома способами зазвичай виступають корупційні справи, зловживання службовим становищем посадових осіб, кримінальні справи, екологічні процеси та інші суспільно-важливі явища. Особливістю справжніх розслідувань є те, що журналіст обирає для себе таку тему, яка матиме чітку прив'язку до конкретної особи чи групи людей, на яку покладається відповідальність за розвиток подій. Це відрізняє відповідні публікації у аналітичних жанрах, метою яких є виявлення актуальних тенденцій на основі узагальнень. Тобто, журналіст – розслідувач не обирає для себе за предмет огляд ринку чи воєнно-політичної обстановки.

При моніторингу вітчизняного інформаційного простору на перший погляд складається враження про «перенасиченість» ЗМІ, насамперед інтернет-сегменту, журналістськими розслідуваннями. При детальному аналізі з'ясовується, що за заявленими гучними рубриками розслідувань приховуються маніпуляції із репостами чужого, часто російського контенту, поданого під новими заголовками. При цьому, часто заголовки публікацій не відповідають змісту тексту.

Особливістю українського «постреволюційного синдрому» в контексті досліджуваного питання є акцентуація саме антикорупційної розслідувальної журналістики. У даному сегменті ми маємо кілька реально працюючих у жанрах розслідувань ресурсів: «Україна кримінальна», Бюро журналістських розслідувань «Свідомо» (керівник Єгор Соколов), Рівненське агентство журналістських розслідувань та інші. Безперечно, що проведена ними робота сприяє відновленню демократії в Україні. Разом з тим, мало хто з розслідувачів замислюється над наслідками перенасичення інформаційних потоків даними про зловживання у владних структурах в контексті формування міжнародного іміджу України, використання відповідного фактажу в якості інформаційних

приводів для проведення паплюжних кампаній російською стороною в умовах конфлікту. Показовою у цьому плані є інформаційна «розслідувальна» кампанія проти керівництва Воєнної прокуратури України, яка насправді була інспірована у протистоянні основних політичних партій України на початку поточного року. У таких випадках, по суті, журналістів використовують «в темну», мотивуючи їхню діяльність сенсаційністю теми. Журналісти – розслідувачі мають зважувати, що вони, роблячи корисну справу на тактичному рівні комунікацій, можуть докладати зусиль до нагнітання небезпечних процесів на стратегічному рівні.

Отже, говорячи про інформаційну безпеку країни не можна обминути питання інформаційних впливів в єдиному інформаційному просторі країни, який ми, попри все, намагаємось зберегти, відновлюючи українське телерадіомовлення в зоні АТО та на кордонах з тимчасово окупованими територіями. Але якщо військовослужбовець, який щойно ризикував своїм життям, буде українськими ж каналами сприймати інформацію виключно про політичні бійки, крадіжки, корупційні схеми, то навряд чи це сприятиме зміцненню його бойового духу.

В контексті вищезазначеного звернемось до правового боку питання. Оскільки за методом збору інформації робота журналіста - розслідувача споріднена з роботою детектива, то в тих країнах, що мають традиції та широку правову базу приватної детективної практики давно склалась зв'язка поміж приватними детективними агентствами та такою організаційною формою журналістської діяльності як агентства журналістських розслідувань. По суті справи, часто реєструюся дані суб'єкти підприємницької діяльності таким чином, щоб у статутних документах перших було закладене право на заснування певного виду ЗМІ, а агентство журналістських розслідувань реєструється як фірма, що забезпечує аналітичний супровід новоствореного ЗМІ. Отже одні й ті самі люди одночасно мають посвідчення і приватного детектива і журналіста. Прикладом такої практики є діяльність заснованого ще на початку 90-х років Санкт-Петербурзького агентства «АЖУР», яке, наприклад, на замовлення однієї з політичних партій в Україні приватним чином працювало над розслідуванням «справи Гонгадзе».

Після прийняття в Україні відповідного закону про приватну детективну практику кількість подібних осередків в країні може збільшитись. При цьому варто зазначити, що й сьогодні в країні існує ціла плеяда фірм, які позиціонують себе як інформаційно-аналітичні центри з ланки ЗМІ, а насправді, надаючи послуги приватного детектива, використовуючи методи зовнішнього спостереження, зйому інформації, які виходять за межі правової бази ЗМІ та журналістської етики. Важливим є те, що такі фірми мали ще до АТО філії у Донецькій, Луганській областях, на території Автономної Республіки Крим і зберегли їх до сьогодні. Наприклад, у мережі і сьогодні активний веб-сайт одного з детективних агентств, яке зареєстроване як «інформаційно-аналітичне агентство журналістських розслідувань». Заявлена

діяльність центру організовується методом створення на місцях «кореспондентських пунктів», що неодноразово критикувалось журналістськими організаціями, як порушення журналістської етики. Оскільки об'єкти, стосовно яких ведеться «розслідування» такими організаціями, невідомі, то слабо прогнозованими можуть бути і резонансні кампанії в інформаційному просторі за їхніми результатами. Все це не сприяє відновленню єдиного інформаційного простору на території України та може класифікуватись одного з методів інформаційного впливу в умовах інформаційного протиборства в українсько-російських відносинах.

Проте, маємо принципово позитивні приклади в діяльності агентств журналістських розслідувань, які зареєстровані в Україні як громадські організації, що займають проукраїнську позицію. Наприклад, продовжують свою роботу у надзвичайно непростих умовах кримські організації: «Центр журналистских расследований», «Агентство журналистских расследований «Гражданская оборона»».

Аналіз проекту вищезазначеного закону навряд чи змінить ситуацію, оскільки в ньому не закладені, на відміну від інших країн, якісь специфічні преференції у процедурах розшукової діяльності для детективів. Як не дивно, журналістські преференції подекуди виявляються ширшими в Україні, отже спокуса на використання журналістського прикриття залишатиметься. В свою чергу, це має розглядатись як чинник, що посилює ризики та загрози інформаційних впливів в зоні АТО та на тимчасово окупованих територіях.

Клиновий Д.В.,

к.е.н, доц., (Державна установа “Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України”, м. Київ)

Рогов П.Д.,

к.т.н., (Центр воєнно-стратегічних досліджень Національного університету оборони України імені Івана Черняховського”, м. Київ)

ВИКОРИСТАННЯ ОБГРУНТОВАНИХ ОЦІНОК ГОСПОДАРСЬКИХ ВТРАТ УКРАЇНИ ВІД ВІЙНИ В КОМУНІКАЦІЙНО-КОНТЕНТНОМУ СПРОТИВУ АГРЕСІЇ

На спроможність України адекватно реагувати на виклики та ризики національній безпеці сьогодні негативно впливають внутрішні економічні та соціально-політичні фактори. Зокрема, це – економічна та політична криза, порушення цілісності національної економіки внаслідок тимчасової окупації Автономної Республіки Крим, окремих районів Донецької і Луганської областей (ОРДЛО). Розбалансованість і незавершеність системних реформ у сфері національної безпеки і оборони. Недостатність матеріального забезпечення сил оборони та неефективне використання наявних ресурсів;

недосконалість системи державного управління суб'єктами забезпечення національної безпеки України у воєнній сфері; низький рівень координації та узгодженості дій органів державної влади і органів місцевого самоврядування, незадовільний рівень підготовки їх спеціалістів з питань безпеки і оборони; невідповідність сучасним викликам сил цивільного захисту та їх технічного оснащення, тощо.

Актуальність тем, для вивчення яких використовуються контент-аналітичні методики, очевидна. Терористичні акти, що відбуваються, показали: об'єктом терористичного нападу є не окрема особа, організація або політична еліта, а держава в цілому. При цьому демократичний політичний устрій і свобода слова, що реалізуються за допомогою засобів масової інформації (ЗМІ), об'єктивно можуть сприяти здійсненню терактів. Засоби масової інформації – один з базових соціальних інститутів демократичного суспільства, який забезпечує реалізацію свободи особи, її захист від свавілля з боку влади і комерційних організацій. У такому суспільстві ЗМІ стають одним з механізмів цілісної системи національної безпеки та її складових. Але через дію основних законів ринкової економіки, вони втрачають економічну (фінансову) самостійність, переходячи фактично у власність тих або інших соціальних і економічних (фінансових) груп. Це робить їх несприйнятливими до інтересів суспільства в цілому, орієнтує на модель надоперативної подачі інформації. Наслідком цього стає нездатність ЗМІ враховувати соціальні наслідки поширюваної інформації, і можливість їх легкого перетворення з інституту гарантії свободи слова в інструмент політичного впливу. З цієї причини представляється актуальним вивчення роботи ЗМІ у висвітленні актів тероризму і ведення гібридної війни, проблем пов'язаних з цими можливими явищами.

Ведення гібридної війни ніколи не буває випадковим або відособленим, а містить узгоджену діяльність з використання інформації як зброї для ведення бойових дій – будь-то у реальному бою, або в економічній, політичній, соціальній й інформаційній сферах.

Тому, як основне і найбільш загальне визначення гібридної війни, може бути таке: гібридна війна – це всеосяжна цілісна стратегія, обумовлена усе зростаючою значущістю і цінністю інформації в питаннях командування, управління, економіки та політики.

Гібридна війна – це війна завжди і скрізь, в першу чергу – в інформаційному просторі. Ці війни включають, як відкриті, так і приховані дії військ збройних сил, особливо сил спеціальних операцій, у поєднанні з політичними, розвідувальними, дипломатичними і фінансовими методами ведення війни, щоб найбільш ефективно протистояти діяльності протиборчої держави. Фронтів у цієї війни – множина, мільйони. Загальна перемога складається підсумовуванням перемог на кожному з цих фронтів. Основна зброя в цій війні – інформація.

Натепер в інформаційній складовій протистояння військовій агресії проти України практично відсутніми є реальні, науково обґрунтовані оцінки втрат господарського потенціалу або ж національного багатства від подій у Криму та на Сході України в 2014-2016 роках. Поодинокі оцінки в основному визначають очевидні втрати конкретних господарських об'єктів, населених пунктів, в окремих випадках – площ території ОРДЛО, проте, не носять комплексного, всеохоплюючого характеру. Багато оцінок спекулятивні, які принижують, або, навпаки, завищують реальні втрати від війни. Тому, вважаємо за необхідне різнобічне висвітлення в засобах масової інформації та застосування в комунікаційно-контентному спротиві агресії, включаючи контрпропаганду, реальних оцінок втрат національного багатства країни від воєнних чинників.

Так, на основі відкритих публікацій у ЗМІ, доповідей урядових структур та наукових розробок Державної установи “Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України” та Національного інституту стратегічних досліджень. Реальні сукупні втрати Україною виробничого, людського та природно-ресурсного потенціалу сягають, навіть, якщо взяти мінімальні обраховані цифри, біля 3 трильйонів гривень, серед яких втрати людського капіталу становлять 2,5 трильйона, а матеріального капіталу (виробничих і природних ресурсів разом) – біля 0,5 трильйона гривень, приблизно по 250 млрд. грн.

Для того, щоб мати наочне уявлення про те, що являє собою ця грошова сума, зауважимо, що за неї, тобто за 3 трильйона гривень, можна було б купити сьогодні більше 10 тис. тон золота в ринкових цінах (1 тона золота коштує приблизно 33 мільйони доларів США), для перевезення якого знадобилося б близько 200 вантажних залізничних вагонів стандартної вантажопідйомності у 4 потягах з 50 вантажних вагонів кожен. І це зважаючи на те, що за останні 15 років ціна на золото на світових ринках зросла майже вчетверо! За оцінками американських вчених, весь світовий золотий запас, який оцінювався у 30 тис. тон (станом на 2014 рік), лише у три рази перевищує цю суму, отже у вартісному вимірі господарський потенціал поки що втрачених Україною територій Криму і Донбасу дорівнює одній третині вартості усього золотого запасу світу. Якщо взяти, не враховуючи людський капітал, тільки матеріальну складову – виробничий і природно-ресурсний потенціал будемо мати втрати багатства на півтрильйона гривень, а це потяг з 33 вагонів, завантажених 1,7 тис. тон золота найвищої проби по межу вантажопідйомності, тільки вартість матеріальних втрат України перевищує на 30 % увесь наявний на лютий 2016 р. золотий запас Росії (1,3 тис. тон)!

Зі стратегічно-господарської точки зору насамперед важливо те, що: по-перше, фактично втрачено контроль над АР Крим з унікальними рекреаційними ресурсами та, по-друге, втрачено контроль над стратегічно важливою частиною надпотужного потенціалу мінерально-сировинних ресурсів Донбасу, зокрема повністю над Амвросіївським, Старобешівським та Шахтарським районами Донецької області, які володіють 40 % її мінерально-сировинного потенціалу.

Для Луганської області – це повна втрата контролю над Краснодонським, Лутугінським, Перевальським, Свердловським та Слов'янським районами, яким належить 60 % корисних копалин Луганщини. У цілому втрати є ще більшими, враховуючи частково окуповану територію інших адміністративних районів Донбасу, фактично, втрачено не менше, ніж половину всього мінерально-сировинного потенціалу Донецької та Луганської областей, а це – не менше чверті вартості усіх корисних копалин України.

Зіставна перевірка проведених розрахунків показала їх валідність. Зокрема, у свій час було визначено, що (за розрахунками економістів) втрати багатства СРСР під час II Світової війни склали 6,5 трильйонів доларів США за порівняною купівельною спроможністю на 1 січня 2016 р., що зараз складало б суму приблизно 150 трильйонів гривень. Якщо зіставити площу окупованих територій СРСР в зоні ведення бойових дій під час II Світової на території СРСР (2400 тис. кв. км) та площу окупованих територій в Україні (45 тис. кв. км.), а також відповідні суми втрат багатства (150 трлн. грн. та 3,0 трлн. грн.), можна побачити, що наші розрахунки зовсім не виглядають ані заниженими, ані завищеними, оскільки по зазначених показниках будемо мати різницю приблизно у 50 разів за втратами багатства і у 53 рази за площею окупованих територій, що є дуже і дуже близьким співвідношенням. Отже, можна зробити висновок, що для нашої країни руйнівна сила сьогоденної війни відносно регіональної економіки є практично такою ж інтенсивною, а приведені до одиниці площі втрати багатства країни приблизно такими ж, як під час II Світової війни.

У загальному підсумку, зі структурного аналізу втрат господарського потенціалу України в результаті воєнних дій та окупації Криму й частини територій Донецької та Луганської областей, можна зробити наступні висновки:

1. Загальногосподарські носять комплексний характер і можуть бути виражені економічно як вартісні втрати виробничого, людського та природного капіталу, який був втрачений через фізичне знищення відповідних активів, їх переміщення на непідконтрольні українській владі регіони та втрату контролю над ними на тимчасово окупованих територіях.

2. Основними наслідками військових дій на території України для її господарського потенціалу є: окупація Кримського півострову та втрата контролю над його господарством; ведення бойових дій на частині території Донецької та Луганської областей та фізичне знищення або суттєве зниження якості і виведення з господарського обігу частини виробничих, людських та природних ресурсів; окупація частини цих територій та втрата контролю над їх господарським потенціалом, що у цілому спричинило підрив економічної та національної безпеки Української держави, скорочення економічного потенціалу Донеччини та Луганщини, створення перепон щодо подальшої інтеграції нашої держави у європейський простір.

3. Вартісні оцінки втрат загальноєкономічного потенціалу показали, що сьогодні втрати України від війни складають орієнтовно 7,5 % території, біля 20 % виробничого, 12 % людського та 18 % її природно-ресурсного потенціалів, у тому числі не менше 25 % стратегічно важливих для національної безпеки країни мінерально-сировинних ресурсів, включаючи вугілля. Така істотна величина втрат, у першу чергу, базується на підвищеній територіальній концентрації національного багатства – виробничих, людських та природних ресурсів в межах нині непідконтрольних українській владі територій Донецької, Луганської областей та Автономної Республіки Крим. Розрахунки показують, що руйнівна сила сьогоднішньої війни відносно територіальної економіки є практично такою ж інтенсивною, а приведені до одиниці площі втрати багатства країни такі ж, як під час II Світової війни.

4. Орієнтовні вартісні втрати Україною виробничого, людського та природно-ресурсного потенціалу сягають біля 3 трильйонів гривень, серед яких втрати людського капіталу становлять 2,5 трильйона, а матеріального капіталу (виробничих і природних ресурсів разом), враховуючи необхідність його відновлення, – біля 0,5 трильйона гривень. Тільки матеріальні втрати України, не рахуючи людських, у золотому еквіваленті склали біля 1,7 тис. тон банківського золота за біржовими цінами на травень 2016 р., що на 400 тон перевищує золотий запас Росії.

5. Загальногосподарський потенціал окупованих територій має для нашої країни надважливе стратегічне значення з точки загальної, економічної, енергетичної, демографічної та інших видів безпеки і для збереження стратегічного господарського потенціалу і забезпечення безпеки національної економіки необхідним є прийняття комплексних заходів дипломатичного, юридичного та військового характеру для повернення окупованих Донбасу і Криму під юрисдикцію та контроль Уряду України.

6. Пропонується широко висвітлювати наведені факти в інформаційному просторі України та за кордоном як складову комунікаційно-контентного формату інформаційного протистояння у гібридній війні, застосовувати їх для прийняття обґрунтованих рішень в державному та регіональному управлінні, у якості доказів агресії на міжнародній арені.

Тематичний блок 3.
Креативні індустрії як вектор можливостей
профілактики та нейтралізації системних
проявів гібридного тероризму

Забарило Є. О.,

засновник ГО «Культурна ініціатива Коло» (м. Київ)

КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ ТА АРТ-ПЛАТФОРМИ В СУЧАСНИХ СТИЛІСТИКАХ ТВОРЕННЯ ЩАСЛИВОГО ЖИТТЯ НА ЗВІЛЬНЕНИХ ТЕРИТОРІЯХ

Розробляючи теорію стадій економічного зростання в постіндустріальному суспільстві, американський економіст і мислитель Уолт Ростоу (навчався в Йельському університеті, був стипендіатом Родса в Оксфорді, доктор філософії 1940 року, викладав в Колумбійському, Оксфордському, Кембріджському і Техаському університетах, Массачусетському технологічному інституті, кавалер ордену Британської імперії 1945 року, та нагороджений «Президентською медаллю свободи» 1969 року), усвідомив зародження нової епохи.

Час пошуку «нової якості життя». Така епоха змінює пріоритети суспільства. Початком змін культурних парадигм світу завжди був період не самого початку століття, а десь плюс-мінус 12-14 років. Чума, інквізиція, Відродження, відкриття Америки, Полтавська битва, Наполеон, Світова війна, Майдан Гідності.

Нова парадигма 21 сторіччя каже, що суспільно-сімейні та інтелектуально-творчі цінності мирного способу життя переважають споживчі (як форми виживання за будь яких умов). Оперування гуманістично-партнерськими цінностями стає трендом у режимі глобальних динамік панування технологічно-комунікаційних принципів четвертої промислової революції.

Коли людина знаходиться в умовах, коли вона починає мріяти, потім публічно говорити про свою мрію, далі втілювати її в реальне життя - в такій суспільно-технологічній динаміці людина стає відповідальнішою за свою долю, оберігає середовище свого життя, яке постійно творить. Так особистість займає горизонтну партнерську роль у відносинах із державою, суспільством, світом.

Отже, сьогодення модель якості життя глобального світу мирної цивілізації має технологічно-соціумну лінію втілення, що виражається в цінностях.

Якими мають бути цінності? Однозначно, вони мають в себе включати гуманістичну духовність миру і культуру миру. Обов'язково мати потужну екологічну складову для творення економічної моделі.

Майдан Гідності відкрив для глобального світу формулу цінностей: гідність відповідальності в партнерстві з горизонтом людської довіри.

На питання, в якому з економічних укладів використовується дана технологічно-соціумна лінія, є відповідь – в креативній економіці.

Існують деякі розбіжності з приводу сфери застосування цього поняття, але не можливо заперечити існування стійкого взаємозв'язку між культурно-творчою активністю і створенням додаткової вартості продукту. Вчені дійшли висновку, що креативність (творчість) сприяє підприємництву, спонукає до інновацій (створенню нового), розширює горизонти існуючих ринків і відкриває нові можливості реалізації талантів та потенціалів соціальних середовищ.

Впродовж останнього десятиліття креативна економіка, як констатувала група експертів Світового економічного форуму в Давосі, розглядається як нова і часто домінуюча модель економічного зростання, при відносно невеликих початкових інвестиціях у «м'яку інфраструктуру» (Soft infrastructure - S.I).

S.I. – це передусім інфраструктура знання або людський капітал: включно з інституціями, ідеями, культурними нормами, концептами і практикою рішень.

Суттєву частку креативної економіки складає творча діяльність, яка відбувається на територіях «Культурних платформ», що об'єднують в собі арт-кластери, арт-інкубатори, бізнес-інкубатори, театри, студії, арт-резиденції, студії дизайну, ресторани та клуби.

Культурні платформи – це продукт культурної конверсії приміщень колишніх промислових зон або залишених будівель (режимів минулих економіко-технологічних укладів). Деякі з цих просторів утворилися й на місці колишніх сквотів, що виникали в часи первинного становлення креативних економік (середина 70-х років).

Пропоную розглянути декілька прикладів світових перетворень в режимі культура – це капітал, де вміння мріяти та реалізовувати свою мрію у вимірі креативних індустрій змінює світ.

Що відчуваєш ти в польоті за далекими невідомими світами?

Безмежний простір космосу?

Чи химерні звуки таємничого шепоту, що доноситься десь з безодень галактик? І повернення на Землю, таку вразливу і рідну. На цю маленьку блакитну кульку, загублену десь у просторах неосяжного Всесвіту.

Джон Серрі (John Serrie), мрійник, митець, поет, мислитель, візіонер, музикант. Можливість реалізувати свої мрії через звучання образів для J.S. відкрила американська лабораторія електронної музики (Electronic Music Laboratories). Саме там він працював демонстратором нових технологій різноманітних клавішних, а слід пам'ятати, що на той час тільки з'явився перший синтезатор.

Його перша технологічна лінія — це альбом 1987 року "And The Stars Go With You" ("І зірки посліднують за тобою"). Сказати, що цей альбом "мав великий успіх" або "став подією у світі new age музики" – це означає не сказати зовсім нічого. «Зірки» вчинили справжній переворот в new age: Space Ambient (музика, що має характерний розмірений, повільний темп звучання, де використовуються синтетичні, глухі і монотонні звуки, зазвичай, зациклені, які служать фоном, і на які упродовж усієї композиції накладаються додаткові

ритмічні електронні програші. Часто використовується приглушений хорový спів, замаскований під музику і переливання синтетичних мелодій. Має сильну атмосферу занурення, що заспокійливо-розслабляє і володіє медитативним ефектами для слухання) та Берлінська школа музики (виникла в період 1960-70-х років у межах широкого руху німецької прогресивної музики.

«Статичні» текстури, колажі і тривалі розтягнуті звуки, сила технологій, раніше показані в новаторських класичних роботах Карлхайнца Штокхаузена і Яниса Ксенакиса, спричинили великий вплив на популяризацію електронної музики Берлінської школи.

Експерименти з магнітною стрічкою, фідбэком і мікрофонами, психо-акустична взаємодія сублімувалося в електроніці з появою першого аналогового синтезатора в музиці «Муга» в 1964 році.

Синтезатори і інші електронні інструменти стали основою звучання Берлінської школи. Основна ідея полягала у використанні електроніки як нового виразного засобу, здатного викликати в уяві сюрреалістичні образи.

Берлінська школа стала квінтесенцією прогресивної електроніки, демонструючи хитромудрі електронні звукові пейзажі космосу, що рухаються, інтелектуальні, нав'язливі, темного емоційного, постіндастріалу, монотонності і сюрреалізму. Вона створила власний унікальний звук з тривалими, космічними розгорнутими композиціями, наповненими атмосферичними синтезаторами).

Продукт "And The Stars Go With You" 1987 рік, був спеціально створений для навчальної програми NASA.

"The Teacher In Space" ("Вчитель в Космосі") присвячений J.S. загиблим підкорювачам Космосу, що здійснювали свою героїчну місію та не повернулися на Землю. В "Thousand Star" ("Тисячі зірок") для нас J.S. розкриває космос в різних горизонтах:

- космос як колыска життя і наш загальний будинок;
- космос як простір, наповнений нерозгаданими таємницями;
- космос учених, філософів і містиків;
- космос візіонерів та авторів науково-фантастичних романів.

J.S. розкриває контент Всесвіту, заманюючи загадками і таємницями, пізнавати які — одне із завдань людини. Тут переважає позитивний, мрійливо-сновидний ритм.

Музика J.S. в колаборації з відеорядом компанії "Lucasfilm" використовується сотнями найбільших планетаріїв по всьому світу. Це стало першим прикладом креативної колаборації подібного формату.

1993 рік, "Midsummer Century" ("Століття літнього сонцестояння"), в якому митець розкрив та споріднив поняття нескінченного Космосу та нескінченності кохання.

У 1997 автор капіталізує через продукт "Upon a Midnight Clear" («Під нічною чистотою») старі образи новорічних свят, розкриваючи їх через призму комічності (мрійливо-сновидні), в них з'являється нова якість — людського Універсуму — Загального Будинку. Слухаючи "The First Noel" або вже згадану

"The Holly And The" виникає почуття, неначе ти виходиш в ясну, зимову ніч з теплого будинку і ось вже перед тобою небесний горизонт, де мірадами вогників існують в гармонії з середовищем.

Та головною технологією J.S. є поєднання історично-ментального коду території з ритмами своїх мрій у продукті "Spirit Keepers" («Хранителі духу»).

«Хранителі духу» звели воєдино new age, spacemusic і ambient з folk музикою корінних американців.

Синтезаторами він трансформував мелодії так, що "Spirit Keepers" можна назвати "музикою космічних індіанців" або музикою духовних істот чи музикою середовища, що лине на Землю з глибин Космосу, з інших світів і залишається тут. Ми чуємо в цих мелодіях голос древньої прабатьківщини людства, і пам'ять про неї не дає нам заснути. Спокушає дивитися зі світлим смутком у далину з її безкрайнім небом та надією побачити саме ту зірку.

Одним з таких комічних індіанців став Ілон Маск, що в цей час продає свій стартап-проект Zip2. і у березні 1999 року стає одним із засновників X.com. З цього починається історія становлення PayPal. Цей концепт на той час був «космічним» лише у голові мрійника та візонера, пошановувальника науково-фантастичних романів Айзека Азімова і ритмів J.S. – Ілона Ріва Маска. Для створення «Хранителів духу» у J.S. були чудові помічники — корінні індіанці, що зіграли партії на своїх інструментах. Це був декламатор і вокаліст – Том Гудман (Tom "BlueWolf" Goodman) «Блакитний Вовк» та флейтист і перкусіоніст (музикант, що грає на ударних музичних інструментах) "Зимовий Яструб" Джон Джонсон.

У звучанні альбому відчувається гіпнотичність тому, що "Зимовий Яструб" у себе в племені creek, що існує в Алабамі, всього лише "звичайний" шаман і духовний лідер, а "Блакитний Вовк" — народний оповідач і учитель індіанських звичаїв. Слід сказати, що зустріч з цими людьми сталася в 1996 році, коли Jonn Serrie відправився в долину Nacooshee, щоб записати там природні звуки. Для повноти списку продуктової лінійки креативного митця слід додати створення музики до п'яти відеофільмів, випущених студією "Miramar".

Саме колаборація J.S. з "Miramar" стала першою креативною моделлю в цій області, з'єднавши у своїх відеороботах музику і фантастику, комп'ютерні космічні світи і красу живої природи.

Приклад J.S. як яскравого представника креативних індустрій в час становлення креативних економік у світі є прикладом зародження економічної системи творення «нової якості життя». Він розкрив образ і ритм поняття мрії, а режим мрійництва є ознакою стану щастя в середовищі життя.

А тепер від J.S. до України. Наразі в м. Ужгород реалізовуватиметься проект контентно-комунікаційної технологізації лінії J.S. через призму реалізації стратегії креативних індустрій в початковому розвитку територій та включення середовищ життя у глобальний світ контентних динамік.

Розглянувши лінію ритмік мрії через систему комунікаційно-контентного моделювання, пропоную ознайомитися з моделлю, що розширює горизонти культурних стилістик задля створення середовища, в якому щастя є режимом існування.

Шахи – один з низки системоутворюючих проектів стратегії креативних індустрій в початковому розвитку територій (без залежності від величини населеного пункту).

"Майдани інтелектуального креативу"

Суть контентних мультиформатних потенціалів інсталяції - стимулювання до ідентифікаційно-контентного мислення прямої дії з обов'язковими геопозиційними фіксаціями точок суспільної активності. Наочне відображення системи демонструє нові можливості громад та проявляє недоліки минулих ієрархічних взаємин між владою-громадою-територією і потенціалами для майбутнього.

Формування унікально-оригінальних сегментованих середовищ креативного життя на території (населених пунктів чи в мікрорайоні міста) відбувається за рахунок створення місць їхньої концентрації та динамічних комунікаційних можливостей творчо-креативної молоді. Так створюється капіталізація територій з метою ефективного інвестування та привабливості проживання в розрізі вже не тільки виживання, а, насамперед, самореалізації особистісно-креативного характеру молоді, яка і є потенціальним носієм і автурою рішень креативних синтезів, що являють собою культурно-історичні та ментально-глобальні коди територій. Такий проект готується до втілення у місті Стрий.

Поясню коротко суть стрийського проекту. В Україні проблема саме у функціональному моделюванні організаційних процедур до потреб динаміки життя, яка залежить від існуючих стилістик та процедур виконання.

Функціональні кластери гілок влади (офіційно-конституційні та суспільно-демократичні) розрізнені, а мають бути об'єднані в робочі моделі ситуативних сервісів. Так, як це представлено у шахах - де функції об'єднані в моделі. В Україні функціональні сегменти не просто розірвані, а дублюють один одного, що є базою для української глобальної корупції. Тому існує імітація конкуренції інститутів влади за домінування в питаннях повноважень, а потрібен реальний суспільно-партійний функціональний бар'єр, що постійно втримував би суспільство і державу в парадигмі чесності. Функції необхідно виставити на перший ряд орієнтації суспільства в місії держава-суспільство-самоврядування. Технологічна функція завжди має захищати пішаків (громадян), а коли функція не працює або тотально імітується - вона завжди приховується. У поєднанні адекватності персони та функції, породжується відповідальність, а вона, своєю чергою, залежить від дій. Дії - то реальні справи, які легалізуються через публічність. Коли дії відсутні або приховуються за чисельним апаратом, це показує, що функціонал імітаційний.

Місія - донести до громади інформацію щодо процедур, пропозицій та моделей, які потрібно пропонувати місцевій владі для створення нових можливостей щасливого життя на території їхньої відповідальності. Також - як зрозуміти без підтасовок фактів, що є сучасна Майданна політика, як вона має функціонувати, хто має брати відповідальність за динамічність в їхніх діях та публічність представлення, за якими механізмами громада має можливість контролювати владу місцеву та центральну.

Бажаний результат - фігури у формі шахів з бетону чи штучного каменю, на яких будуть проростати у спеціальних формах мохи чи кам'яна роза. На пішаках можна буде сидіти, а білий ряд буде виставлений пішаками назад - фігурами вперед (функції-відповідальність).

Концепт буде вписаний в QR - код, що буде набитий через трафарет (QR-код буде наповнюватися місцевими сенсами та контентом креативних підходів до території). Також передбачена алея "Зірок Стрия", перший відбиток руки залишає чемпіонка світу з шахів - стриянка Марія Музичук. Далі через модерацію в соціальній мережі, що здійснює ГО з цієї території, відбувається наповнення відбитків алеї та приклади проектного менеджменту, що мають бути здійснені задля капіталізації території. Контентна інсталяція відкриває горизонт можливостей виведення середовища життя її в публічність на рівні області, країни, світу.

Слід зазначити, що в Україні проблема саме у функціональному моделюванні організаційних процедур до потреб динаміки життя, що залежить від існуючих стилістик та процедур виконання. Запропонований підхід абсолютно змінює управлінську стилістику території через тотальну публічність та предметність у справах. Тому що коли дії відсутні або приховуються бюрократичними процедурами, це показує, що функціонал імітаційний. Імітації – це технологічні лінії еліт, а в Майданних цінностях еліти відсутні, що доводить однорідність позиції з технологічною лінією у режимі четвертої промислової революції (тема 3D принтерів).

Новий економічний уклад – четверта промислова революція є також і новим культурним викликом для світу. Світ, в якому панує тотальний страх чи світ, в якому мирною запорукою щасливого життя буде режим творчості, де культура цінностей стає капіталом найвищого пріоритету. Розглянемо моделі перетворення культурних дискурсів 20-го століття.

Культура як мистецтво чи культура як спосіб життя. Друга світова війна розкрила потужні горизонти культурної пропаганди і після її завершення постало питання: як культура стала зброєю?

Що призвело до збільшення фінансування культурної діяльності? Причин більш ніж достатньо, але факт залишається фактом - це сприяло потужному зростанню культурного сектора за кількістю працівників, числом відвідувачів, розмаїттям форм творчості й видів художнього вираження, економічною вагою і рівнем громадського інтересу. Таке розширення участі держави в підтримці мистецтва утримувалось до 1960-х років.

Культурна демократія чи демократизація культури

У 1960-х – протягом 1970-х рр. ці підходи зазнали нещадної критики. Аргумент: надання доступу до заздалегідь визначеного асортименту культурних цінностей, форм та продуктів суперечить принципам демократії. Нав'язування елітарних культурних цінностей та ігнорування багатьох інших культурних форм і традицій.

Культура як самодостатня цінність чи культура як розвиток

У 1980-1990 роки з'являється концепція культури як розвитку. Цей виток ускладнив питання культури і демократії. Протягом 1980-х рр. політики, митці й громадські діячі почали звертати дедалі більшу увагу на вплив культурних інвестицій. Важливість культури для соціально-економічної життєздатності країн та сталого розвитку громад було визнано в програмних публікаціях ЮНЕСКО ("Наше творче різноманіття", 1996 р.) та Ради Європи ("З периферійності - в центр уваги", 1997 р.).

Культура як безпековий сервіс

Головним механізмом культурного розвитку середовищ життя є щоденні інформаційні динаміки на місцевому рівні. Від рівня креативності контентно-комунікаційної складової залежить медійний резонанс кожного окремо взятого середовища життя. Такий резонанс генерують культурні платформи, що в новій моделі Майданної управлінської стилістики мають найвищий пріоритет важливості.

Креативні індустрії та творчі люди, що задіяні в процесах творення інформаційних динамік, капіталізуються за рахунок перетворення історично-ментального коду території через призму свого креативного моделювання динамік. В сукупності ці розрізнені, а тому й менш помітні зусилля, дають набагато більше, ніж один всесвітньо відомий музей, що на даний час є вже приви́дом минувшини і тривалий час не генерує динамічних інформаційних потоків.

Культурна платформа на території дбає, передусім, про інтереси місцевої громади, а не іноземних туристів. Виважена культурна політика мусить поєднувати ці протилежні підходи, а не підтримувати один за рахунок іншого. Тим не менш, вірним буде твердження, що суспільство процвітатиме, якщо забезпечить реальний місцевий культурний розвиток.

Наявність креативних центрів творення комунікаційно-контентного дизайну середовища життя, що реалізується через спільну творчість Гідної громади, - це і є режим Майданного партнерства, в якому творчість розкривається через механізми мрій, що з дитинства існує в генному коді громади. Люди, що говорять про мрії в ритмі свого середовища життя, не підпадають під режим тотального страху, а навпаки, починають довіряти один одному.

В центрі запропонованої моделі стоїть людина, а ноосферою її існування є середовища щасливого життя. Робочий вигляд запропонованої моделі: унікальність геопозиціонування + історичний код - креативні індустрії -

середовища життя щасливих людей – модель Патріот - Гідність-Партнерство-Довіра – місія Майданного лобізму. Мудрість – Творчість - Добробут – модель А. Шептицького. Поєднання ціннісних динамік утворює механізми реалізації нових форм соціального устрою, де унікальність території – це сукупність історичних і географічних досвідів, які мотивують до гідного життя громади. Це перше поєднання динамік. За сучасних динамік процес творчості стає ефективним в горизонті партнерства, який набуває капіталізації через формати проектного менеджменту в креативних індустріях та креативних репрезентаціях, які завжди виявляють нові форми, акценти, бачення. Це друге поєднання динамік.

В середовищах життя (в ідеалі щасливих людей) довіра перетворюється в добробут (в масштабі глобальної безпеки, як головної умови творчості) та стає інвестиційним мотиватором.

Золотухін Д.Ю.,

радник міністра інформаційної політики, Директор Інституту постінформаційного суспільства (м. Київ)

ИНФОВОЙНЫ В СОВРЕМЕННОМ КОНТЕКСТЕ

Активное начало 2016 г. информационного года показывает, кто и насколько эффективно работает с информационным пространством. В ответ на захват вооруженными фермерами административных зданий в штате Орегон, граждане США получают видео президента, который, оплакивая жертв уличной стрельбы скупой мужской слезой, призывает ограничить оборот частного оружия в США.

В это самое время, управляемое невидимой рукой, «народное творчество» запускает в соцсетях флешмоб под хэштегом #BundyEroticFanFic (по имени лидера ополченцев Аммона Банди). Участники флешмоба соревнуются друг с другом в сочинении коротких отрывков гомоэротического содержания, подражая бульварным романам. Отчасти эти отрывки формируют аллюзию на фильм «Горбатая гора», героями которого также были «фермеры с оружием» (ковбои).

Твиты с хэштегом #BundyEroticFanFic представляют собой примерно следующий текст: «*Ты взял с собой презервативы?*» – *тихо прошептал Джед. «Не волнуйся, мы надежно защищены 1-й и 2-й поправками к Конституции» - ответил Аммон.*

Цель этого праздника юмора довольно прозрачна – для того, чтобы не допустить героизации «борцов с режимом», которые, практически, олицетворяют собой настоящих американцев, их деятельность нужно было превратить в фарс. И гомоэротические аллегории с этим как нельзя лучше справляются.

Российские спецслужбы провели успешную новогоднюю спецоперацию в городах Европы, создав основания для глубокого и продолжительного кризиса, который может даже привести к выходу отдельных стран из ЕС. Президент Института Горшенина Вадим Омельченко назвал события новогодней ночи в немецком Кёльне и других европейских городах – флэшмобом. Я полностью разделяю его обоснованные подозрения в том, что беспорядки с участием беженцев были организованы третьей стороной.

О некой «третьей стороне» говорят уже не первый месяц. По сообщению шведского издания, глава центра STRATCOM NATO в Риге Янис Сартс уже говорил о попытках расшатать ситуацию с беженцами в Европе путем разжигания ксенофобских настроений. Называть эту «третью сторону», пока, не решаются, но всем и так понятно – кто это.

Украина задорно ответила массовыми призывами (в которых приняли участие даже народные депутаты) «*бойкотировать продукцию Coca-Cola*», а хэштег #BanCocaCola был выведен в тренды украинского твиттера. Хочется сказать «*яка країна – такі й інфовійни*», но на самом деле – это не более, чем проявление инфантилизма. Желание возложить ответственность на кого-то кроме себя.

В данном случае надо было воевать с «мировым злом» в виде транснациональной компании, которая перед всеми извинилась без потери короны с головы или снижения общемировых продаж хоть на йоту. Некоторые даже уже повесили себе медальки за такую победу.

За последние два года никто из экспертов так и не сказал «*как должна выглядеть победа в информационной войне?*» Не говоря уже о форме победы в войне гибридной. Все привычно связывают их с победой в реальности.

То есть - это «*изгнание российских и пророссийских сил с территории Украины*» или даже «*разрушение России как государства, поскольку его существование всегда будет нести угрозу для Украины*». И если последний тезис уже пытаются описать и даже разрабатывают модели экономических последствий распада РФ, то для информационной составляющей ответов нет. Поэтому и отличать «зраду» от «перемоги» получается не всегда.

По всей видимости, Кремль является примером удержания стабильного контроля над инфопространством своей страны, хотя данным ВЦИОМ, которые об этом говорят, уже никто не верит. Этот контроль также распространяется на территорию районов Донецкой и Луганской области, Крым и частично Харьков. Можно говорить о Сербии и Сирии, где у Кремля прочные политические позиции. Однако основной причиной этого контроля является полное и, практически, безальтернативное доминирование на каналах донесения сообщений до населения.

Является ли такое доминирование условием для победы в информационной войне, или в мире есть другой опыт?

Конечно, есть. В начале года центр STRATCOM NATO в Риге выпустил свой очередной отчет с описанием структуры и форм инфовойны, которую

ведет ДАИШ (Исламское государство). Не секрет, что ДАИШ выпускает свою печатную продукцию и очень активно использует социальные сети. Однако очевидно, что о его «доминировании» в информационном пространстве (как у Кремля) говорить нельзя. И, тем не менее, большое количество исламских организаций во всем мире поддерживают ДАИШ.

На мой взгляд, причиной этого является очень простой и сильный нарратив (*термин популярен среди западных специалистов по коммуникации, то же, что и – «национальная идея»*). Нарративом ДАИШ является создание всемирного исламского халифата и победа в «финальной битве» ислама против всех неверных западного мира, после которой каждый правоверный мусульманин получит своих девственниц на небе.

Значит, не нужно контролировать все инфополе вокруг человека, чтобы управлять его сознанием? Вместо этого необходимо иметь две-три мощных идеи (мема), которые будут восприняты целевой аудиторией как свои и заполнят собой все ее сознание. Кстати, сам термин «меметическое оружие» стал применяться в последние годы именно российскими специалистами.

Таким образом, победить в инфовойне можно либо за счет контроля над каналами донесения информации, либо за счет доминирования в смысловом поле, продвигая идею, которая воспринимается потребителями информации как своя. Высшим пилотажем является выполнение обоих условий. И, тем не менее, это не дает ответа на вопрос *«по каким признакам можно определить победу в инфовойне?»*.

Количественные показатели успехов информационного противостояния успешно используются в бизнес-среде. Компании, которые следят за своей репутацией, ведут постоянные измерения позитивных, негативных и нейтральных отзывов о своих брендах с помощью мониторинга, доводя эти методики до совершенства.

Так, компания имеет замеры количественных показателей лояльности потребителей до инфоатаки, следит за их изменениями во время атаки, и может оценить репутационные и финансовые потери после завершения информационного противостояния.

В начале 2015 года Киевский международный институт социологии (КМИС), по заказу ГО «Телекритика», провел исследование и определил индекс результативности российской пропаганды (ИРРП) в Украине, который составил 26 баллов из 100 возможных.

ИРРП показывает: насколько верования в основные тезисы российской пропаганды распространены среди граждан Украины? Например, вера в то, что *Майдан был организован американцами вместе с праворадикальными националистами, в результате чего к власти пришли националисты, угрожающие русскоязычному населению Украины (в частности Крыма и Востока Украины), которые и развязали гражданскую войну*.

Исследование КМИС, в ходе которого было опрошено 2013 украинцев в 108 населенных пунктах, показало, что большой разницы в суждениях между

различными социальными группами не наблюдается. Хотя люди за 70 лет показали наиболее высокий индекс ИРРП. Однако достаточно серьезные различия опрос продемонстрировал между регионами Украины.



Как оказалось, индекс ИРРП среди населения районов Донецкой области в четыре раза выше (48 баллов), чем у представителей западного региона (12 баллов). Именно этот факт и наталкивает на мысль, что ИРРП напрямую зависит от контроля над каналами донесения информации, поскольку в Украине ИРРП выше там, куда добивает российское телевидение. Но, все не так просто...

В своем пресс-релизе эксперты КМИС специально указали, что индекс ИРРП может быть использован для измерения динамики процессов в информационном поле, однако данное исследование является первичным и динамику показать не может. Между тем, индекс дает полезную информацию только при измерении динамики информполя и поведения в нем целевой аудитории.

Во-первых, не известно, что же именно измеряет индекс: силу проявлений традиций совка, укоренившихся в жизни Луганской, Донецкой и Харьковской областей; либо же эффект вещания российских медиа; либо работу пророссийских организаций, спонсируемых Кремлем?

Во-вторых, если речь идет о высокой результативности российских медиа, то не понятно, какой период этой деятельности имеется в виду (с 1991 года до наших дней, либо с начала Майдана до начала наступления российских войск на Крым и Донбасс)?

Как понять - респондент изначально любил Путина и не любил Украину, либо же он перестал любить Украину и стал считать украинскую власть хунтой после того, как посмотрел российское телевидение?

Таким образом, исследование КМИС не дает понимания причин и формы «победы» Кремля в инфовойне. И только разница в показателях Востока и Запада может наталкивать на некие утверждения.

ИРРП говорит о том, что Кремль побеждает за счет контроля над средствами донесения информации и ресурсов, которые он в них вкладывает. Так, крымчане на протяжении всех лет независимости Украины смотрели только российские телеканалы, а на территории Харькова и до сих пор отлично принимается «пропагандистский сигнал».

Конечно, мы не можем говорить о том, что жители западных и восточных областей находились изначально в одинаковом статусе, а изменения в их восприятии были результатом телевещания. Однако остается два главных вопроса:

1. Насколько результативным может оказаться доминирование Украины на каналах донесения информации, если даже у нас хватит ресурсов и возможностей, чтобы обеспечить украинское телевещание и управление интернетом на указанных территориях?

2. Кто будет обеспечивать это доминирование и формировать месседжи, транслируемые по каналам, контролируемым украинской стороной?

Особенно эти вопросы актуальны, когда «Интер» в новогоднюю ночь транслирует концерт российских артистов, «1+1» в день катастрофы российского Airbus топ-новостью комментирует арест Геннадия Корбана, а «5-й канал» вещает для пророссийски настроенных телезрителей Востока «*Україна понад усе*». Кто будет обеспечивать и контролировать украинский сигнал во время разгосударствления медиа и резкой критики в сторону любых действий госорганов в этом направлении?

Медиакритики советуют обратиться к «западному опыту» (которого, по моему мнению, в контексте инфовойн не существует). Однако даже имеющийся «западный опыт» достаточно резко противоречит нашим медиакритикам. Например, опыт Польши, которая, вскоре будет негласным лидером ЕС по противодействию российской пропаганде, а по прогнозам Stratfor станет и самой влиятельной силой в ЕС в ближайшие 10 лет.

Проект «*Доктрины информационной безопасности Польши*» оказался на порядок «жестче», чем проект «*Концепции информационной безопасности Украины*» (далее – «*Концепция*»). Однако, представители ОБСЕ раскритиковали именно украинский документ, после чего он во многом был откорректирован.

7 января 2016 года президент Польши Анджей Дуда подписал закон, согласно которому министр госимущества Польши получил право своим решением назначать глав государственных телекомпаний, которые ранее

назначались конституционным органом – *Национальным советом телерадиовещания*.

В ответ на «*deer concern*» и «*butt hurt*» со стороны чиновников Евросоюза об угрозе свободе слова в Польше, представители правящей польской партии «Право и справедливость» (ПиС) дипломатично предложили европейцам «*не лезть не в свое дело*».

По имеющейся информации, также планируется создание некоего совета, призванного «*следить за соблюдением национальных интересов страны польскими СМИ*». Эти «интересы», конечно же, должны будут совпадать с тем, как их видят депутаты ПиС. В то же время, по мнению экспертов, в этом нет ничего ужасного, коль скоро польские избиратели сами обеспечили ПиС большинство и поддержку таких полномочий. Тем не менее, это не говорит о том, что Украина должна перенимать «такой» западный опыт работы с информационным пространством.

Особенно, учитывая то, что одним из вице-президентов Польского Радио стал Марчин Паляде, глава Польской Исследовательской Группы и публицист пропутинской *Gazety Warszawskiej*, который сравнивает свои взгляды на украинский вопрос со взглядами Александра Дугина.

В результате за все время российской агрессии, которое требовало от нас определиться с ролью государства, как субъекта, который будет доминировать на каналах доставки информации, мы так и не смогли это сделать. И вряд ли уже сможем, ибо по причине противоречия самой сути украинского стремления к свободе этот путь нам не подходит. Хотя каждая третья фейсбук-дискуссия о проблемах в информационной среде заканчивается словами «*а где же государство?*»

Опыт ДАИШ говорит, что альтернативой доминированию на каналах донесения информации, является доминирование в смысловом поле своей целевой аудитории. Эксперты по стратегическим коммуникациям НАТО называют это «нарративом» (или мастер-нарративом). Для участников 25-летних игр патриотов в Украине – это «национальная идея». Георгий Почепцов, один из разработчиков проекта Концепции, предложил термин «стратегический контент».

А вот английский ученый Ричард Доукинз еще в 1976 году предложил называть *компактно упакованные множественными смыслами информационно-культурные единицы контента - мемами*. Мемы – это единицы контента, которые с высокой скоростью и мизерными затратами ресурсов переносят масштабные и имеющие влияние информационные меседжи. По сути, украинское общество, не дожидаясь какого-либо участия государства в информационной войне, само рефлексивно и абсолютно естественно стало создавать и использовать эти инструменты в ходе противостояния с российской информационной агрессией.

Я уверен, что история и механика использования таких мемов как «*вежливые люди*», «*гейропа*», «*фашисты-каратели-бандеровцы*», «*киборги*»,

«укроп» будет еще долго и глубоко исследоваться. Но, на мой взгляд, именно это является единственным действенным и эффективным оружием в информационной войне.

В процессе работы над Концепцией информационной безопасности, я говорил с различными экспертами. Те, кто не имел прямого отношения к медиамыру, повторяли одно и то же: «*В Концепции не хватает понимания, что такое Украина и куда она идет*». И это самый ощутимый недостаток данного документа, а отнюдь не вопросы потенциальных возможностей ограничения свободы слова.

Единственное, что может обеспечить безопасность страны (и в первую очередь в информационном плане) – это не специально уполномоченные госорганы, определенные законом, а ответ на вопрос: «*По какой причине я должен защищать Украину, и даже ценой своей жизни?*». Только в том случае, когда каждый украинец будет знать точный, близкий именно ему, простой и доступный ответ - Украина имеет шанс на победу (в том числе в инфопространстве).

Кто будет формулировать и доносить этот ответ? Кто в Украине может нести ответственность за *стратегический контент* (нарратив, национальную идею, боевые мемы)?

В Польше эту обязанность на себя взяла правящая партия. В Украине такой подход невозможен по определению. Результаты голосования за парламентские партии не сопровождаются достаточным уровнем народного доверия. Ни один из государственных или аффилированных с государством субъектов не может выступать в роли носителя национальных идей.

В тоже время, негосударственные субъекты (платформа общественных организаций, «собрание старейшин» или группа интеллектуалов) также не могут быть наделены достаточным объемом авторитета и полномочий для того, чтобы разрабатывать и определять те нарративы и идеи, которые могли бы быть восприняты всеми украинцами. Хотя такая работа уже ведется. Прекрасным примером является проект «Новая мифология Украины».

Мемы, которые получили широкое распространение в украинской аудитории и сыграли важную роль в защите украинского информационного пространства от российской агрессии. Но их появление может быть исключительно естественным. Даже в том случае, когда они «прививаются», как мемы «фашисты» или #BundyEroticFanFic, признаков манипулятивного с чьей-либо стороны влияния быть не должно.

На данный момент реальную силу и ресурсы для продуцирования и внедрения таких мемов в украинское и мировое информационное пространство имеют только медиа. По Дацюку, их сила заключается в возможности создавать доминирующий дискурс и превращать его в тренд, диктующий повестку дня, актуальность событий и персон. В связи с тем, что государство не может контролировать этот процесс, как не может контролировать и сами медиа,

единственной возможностью использовать силу медиа в инфовойне остается – манипулятивный подход.

Что же касается самих украинских медиа, то они не способны вести эту деятельность самостоятельно по ряду причин. В первую очередь, это отсутствие надлежащего профессионализма. Подчиненность политическим интересам медиа-владельцев стоит уже на втором месте. Например, мне почему-то кажется, что демарш «Интера» с российскими артистами в новогоднюю ночь был скорее следствием тупости редакторов, которые планировали эфир, чем политической позицией Левочкина, находящегося в этот момент на Мальдивах.

Таким образом, на данный момент, видимых предпосылок к победе в инфовойне и даже потенциальных средств достичь этого результата, в Украине не усматривается. Из этого можно сделать только один вывод – чтобы победить в таких условиях, необходимо прекратить воевать.

Романюк В. С.,

кандидат культурології, доцент Українського католицького університету, керівник Магістерської програми з медіакомунікацій, заступник головного редактора StopFake.org (м. Львів)

ДИСКРЕДИТАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ АРМІЇ ЯК НАРАТИВ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ

Під час активних заходів у межах російської окупації Криму та війни України в Донбасі інформаційні маніпуляції та фейки стали важливою частиною стратегії, яка втілювалася Росією з метою реалізації військових та дипломатичних дій.

Український дослідник проблем інформаційних впливів Євген Федченко у своїй статті «Кремлівська пропаганда: радянські активні заходи в інший спосіб», яка була опублікована в журналі Національного коледжу оборони Естонії (*ENDC*), пише про те, що інформаційна війна як частина гібридної війни надзвичайно ефективна, адже має глобальний вплив. Саме тому все більше і більше країн знаходять сліди активних російських заходів на своїх територіях.

На початку 2016 року науковці Фінського Інституту міжнародних відносин представили дослідження «Туман брехні. Російська стратегія брехні і конфлікт в Україні», у якому аналізується тотальна стратегія дезінформації. У цій роботі наводяться цікаві факти про те, як напередодні сторічної річниці Жовтневої революції, Рада Безпеки Росії доручила провести дослідження як запобігти появі «романтичного революційного» стереотипу та сформувати керований натовп в Росії. Цей проект мав вивчити можливості Росії щодо ефективного використання «м'якої сили» з метою захисту своїх національних інтересів.

Фінські дослідники говорять, що цей проект слід розглядати як тенденцію, адже ще в 2000 році доктрина інформаційної безпеки містила чіткі параметри того, як російська держава має досягти «інформаційної переваги» у сфері національної безпеки. В стратегії 2009 року «націоналізм, сепаратизм, радикальну релігію та іншу агітацію» було визначено небезпечними для російської держави. Нова версія стратегії, прийнятої в кінці 2015 року, має більш чіткі формулювання щодо цих загроз та регламентує захист від них як збереження російських духовних та історичних цінностей.

Тенденції інформаційної політики Росії стосуються не лише сфери внутрішньої політики. Наслідки від впровадження агресивних інформаційних дій протягом останніх років відчула на собі Україна.

На початку 2016 року фахівцями фактчекінгового проекту StopFake.org було зібрано та проаналізовано близько 1000 матеріалів російських пропагандистських видань за 2014 – 2016 роки. В межах цього аналізу особлива увага приділялася ключовим повідомленням (нарративам), які надсилалися російською владою аудиторіям (російській, українській, західній).

У результаті дослідження було запропоновано тематичну типологію, що складається з ключових пропагандистських тем, котрі будували уявлення та формували прихильників (серед російської та української аудиторії) під час приєднання Криму, після початку війни на Донбасі, під час розслідування катастрофи «Боїнга» малайзійських авіаліній під Донецьком тощо.

Серед основних тем в цій типології варто виділити наступні:

- «Україна що не відбулася (failed state)»,
- «Незаконне захоплення влади в Україні» (2014 р.),
- «Україна – фашистська держава» (2014-2015 рр.),
- «Росія не є окупантом, а захищає “своїх”»,
- «Переселенці та біженці в Росію» (2014-2015рр),
- «Територіальний розпад України та «територіальні претензії» сусідніх країн» (2015 - 2016 рр.),
- «Занепад світової підтримки України» (2015 р.),
- «Провальні рішення українського уряду» (2015-2016 рр.).

У рамках даної статті звернемо увагу на блок пропагандистських тем, який пов'язаний з дискредитацією української армії.

Від початку російсько-українського конфлікту в пропагандистських медіа інтенсивно розповсюджувалася інформація, яка тим чи іншим чином була пов'язана з дискредитацією української армії та містила коди і повідомлення, що формували недовіру у населення до армії, сприяли зниженню бойового духу, створювали конфліктність у ставленні до подій та рішень військового керівництва – все це передбачало послаблення ефективності військових кампаній з української сторони.

У процесі аналізу нарративів, які трансливалися в російських медіа, була виявлена еволюція такої тематики. З одного боку це спричинено політичними подіями, з іншого – саме така нарративна трансформація демонструє тенденції в

намірах російських пропагандистських медіа та їхній зв'язок з політичними стратегіями Росії. Розглянемо деякі з цих тем:

«Слабкість, непрофесійність української армії»

З перших днів військового протистояння з боку російських терористів, активні напади на українську армію розпочалися і в кремлівських медіа.

Тема *«слабої та непрофесійної української армії»* інтенсивно просувалася в таких пропагандистських медіа як «Росія 24», «РТ», «LifeNews», «Ізвестія» «Звезда». Наведемо один з прикладів маніпулятивних повідомлень, які належать до такої тематики.

4 серпня 2014 року російські ЗМІ повідомили про те, що українські солдати і прикордонники, які перемістилися на територію Російської Федерації після бою з сепаратистами біля Червонопартизанська на Луганщині, нібито склали зброю, дезертирували з української армії і попросили в Росії притулку.

Насправді українські військові не дезертирували і не виявляли бажання залишитися на території Росії. Вони дійсно перейшли кордон між Україною і Росією. Але причиною стало не дезертирство, а відступ в ході військових дій. Українські військові виявилися взяті в кільце, внаслідок чого протягом тривалого часу не могли отримувати продовольство і підкріплення. Всі спроби домовитися з сепаратистами і прорватися на територію України не мали успіху. Українські військові були змушені звернутися за допомогою до місії спостерігачів ОБСЄ. Підтвердженням цього факту став звіт місії ОБСЄ, а також свідчення українських та закордонних журналістів. У своїх повідомленнях російські пропагандистські медіа не використовували офіційну інформацію, маніпулятивно та однобоко представили факти, пославшись лише на виступ міністра закордонних справ Росії Сергія Лаврова та застосували такі формулювання:

«Вони взяли на себе зобов'язання і при Януковичу, і після того як скинули його шляхом збройного перевороту, на міжнародній арені почати рівноправний діалог з усіма регіонами» (фрагмент виступу Сергія Лаврова).

«Українські солдати, що захищають київський режим, все частіше складають зброю, не бажаючи брати участь у братовбивчій війні».

«Українські солдати охоче тікають на територію РФ і згодом без проблем повертаються на батьківщину» («Російська Газета» <http://rg.ru/2014/08/28/reg-ufo/pereschli.html>).

«Масові переходи говорять про те, що армія розпадається і все менше солдат хоче захищати олігархів» («Ізвестія», <http://izvestia.ru/news/574816>).

Головна ідея цього матеріалу не лише розказати про факти дезертирства, а представити українську армію на противагу російській – слабкою та некерованою. Ключовий акцент в цьому повідомленні робився на тому, що саме російські військові щиро та благородно поставилися до нібито біглих українських солдат. Так телеканал Lifenews наводить цитату одного з військових: *«Тут нас вимили, дали новий одяг. Ми дуже вдячні».*

«За словами українських військовослужбовців, до моменту переходу кордону їм розповідали, що на суміжній території знаходиться "країна-агресор", котрий веде проти них бойові дії. Тепер же вони переконалися в зворотному». («Весті.ру»).

На прикладі цієї новини добре простежується, як російська пропаганда будувала дестабілізаційні та деструктивні коди щодо формування ставлення до українських військових: «збройний переворот», «київський режим», «хунта», «дезертирство» та чітко окреслені героїчні акценти відносно до Росії – «Росія допомагає братнім народам», «Росія не веде війни», «російська армія благородна та миротворча».

Таким чином, російська пропаганда не просто викривлює змісти, штучно формуючи певні міфи та уявлення, а й здійснює ціннісну та етичну інверсію, коли злочинець зображується жертвою, а жертва обвинувачується у скоєнні злочину. Цей факт зазначають і автори вищезгаданого дослідження з Фінського Інституту міжнародних відносин.

Наведене повідомлення опублікували: «1 канал», «Весті.ру», «Ізвестія», «Росія 24», «РТ», «LifeNews», «Нова Газета», «Телеканал Звезда», «Російська Газета». Для розповсюдження новини були задіяні всі ключові медіаканали: телебачення, онлайн-видання, були активно використані соціальні мережі.

Ще одна тема, яка інтенсивно розповсюджувалася російською пропагандою, *«Славилля української армії»*.

У рамках цієї тематики російською пропагандою була створена величезна кількість шокуючих та абсурдних фейкових повідомлень, в яких розповідалося про масові безчинства українських військових. Згадаємо відомий приклад пропагандистського відеоповідомлення про нібито звірства українських військових в селі Степанівка Шахтерського району Донецької області. 2 листопада 2014 року в ефірі російського «Першого каналу» трансливалося відео, в якому розповідалося про військові дії в цьому селі. В сюжеті самопроголошений «голова сільської громади» Віктор Бікодоров розповідає про те, як в село нібито увійшли українські війська і зігнали всіх жителів в одному місці. На питання місцевих мешканців: «за що ви воюєте на нашій землі», прозвучала відповідь: «Нам пообіцяли клаптик землі і два раба». Відео є яскравим прикладом абсурдної та відвертої маніпуляції російських пропагандистів. В матеріалі відсутні будь-які докази та офіційні підтвердження цих слів. Відеоряд складався з динамічної нарізки кадрів, які складалися з синтезу епізодів, відзнятих в селі Степанівка в 2014 році та документальною хронікою жахів часів Другої світової війни. Українську армію автори матеріалу називають «карателями», а використання відеоряду звірств німецько-фашистських загарбників, слугувало маніпулятивною аналогією між цими подіями. Журналісти «Першого каналу» бездоказово асоціюють українців з фашистами, створюючи у телеглядачів негативне ставлення до них. Разом з тим автори замовчують той факт, що саме сепаратисти знищили селище під час обстрілів. В основу численних брехливих

повідомлень про те, що ніби «карателі били солдатських матерів», «знищували дитячі садочки», «вбивали священників», «розстрілювали мирні села» лягали емоційні сюжети, які будувалися за відсутності логіки, аргументів та доказів, мали психологічні впливи на аудиторію, залякуючи та формуючи крайнє негативне ставлення до українських військових та України в цілому.

«Війну в Україні проводить США (НАТО)»

Намагаючись сформувати негативний образ українських військових як ворогів і безжальних нападників та водночас непрофесійних, російська пропаганда намагається поєднувати їх з наративом «ключового ворога Заходу», який веде глобальну геополітичну війну проти Росії, а Україна в цій боротьбі є лише полем бойових дій. В цьому контексті образ української армії отримує нові змістові складові. За численними повідомленнями, які були опубліковані в російських медіа, саме Захід, США та НАТО ведуть в Україні війну. Серед таких повідомлень: «На стороні України воюють найманці з США», «В українській армії воюють афроамериканці», «На стороні України воює польська приватна компанія ASBS Othago», «П'яні американські солдати спричинили бійку в Маріуполі».

Ще однією яскравою темою, яка увібрала в себе спектр дій російської пропаганди щодо дискримінації української армії, стала тема *«Boeing MH17»*. Численні медіаматеріали, в яких обвинувачується українська армія, говорилося про те, що західні країни визнали винною українську сторону, вигадували висновки слідчих комісій.

«Україна все хотіла збити, нарешті російський літак-шпигун і нарешті збила об'єкт, який виявився літаком, котрий просто не знав, що тут безпальотна зона оголошена Україною» – цитата Пургина в матеріалі РІА Новості.

«Ймовірною метою української ракети, що потрапила в літак Boeing 777 компанії Malaysia Airlines, міг бути літак президента Росії, повідомляє джерело в Росавіації. Борт «номер один» поблизу Варшави перетнувся з малайзійським лайнером в одній точці і на одному ешелоні» - цитата з матеріалу RT.

Однак у випадку з темою *«Boeing MH17»* головною метою російських медіа було не створити уявлення про винного, адже про непричетність української сторони до цього злочину говорило більшість фактів та доказів, а скоріше створити ефект «інформаційного шуму», коли через численні інформаційні повідомлення про цю подію аудиторія повністю перестає аналізувати ситуацію та сприймає ту позицію, яка транслюється більшістю медіа.

«Наративний синтез тем “Україна-Туреччина-Сирія”»

Наприкінці 2015 року пропагандистська тематика в контексті України змінюється та набирає нових змістів. Стає очевидним геополітичний розмах Росії та універсальність методів пропаганди, які тепер вона застосовує стосовно різних країн – Сирії, Туреччини, Німеччини тощо. Цікавої трансформації

набуло висвітлення тем, які пов'язані з українською армією. Згадаємо приклад сюжетів «Туркобандерівці: на Україні воюють джихадисти» (телеканал Росія 24) або «Батальйон «Азов» готовий разом з Туреччиною воювати проти Росії в Сирії» (RT), «За сирійських терористів воюють українці» (nbnews.com.ua). В цьому випадку російські медіа створюють синтетичний образ ворога, який нібито вбирає всі основні загрози для Росії.

Таким чином, дискредитація української армії є одним з ключових завдань російської пропаганди, яке здійснювалося шляхом інтенсивної трансляції визначених наративів в медіа з метою зниження довіри до української армії з боку цивільного населення, зниження бойового духу українських воїнів, зриву мобілізації та припинення підтримки від західних країн та українського населення.

Полковник Сегеда С.П.,

д.і.н., доцент, начальник науково-дослідного центру воєнної історії НУОУ (м. Київ)

ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ І ПРОПАГАНДИ У ГІБРИДНІЙ ВІЙНІ: ІСТОРИЧНИЙ РАКУРС

Часто можна почути твердження, що ми програємо інформаційну війну, що Росія активно використовує ефективні колись методи і прийоми пропаганди, які і нині дають стійкий результат.. А які кроки варто зробити насамперед, щоб стався перелом у цій війні на нашу користь?

Сьогодні в українському війську діє чотири органи, що відповідають за інформаційно-пропагандистське забезпечення, які за останні роки декілька разів змінювали свої назви, проте відчутних змін у їхньому впливі на ситуацію, що склалася, не спостерігалось.

У нашому війську існує власний вдалий історичний досвід, який варто застосувати, з урахуванням сучасних реалій. У часи національно-визвольних подій 1917-1921 рр., коли українське військо проходило стадію становлення і загартування в боях, інформаційно-пропагандистське забезпечення армії також потребувало пошуку й відточення їх відповідних методів. Широке охоплення пресою, протидія ворожій пропаганді, виховна робота через пресу та культурно-освітні заходи для вояків – ось мінімальний набір способів впливу на свідомість захисника незалежності України.

В центральній газеті Армії УНР «Українська ставка» в рубриці «Офіційний відділ» опубліковано документ від 30 грудня 1918 року, підписаний Головою Директорії п. Винниченком, членами Директорії пп. Макаренком, Швецем, Петлюрою. Цей документ розкриває структуру інформаційно-пропагандистського забезпечення у веденні боротьби проти зовнішнього ворога: «Директорія Української Народної Республіки вирішує покликати до життя управління преси та інформації. Завдання цього управління

являється освідомляти широкі народні маси на Україні про самостійні державні інтереси Української Народної Республіки, а також захищати ці інтереси перед громадською думкою за кордоном».

До складу управління увійшли: 1) Українське телеграфне агентство у тісній співпраці з управлінням радіо, міністерством пошти і телеграфів та військовим міністерством. 2) Бюро преси (Державний вістник, відділ внутрішньої преси, відділ закордонної преси). 3) Центральне Інформаційне бюро з усіма відділами. 4) Інформаційне бюро армії. 5) Державна друкарня. 6) Центральне управління по справах друку, що підтримує зв'язки з усіма об'єктами, які пов'язані з пресою і пропагандою. Керуючий управлінням преси та інформації користувався правами міністра і мав вирішальний голос в кабінеті міністрів в тих справах, які стосувалися його відомства.

Інформаційне бюро Армії УНР діяло у військовому середовищі, однак ставило завданням не тільки керувати справами преси, а й вело культурно-просвітницьку роботу з підготовки пропагандистів для військ, займалося розсиланням літератури по Україні тощо. Подібний орган (Пресова Квартира) існував при начальній команді УГА.

Інформаційне Бюро Армії УНР мало філії у військових об'єднаннях Армії УНР, які воно засновувало. Траплялися командири, які не бачили потреби в інформаційно-пропагандистській діяльності, що, однак присікалося з боку керівництва війська. Так у газеті «Новини» у замітці «Всім начальникам військових частин» сказано: «Бувший командир Сірої Дивізії Палій видав наказ, в якому зазначено: «Позаяк Сіра Дивізія в повнім складі уявляє з себе частину цілком свідому і в національному відношенні певну, лічу існування інформаційного бюро при дорученій мені дивізії зайвим, а тому скасовано його з 16-го цього березня. Старшин і козаків бюро повернути до попередніх частин».

У зв'язку з цим оповіщається, «що право заснування і скасування Інформаційного Бюро Армії при всяких частинах належить тільки головному Інформаційному Бюро Армії. Ні полкові, ні дивізійні, ні корпусні командири, ні закладати, ні скасовувати філії Інформаційного Бюро Армії при своїх частинах права не мають». Цим було покладено край самоуправству деяких командирів.

Головне інформаційне Бюро підтримувало тісні зв'язки з інформаційними бюро у військах, державними установами, спілками, співпрацювало з ними у справі поповнення інформації, про що свідчить опубліковане оголошення в газеті «Українська Ставка»: «Всі існуючі зараз філії Інформаційного бюро Армії УНР, всі повіткоменданти й комісари, всі народні управи, просвіти, кооперативи, інструктори позашкільної освіти і вчительські та робітничі спілки повинні не забувати присилати кожного разу до Інформаційного відділу Інформ. Бюро Армії УНР відомості про повіт, місто, село, де ви перебуваєте. Наша українська армія потребує знати якнайкраще про стан свого краю».

Військові ЗМІ виконували важливу виховну роль не тільки серед вояків, але й серед цивільного населення. Про це стверджують публікації в газеті УГА

«Стрілець», з якого пропагандисти брали матеріал для роботи з цивільним населенням.

Українське військо розглядалося як передовий загін, перед яким стоїть завдання не тільки захистити цивільне населення, але й донести інформацію в україноцентричному дусі, тим самим формуючи свідомих громадян України. А виконати це завдання могли люди, які самі були такими свідомими громадянами. Отже, першочерговим завданням було так зване «освідомлення» самих вояків, щоб кожен бачив перед собою цей почесний обов'язок – нести правду в маси. Зокрема, в газеті «Стрілець» зазначається: «Перше завдання галицьких військ: по дорозі освідомляти тутешньою молодь в національнім дусі». «Розумним словом до молоді свого народа, мечем до ворогів, дисципліною до себе — здобудемо все, що нам належить. Тому витривало вперед!».

Важливість цієї виховної, просвітницької роботи не викликала сумнівів. Зокрема в статті О.Назарука «Як творяться держави» зазначається: «Коли освідомимо народ національно, тоді переконаємося, що він дасть нам і хліб, і військо, й обоз, й амуніцію — словом, допоможе нам збудувати державу. Але на це треба праці і реклами для тої праці».

Тогочасні газети поміщали своєрідні методичні статті, де вояків навчали вести просвітницьку роботу серед цивільного населення. Наприклад, стаття в «Стрільці» за назвою «Як освідомляти народ» супроводжується вказівкою: «Статтю цю пояснити по можливості всім стрільцям і сказати їм: Є нас тут Галичан коло 150 тис. Як би кожний освідомив 10 тутешніх, то матимемо мільйони свідомого народу, і вся Україна буде наша».

Інформаційні відділи всіляко турбувалися про інтелектуальне та духовне збагачення вояків, вели роботу з читачами військової преси, створювали на фронті рухомі бібліотеки, «щоб наш стрілець в вільних від бою хвилях міг щось прочитати, роздумати та ближче познайомитись з історією долі України». Такі бібліотеки створювали волонтери, які збирали книжки, брошури, підшивки газет, які могли «бути духовним кормом стрільця».

Отже, існує нагальна потреба в поживленні інформаційно-просвітницької роботи в Збройних Силах України, всіх військових формуваннях, які захищають суверенітет і незалежність нашої держави. Це дасть можливість задовольнити інформаційний голод людей, відірваних від рідних місць, утвердитися в правоті їх діяльності, спрямованої на захист Вітчизни, вести діалог з місцевим населенням, менталітет якого сформувався у стані відсутності україноцентричної інформації.

Клубань О.М.,

заслужений журналіст України, професор кафедри військової журналістики (ВІКНУ)

РОЗВИТОК ВОЄННОЇ КОМПОНЕНТИ В РЕГІОНАЛЬНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОЛЯХ

Розглядаючи різні аспекти медійного забезпечення діяльності оборонного сектору держави, питання інформаційної підтримки операцій військ (сил) як одного із найважливіших напрямків бойового забезпечення в умовах гібридно-месіанських агресій путінської Росії проти України та всього цивілізованого світу, слід звернути увагу на сегмент, який міг би значно посилити інформаційно-медійну компоненту українського війська. Сьогодні з ряду причин він відсутній в нашому арсеналі сил і засобів. Але в комплекті військових ЗМІ, які розглядалися як важливий елемент агітаційно-пропагандистського забезпечення в діяльності політорганів армії і флоту колишньої «великої червоної імперії» займав досить важливу нішу. Про те з часом, особливо в ранньому пострадянському періоді, примітивність через контентне наповнення, безнадійно відсталий технологічний рівень та досить непрофесійне кадрове забезпечення, цей проект втратив свою значимість і актуальність і був закритий.

Отже, йдеться про газету військового з'єднання (гарнізону, військової бази). Саме досліджуючи це питання, отримаємо відповідь щодо доцільності повернення в стрій армійської багатотиражки, яка була ефективним засобом інформування та комунікації в українських військових частинах ще під час визвольних змагань після Першої світової війни, зокрема в корпусі Українських січових стрільців, а за словами військових кореспондентів часів Другої світової стала «фронтовим літописом» і довела свою ефективність в умовах ведення війни. Її ще називали «окопною правдою». Крім того, подібний медійний проект локального рівня продовжує успішно функціонувати у багатьох наших західних партнерів, які мають пресу, радіо й телебачення майже на кожній військовій базі у складі єдиного комунікаційного комплексу забезпечення повсякденної діяльності.

Життя не стоїть на місці, суспільство розвивається за своїми законами, з'являються нові тенденції, змінюються пріоритети. І сьогодні, коли існування відкритого інформаційного суспільства набуло ознак реальності і не стало закритого простору, характерного для імперії, що наказала довго жити, стереотипи, пов'язані з жорсткою централізацією управління інформаційними потоками, залишилися в минулому. Тому поступово, послідовно, активно і досить потужно розвиваються саме регіональні та локальні інформаційні поля. Територіальні громади крок за кроком перебирають на себе ініціативу у формуванні і наповненні комунікаційно-контентного середовища, в якому перебувають. І це зрозуміло. Адже людей передусім цікавить життя їхньої вулиці, села, містечка, району й області. Вони бажають знати, що відбулося,

або відбудеться саме в них дома і як ця подія вплине на їх долю, спокій, статки родини і безпеку дітей. Вони хочуть орієнтуватися, де можна придбати ту чи іншу корисну річ, необхідну для успішного господарювання або започаткування якогось власного бізнесу? Що цікавого має відбутися в культурному житті рідного містечка, наприклад, на вихідні? Де можна із задоволенням і за доступною ціною відпочити? Кого обирати в мери містечка, головою сільської ради чи делегувати в парламент від місцевої громади? І хто з кандидатів більш гідний за своїми моральними якостями, чи є він ефективним господарем або менеджером? Десь приблизно так виглядає неповний спектр інтересів територіальних громад.

Столичні глобальні новини стали менше цікавити людей. Залишився інтерес тільки в тому сенсі, наскільки вони і яким чином можуть вплинути на життя мешканців конкретної території в контексті позитиву або негативу. Тому не треба дивуватися, що іноді тиражі місцевих газет перевершують навіть деякі загальнонаціональні видання. А їхні публікації деколи стають темою для гострого обговорення в парламенті країни і часом навіть впливають на прийняття важливих управлінських рішень на вищому державному рівні. І так має бути. Саме за такою моделлю давно живе весь демократичний світ, делегуючи центру повноваження правового регулювання, забезпечення безпеки і оборони держави, реалізації міжнародної політики та виконання інших регуляторних функцій.

Разом із розмиванням інформаційних кордонів, в яких існував тоталітарний режим, і стрімким розвитком відкритого інформаційного простору виникає таке нове поняття як комунікаційно-контентна безпека. І важко переоцінити ту роль, яку сьогодні відіграють саме локальні преса, радіо і телебачення в процесі її забезпечення. Ми реально спостерігаємо, до чого призвела недооцінка вищим керівництвом держави цілеспрямованого впливу сусідньої держави-агресора на формування і функціонування локальних інформаційних полів з метою зміни поглядів окремих людей і громад, які не мають нічого спільного із єдністю українського народу, соборністю і суверенітетом держави Україна. Це можна було зрозуміти вже тоді, коли під час електоральних перегонів за сценаріями політтехнологів-чужинців регіональні і національні псевдо еліти почали кроїти країну за мовними, культурними та ідеологічними розбіжностями. Достатньо тільки порівняти політичні карти електоральних вподобань і території України, на які зазіхав агресор, щоб все стало на свої місця. В результаті ми отримали окупацію Криму та частини Донбасу путінськими головорізами при активній підтримці місцевих колаборантів з криміналітету і апологетів так званого «руського міра».

Гібридна агресія путінської Росії на сході нашої країни, яку втиснули в термін «антитерористична операція» (АТО) відкрила перед суспільством і, насамперед, перед фахівцями з питань комунікаційно-контентної безпеки досить багато білих плям в організації протидії агресору з метою адекватного реагування на виклики, ризики і загрози, з якими ми зіткнулися вперше. Серед

багатьох недоліків в організації ефективного медійного забезпечення діяльності Збройних Сил України в районі бойових дій та в прифронтовій полосі, а також інформаційної підтримки операцій військ (сил) спостерігається відсутність або часткова присутність системного, оперативного і об'єктивного комунікаційно-контентного забезпечення особового складу військ та місцевого населення. З низки об'єктивних і суб'єктивних причин українські преса, радіо і телебачення не в змозі в повному обсязі охопити весь регіон. Часто центральні військові друковані ЗМІ та видові газети просто не доходять до «нульових» позицій і блокпостів. Причина досить банальна – відсутність чіткої і надійної системи розповсюдження. Таким чином, солдати на передовій часто залишаються без живого слова. Не завжди і контент інформаційного продукту за якістю та формами подачі відповідає запитам і сподіванням читацької аудиторії.

І саме в цьому контексті необхідність відродження так званих “дивізіонок” стає реальністю. Життя на «передку» вимагає солдатської газети за духом і змістом. Воно вносить корективи. І створення газет в бригадах, як одного з важливих елементів в комплексі комунікаційно-контентної безпеки, стає просто необхідністю одночасно з поверненням інституту прес-офіцерів в органи військового управління, який було започатковано ще в 1995 році відповідним наказом Міністра оборони України, а потім бездумно ліквідовано невігласами на керівних посадах на користь стереотипів партійно-комсомольського мислення окремих представників колишнього советсько-замполітського корпусу, котрі глибоко окопалися у високих штабах українського війська.

Сьогодні нам потрібна армійська гіперлокальна газета. Але за новими стандартами, на сучасному технологічному рівні виробництва і з якісним контентом, цікавим військовикам з'єднання, в якому вони проходять службу. Газета має бути для них і про них. Саме тут солдати, сержанти й офіцери зможуть оперативно і доступно знайти корисну для себе інформацію. Це і зміст соціальних стандартів у Збройних Силах, особливо для учасників бойових дій, тут і обмін передовим досвідом з військово-професійного вишколу, а нові дослідження і відкриття історико-культурної спадщини сприятимуть самоідентифікації українця та впливатимуть на зміцнення національної самосвідомості, відповідальності за долю всієї країни і конкретної родини. Листи на передову від дітей, вісті з твоєї малої Батьківщини – це те, що так необхідно бійцю аби відчувати, що він не сам на сам в холодному окопі під обстрілами ворожої артилерії, а за нього вболівають і міцно тримають кулаки рідні, близькі, земляки і просто незнайомі українці. А як обійтися в екстремальних умовах без публікацій релаксаційного спрямування? Саме газета з таким контентом є потужним інструментом морально-психологічного забезпечення. Вона сприяє формуванню бойових якостей, професійних навичок і народженню нових традицій українського війська в кривавих боях за соборну, незалежну, суверенну Україну, а не штучно створених советською воєнною міфологією.

“Залізна воля”! Яка потужна назва! Яка сила закладена в цих двох словах! Це газета 24-ї Залізної бригади, яку на добровільних засадах почали випускати прес-офіцери цього прославленого з’єднання, долучивши її до компоненти інформаційного забезпечення діяльності свого з’єднання. Це приклад того, як треба по-новому, застосовуючи сучасні технології, впроваджувати і просувати медійний проект, здатний ефективно працювати в умовах ведення бойових дій.

На сучасному, більш високому технологічному рівні розвитку суспільства зростає роль територіальних громад, починає активно діяти громадянське суспільство і підмурком оновленої держави стає саме місцеве самоврядування громадян, а окремі соціальні групи, до яких повною мірою можна віднести військову частину і основну оперативну бойову одиницю – бригаду, також стають цементуючою складовою суспільства. І тут значну роль може відіграти армійська багатотиражка, відродження якої, здається, сьогодні назріло. Але в цьому питанні дуже важливо з новим баченням, інноваційними рішеннями і творчо підійти до просування гіперлокальної преси в українському війську в контексті реалізації заходів саме комунікаційно-контентної безпеки.

Савчук Р.П.,

лінгвіст-аналітик доцент кафедри військової журналістики (ВІКНУ)

СПОНТАННЕ САМОІНФОРМУВАННЯ ЯК СУБСТРАТ ДЛЯ ЦІЛЕСПРЯМОВАНОГО ВТРУЧАННЯ З БОКУ АГРЕСОРА

(співдоповідь до теми «Розвиток воєнної компоненти в регіональних інформаційних полях»)

Питання створення та просування малої преси в українському війську піднімає низку кардинально важливих питань в плані інформаційної політики та інформаційно-контентної безпеки держави в стратегічному вимірі.

На сьогоднішній день інформаційне поле на передовій де-факто не заповнено українським контентом, хоча певні спроби для того робляться. Від учасників АТО неодноразово у ЗМІ надходили відгуки про те, що їм не вистачає інформування як про ситуацію у себе, на передньому краї, так і про те, що відбувається в країні. В результаті специфічних природних процесів потреби в заповненні вакууму обміну інформацією серед військовиків, що безпосередньо задіяні в бойових операціях через механізми соціальних мереж та месенджерів виникає явище самоінформування, створення власного фрагментованого інформаційного поля.

Дуже важливим додатковим фактором є те, що ті, хто повертається з АТО приносять с собою власний контент, власне бачення, власне уявлення про те, що там відбувається, сформоване фрагментарним мисленням та баченням своєї невеличкої ділянки фронту. Як свідчить історія військових дій та вивчення

військового посттравматичного синдрому, особисті враження та особиста інформація з місця подій для людини, що пережила цей стрес абсолютизується і емоційно акцентується. Відповідно, фронтове самоінформування потім переноситься в інформаційні поля окремих територій та регіонів, куди повертаються учасники АТО. Активно починаючи формувати контент інформаційного поля уже свого регіону.

Колосальна небезпека полягає в тому, що процеси спонтанного самоінформування є чудовим субстратом для цілеспрямованого втручання з боку агресора. А подальше перенесення бачення ситуації в АТО, а також бачення української державності, уряду, питань самоусвідомлення та ідентифікації тощо у інформаційне поле територій і регіонів, що розвиваються. Регіони зараз активно формують свої власні інформаційні поля, тому вони особливо вразливі для правильно підготовленого грамотного ворожого втручання. Безсумнівно те, що учасники АТО є лідерами думки для територій. Відповідно, не беручи під контроль процеси інформування і створення контенту для військовиків на передовій, ми, тим самим, самостійно створюємо ідеальне підґрунтя для застосування механізмів гібридної агресії – новий канал проникнення контентного впливу агресора в інформаційні поля регіонів та їхнього подальшого закріплення там, так само, як це свого часу відбулося в Криму та регіонах сходу України.

Також паралельно варто наголосити на тому, що Український інформаційний простір залишається відкритим для аналогічного гібридного впливу на рівні ще кількох визначальних сегментів, у яких майже не представлений власне український контент та контент, що спрямований на розвиток саме українського суспільства. І серед таких сегментів – масова література, особливо для підлітків та юнацтва, що спрямована на формування свідомості, зокрема, і майбутніх захисників Вітчизни. Частково ця проблема вирішується за рахунок великого обсягу якісних перекладів кращих творів світової літератури. Однак, вони не здатні замінити власне українського, сьогочасного, спеціально створюваного контенту, книжкового, мереживного, публіцистичного тощо.

Юрковская С.В.,

практический психолог, тренер Тренингового центра эффективных коммуникаций (Минск, Киев).

Юрковский П.П.,

тренер, специалист в области коммуникаций и нестандартных решений Тренингового центра эффективных коммуникаций (Минск, Киев).

ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ОСОБЕННОСТЕЙ ПСИХОЛОГИИ ВОСПРИЯТИИ ИНФОРМАЦИИ В РАБОТЕ ВСУ

В настоящее время можно констатировать, что на момент начала гибридной войны России против Украины к этому оказались морально не готовы не только ВСУ, но и общество в целом. На начальном этапе боевых действий однозначно побеждала российская пропагандистская машина. Российское общество и часть украинского оказались готовыми к принятию нескольких концептуальных идей среди которых главным лейтмотивом звучал "имперский" марш со словами про русский мир.

При этом, российская информация была изначально рассчитана не только на внутреннего потребителя, не только на все русскоязычное пространство, но и на остальной мир со своими каналами влияния: ТВ, радио, печатные, интернет СМИ и социальные сети, где одновременно Россия проявила свое серьезное присутствие.

Пресс-служба ВСУ представляла информацию слабо и разрозненно, что и позволило российским пропагандистам использовать каждое слабое место в своих интересах.

В тех условиях Украина, будучи поставленной в условия обвиненной стороны, вынуждена была опровергать откровенные российские фейки.

Дозированность информации на определенных этапах более чем оправдана, что с другой стороны привело к обратному эффекту, когда информационный вакуум был разбавлен слухами и освободил свободное место для "секты свидетелей зрады".

В информационном хаосе основным источником проверенной информации порой становились лишь люди, которые непосредственно принимали участие в происходивших событиях.

По мере реформирования Вооруженных сил Украины ситуация стабилизировалась и начала поступать дозированная объективная информация о происходящих событиях.

Война нового поколения

Военные действия на территории Украины кардинально отличаются от конфликтов, имевших место даже 5 лет тому назад в первую очередь тем, что со всех сторон конфликта значительно улучшен как доступ к электронной

информации посредством смартфонов (любое такое устройство позволяет делать фото, видео и передавать эту информацию).

Социальные сети стали ареной битвы за умы.

Далее будет представлен сторонний взгляд получателя информации о происходивших и происходящих событиях в ряде районов Донецкой и Луганской областей. Точка зрения человека, который пытается найти всесторонние источники информации для получения объективной информации о происходящем.

В общем потоке информации заявления непосредственно пресс-службы ВСУ появляются достаточно редко и для их поиска надо предпринять достаточно серьезные усилия. Как правило, попадаются новости со ссылкой на заявления, что объективно следует признать нормальным явлением.

Есть несколько моментов, на которые следовало бы обратить внимание.

Сообщения пресс-службы ВСУ готовятся профессионалами для различных групп, среди которых как есть люди, которые глубоко разбираются в военной проблематике, так и совершенно далекие от военной тематики мирные граждане, которые в свою очередь могут быть поделены на несколько подкатегорий (Украина - оккупированные, деоккупированные, прифронтовая зона и т.д.; русскоязычное информационное пространство, остальной мир).

В зависимости от целевой аудитории следовало бы формировать соответствующие послания и выдавать соответствующие количество пояснений и объяснений.

Военные новости – не реклама нового продукта, но применение маркетинговых технологий в плане продвижения информации военного характера будет более чем оправданно.

Мобилизация

Вопрос мобилизации является одним из самых спорных успехов либо неудач ВСУ. Сконцентрировавшись на линии соприкосновения с террористами в информационном поле была упущена более чем важная линия информирования населения.

Проведенный нами опрос среди простых людей об отношении к АТО выявил несколько важных составляющих, которые в значительной степени могут быть отнесены на счет достижений противника:

1. Отсутствует понимание сути конфликта. Нет простых и понятных объяснений на тему: Что защищаем? Зачем? Для чего большего?

2. Зачастую есть понимание того, что ведется некая война между олигархами, где простому мужику делать нечего и вопрос уклонения от призыва воспринимается обществом скорее позитивно, нежели негативно, т.е. пусть воюет кто-то! Те же дети олигархов пусть повоюют!

3. Отсутствует понимание того, почему так важна победа и что получит каждый человек после нее.

Совершенно очевидно, что информирование широкой общественности следует рассматривать на государственном уровне. Разговоры на эту тему ведутся, но результаты пока вызывают скорее скепсис нежели вдохновение достигнутыми результатами.

Выводы и практические рекомендации:

1. Основной задачей пресс-службы в зоне АТО является информирование о происходящих событиях, что может ограничиваться простым перечислением фактов обстрелов, успешно проведенных операций и т.д. Вместе с тем, безэмоциональная подача информации фактически превращается в простое перечисление фактов, которые в силу особенностей психологии восприятия информации сливаются в единый поток, который вообще сводится к одному простому выводу - боевые действия ведутся.

2. Такого рода информация может быть интересна специалистам, которые тщательно отслеживают информационный поток. В случае расширения целевых аудиторий, т.е. вся Украина и мир в целом, включая население территорий противника, следовало бы выдавать информацию в виде, который порождал бы одновременно несколько образов.

3. Любые сообщения пресс-службы ВСУ должны содержать информацию о том, что было, что сделано, что будет сделано, к чему это привело уже прямо сейчас.

Любая коммуникация направлена на донесение смыслов. Какие же выводы должен сделать получатель информации?

- У народа Украины: уверенность в том, что армия готова сдержат любого противника, любой гражданин может рассчитывать на поддержку государства и народа. Мы воюем для того, чтобы жить в мире и достатке.
- У народов мира: Оккупация = терроризм. Страдания простого человека.
- У граждан и сторонников русского мира: Вызвать чувство вины и ответственности за совершаемые преступления, неизбежность наказания (право и религия/карма), дезориентированность и т.д.

Говорящая голова

«Говорящая голова» была хороша много лет назад. С того времени развитие технологий даже обычный информационный блок превратило в своего рода клип со сменой кадров, вспомогательными и подтверждающими словами диктора кадрами и иллюстрациями.

Работа голосом

Можно самые простые вещи рассказывать так, что они оседают в голове, как родные, а пулеметная очередь слов и фактов, которые сливаются в единый поток после 30 секунд прослушивания этих самых фактов (проверка на фокус-группе из 15 человек однозначно подтвердила этот факт).

Как улучшить «говорящую голову»?

1. Вербальный уровень:
 - a. эмоциональные якоря
 - b. "цепляющие" слова
 - c. вербальные акценты (смысловые паузы для осмысления, ударения на ключевых словах)
 - d. Чанкинг или использование понятных и осязаемых для простого человека понятий и слов (2000 гривен куда понятнее чем 100 млрд. долларов - не каждый готов себе представить и осознать, сколько это).

2. Невербальный уровень:

- a. Мимика
- b. Тело
- c. Руки для маркирования и иллюстрации произносимого.

3. Клиповость

- a. Вспомогательный видеоряд (если упоминается миномет 120 мм, то покажите, что это такое).

- b. Титры и текстовая информация (в том числе, титры на русском языке).

- c. Оправданным будет использование материалов, снятых военнослужащими ВСУ.

- d.

Любые новости с линии фронта должны показывать, что армия и народ едины!

В ходе информационной войны прекрасно был использован принцип айкидо, когда запущенный террористами мем был раскручен на пользу Украины. Пример: Киборги.

Нейтрализация негативных для ВСУ вбросов с выгодой для ВСУ не только имеет право на существование, но может быть сделано с выгодой для имиджа армии в целом.

В условиях захвата информационного пространства оккупированных территорий вражескими средствами массовой информации и невозможности прямого вхождения туда имеет смысл пользоваться ассиметричными средствами.

Нельзя устроить вещание – даем информацию в интернете. При этом, ориентируемся на болевые точки населения оккупированных территорий. Чем больше "по-секрету" информации поступит – тем лучше.

Главный вывод: Каждое послание ВСУ может нести много смысловых подтекстов, но главным из них должно стать то, что победа Украины неизбежна и сейчас мы воюем для достижения наших общих целей на пути к лучшим стандартам и качеству жизни каждого гражданина.

Канкін І.О.,

к. т. н., провідний науковий співробітник наукового центру (Житомирський військовий інститут імені С.П. Корольова, м. Житомир)

Староконь Є.Г.,

к. пс. н., доцент, завідувач кафедри суспільних наук (Житомирський військовий інститут імені С.П. Корольова, м. Житомир)

ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА ОСОБИСТОСТІ, ЯК ЕЛЕМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ ПРОТИДІЇ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

Характерною рисою сьогодення є надмірна кількість інформації яка нас оточує. Все частіше ми читаємо, слухаємо, бачимо інформаційні повідомлення деструктивного, дезорієнтуючого, деморалізуючого, дезінтегруючого характеру. Така інформація так чи інакше спонукає до зародження в суспільстві стану нервозності, невпевненості, невизначеності й хаосу.

Останні інновації в сфері комунікацій – засоби масової комунікації (ЗМК) такі, як е-ЗМІ, блогосфера, соціальні мережі та інші соціальні Інтернет сервіси (СІС) дуже часто використовуються як інструмент інформаційного протиборства. Ефективність їх застосування в першу чергу обумовлена масовою доступністю до них усіх без винятку верств населення, що суттєво спрощує досягнення суб'єктами інформаційного протиборства політичних, економічних, фінансових та інших цілей. Тому питання, які пов'язані з дослідженням ролі й місця інформаційного протиборства в світових глобалізованих процесах, тільки актуалізуються.

Тому наріжним каменем сучасного інформаційного суспільства, представниками якого ми є – це наша стійкість до сприйняття інформації різного тонального забарвлення, а іноді і вміння протистояти інформаційним впливам противника.

Досвід, отриманий під час проведення антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей в області інформаційного протистояння, показав за рахунок чого представникам Російської Федерації (РФ) достатньо легко вдалося ефективно впливати на свідомість населення України.

На рис. 1 показано технологію інформаційного протиборства, що до цього часу застосовується РФ проти населення нашої країни. При цьому

потрібно враховувати, що це добре підготовлена, завчасно спланована стратегія інформаційного впливу елементи якої проводяться системно, постійно і безперервно.

Для того, щоб оцінити широту методів впливу, що реалізуються російською стороною проти населення України на рис. 2 представлено методи пропаганди та контрпропаганди, приклади яких ми вже спостерігаємо на протязі двох років.

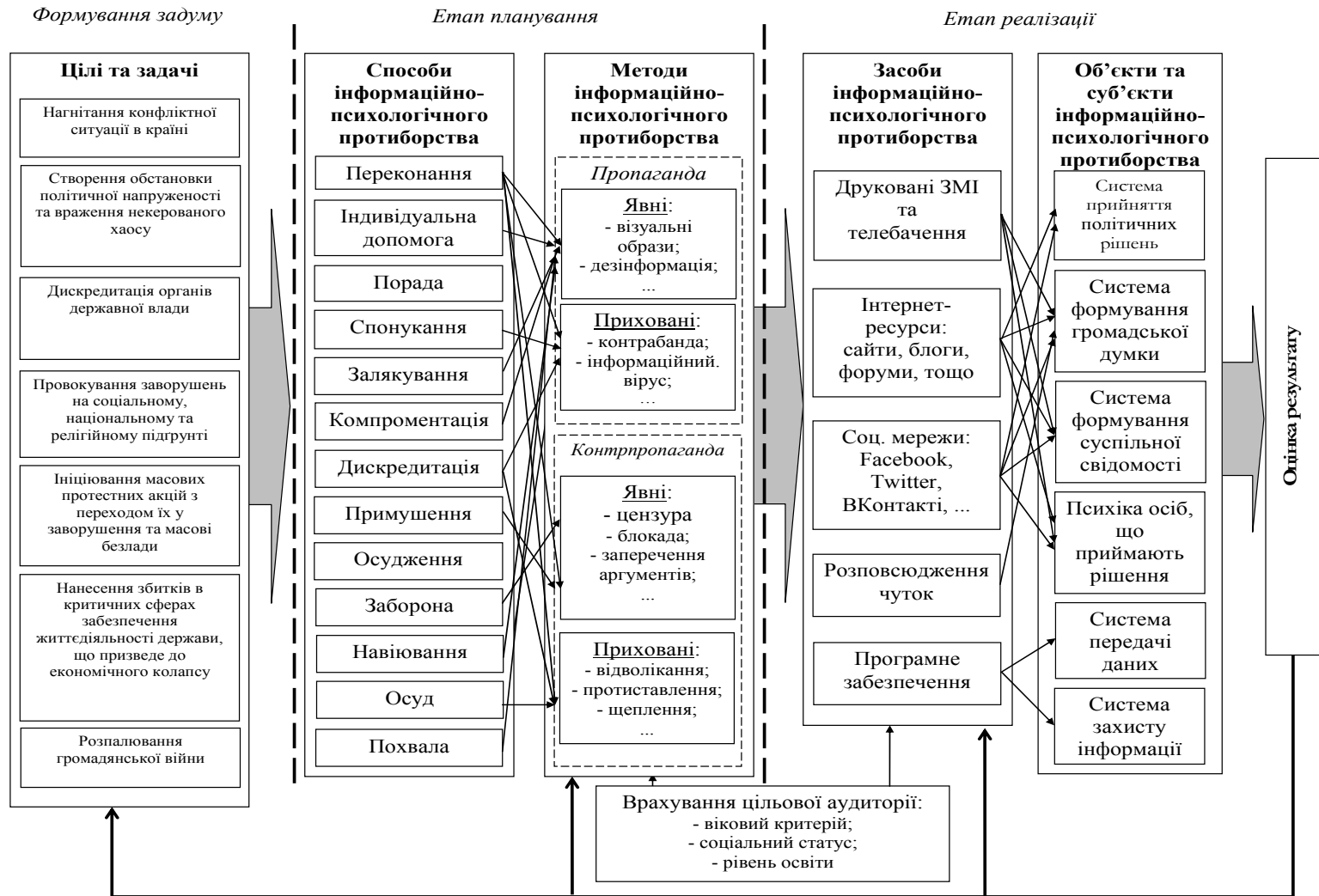


Рис. 1. Технологія інформаційного впливу на населення України

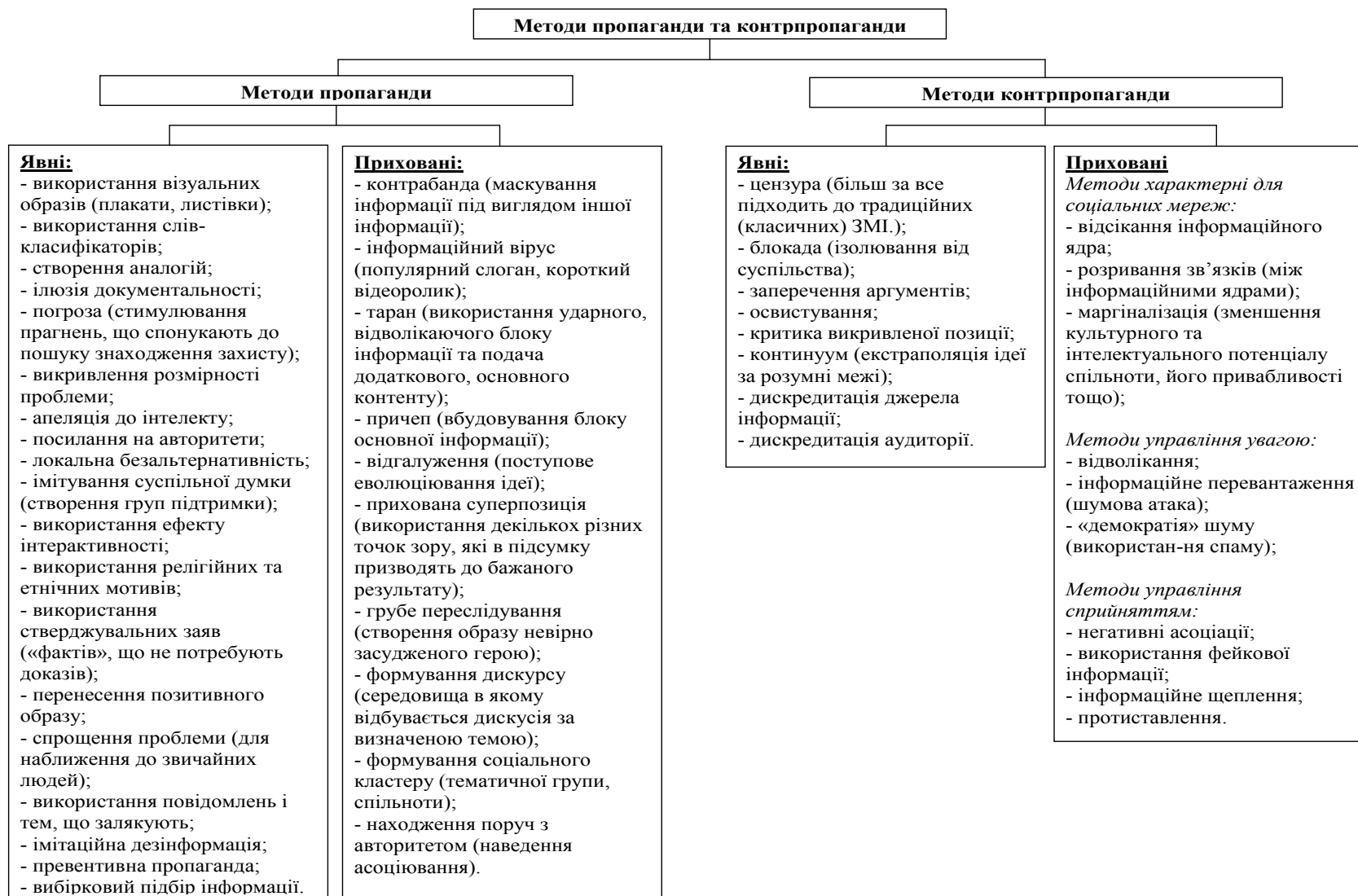


Рис. 2. – Методи пропаганди та контрпропаганди

Крім того, аналіз інформаційного простору України та безпосередньо в зоні проведення АТО показав наявність низки проблемних питань, пов'язаних з неготовністю нашої країни протистояти в цій сфері, а саме:

- недостатнє фінансування з боку держави структур, що займаються питаннями інформаційної протидії;
- відсутність підготовлених каналів поширення інформації заданого контенту в інтернет-середовищі;
- низька ефективність роботи засобів масової інформації як центрального так і регіонального рівнів;
- відсутність ефективної взаємодії, між силовими структурами з громадськими організаціями та журналістами в напрямку проведення заходів інформаційної пропаганди;
- інформаційний вакуум про хід подій в зоні проведення АТО.

Всі ці питання неодноразово обговорювались під час круглих столів та телемостів у Краматорську, Маріуполі, Сєверодонецьку і інших містах України. На цих заходах зустрічались військові, цивільні, представники місцевої преси та центральних ЗМІ, громадських організацій та силових структур, головною метою яких було визначити можливі шляхи вирішення цих проблем.

Відсутність фінансових та людських ресурсів для проведення заходів інформаційного протидіювання вдалося вирішувати шляхом широкого залучення громадських організацій, волонтерських рухів, студентів та викладачів навчальних закладів, переселенців і місцевих активістів з різних верст населення.

Організація прес-турів журналістів місцевої і центральної преси на передові позиції української армії та населені пункти поблизу із лінією розмежування, проведення тематичних фотовиставок, спортивних свят, організація і проведення шкіл миротворчої журналістики, взаємодія з представниками зарубіжних ЗМІ, висвітлювання інформації про відновлення інфраструктури населених пунктів – ось лише частина заходів, які зараз проводяться в Донецькій та Луганській областях.

Сумісна робота мешканців із представниками Збройних Сил, Міністерства внутрішніх справ, Служби безпеки України, обласних та міських державних установ, регіональних та центральних ЗМІ дало позитивний результат і показало, що одним із головних напрямків в інформаційному протидіюванні є підвищення культурного рівня населення країни.

Навчити людей працювати з інформацією, розрізняти правдиву та «фейкову» інформацію, показати негативні наслідки невірної використання соціальних інтернет-сервісів, привити їм історичні та культурні цінності, навчити їх раціонально мислити – ось один із шляхів до настання миру в нашій країні.

Завдяки сумісним зусиллям, у Краматорську було створено групу громадських журналістів з числа місцевих студентів, викладачів, волонтерів та

просто громадських активістів («Студія Наш дім») головною метою якої, поряд із висвітленням подій в регіоні, як раз і було підвищення культурного рівня населення. Це відбувається за рахунок створення та поширення відповідного контенту, під час регулярних щотижневих тренінгів, вишкілів та інших заходів.

Цей позитивний досвід трансформувався й на інші регіони нашої країни у вигляді патріотичної роботи з молоддю. Навчити молодь орієнтуватися в інформаційному потоці, з користю використовувати переваги сучасних засобів комунікації, бути активними членами суспільства – дуже важлива та необхідна задача.

Назріла гостра необхідність і в підвищенні своєї власної інформаційної культури. Тільки гармонійне поєднання сучасних знань, умінь та навичок спрямованих на формування інформаційної культури забезпечить нам впевненість у сьогоднішньому дні й гарантуватиме досягнення в найближчому майбутньому актуальних життєвих цілей, відновлення здатності до логічного осмислення суспільних подій, зміцнення національної системи життєвих цінностей. Розвинена інформаційна компетентність – це не забаганки науковців чи данина моді. Це одна з тих рис, якої нам українцям, зараз вкрай не вистачає.

Богдан Бабич,

к.філол.н., доц. (Університет м. Лідс, Великобританія)

ДЕКОНСТРУКЦІЯ ТОТАЛІТАРНОГО ДИСКУРСУ ЯК ФАКТОР ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ: УКРАЇНСЬКА ЛІТЕРАТУРА ПЕРІОДУ РЕВОЛЮЦІЇ ГІДНОСТІ ТА АТО ЯК ПРОТИДІЯ РОСІЙСЬКІЙ ГІБРИДНІЙ ЕКСПАНСІЇ В КУЛЬТУРНО-ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ

У доповіді ми розглядаємо новий напрямок в українському художньому дискурсі, що спрямований на створення альтернативи комуністично-тоталітарному культурному дискурсу, який зараз використовується російською пропагандою як компонент гібридної війни проти України і становить пряму загрозу інформаційній безпеці українського суспільства. Характерно, що важливим елементом нового українського художнього дискурсу є пряма інформаційна протидія, деконструкція центральних текстів, символів і месиджів радянського тоталітарного минулого, які з цілком нейтральних перетворилися під час російської агресії в засіб зомбування частини суспільства, підсилення месиджів російської пропаганди.

Художні тексти комуністично-тоталітарної епохи згідно з ідеологією “російського міра” мають формувати почуття ностальгії за радянськими часами і підсилювати пропагандистські месиджі про так званий “єдиний народ”, “трагедію великої держави, яку ми втратили”, культивувати міф про ніби-то втрачену “стабільність” радянського часу. З іншого боку, ці месиджі мають

нівелювати нові цінності, сформовані українським суспільством часів незалежності, такі як – демократичний вибір, здатність громадянського суспільства змінити уряд, наявність реального політичного вибору і засновану на ньому суспільну відповідальність, волонтерський рух, що підтримується особистим усвідомленням такої відповідальності, невтручання уряду в процес демократичного волевиявлення суспільства. Російська пропагандистська машина також використовує ностальгію за радянською художньо-культурною спадщиною, з метою дискредитації нової “волонтерської” ідеї української незалежності – ідеї що виникла “знизу” як усвідомлення українським суспільством необхідності захищати свої цінності і своє майбутнє від російської тоталітарної ідеології та пропаганди, від втручання російських спецслужб, а головне – від радянської споживацької суспільної психології, що є основою радянського, а тепер – російського тоталітаризму, або – російської моделі так званої “керованої демократії”, де громадянин має бути “щасливим”, не маючи реального суспільно-політичного вибору, сприймаючи як належне корупцію у вищих ешелонах влади і чекаючи на отримання від влади матеріального добробуту, “стабільності” та захисту інтересів “російського міра”, з яким він себе асоціює.

Особливістю реалій гібридної війни та українського опору російській пропаганді є значно обмежені засоби та важелі забезпечення інформаційної безпеки суспільства. В історії військових конфліктів оборона включала такі традиційні заходи інформаційної безпеки як цензура та необхідне у військові часи обмеження демократичних свобод, включаючи арешти тих, хто поширює пропаганду ворога або виправдовує ворожу агресію перед суспільством чи іншими країнами. З ряду причин Україна не має можливості використовувати ці традиційні методи – насамперед з огляду на характер гібридної війни та власний пріоритет демократичних цінностей, відмова від яких, навіть тимчасово, була б занадто високою ціною за здобуті переваги, призвела б до втрати моральної переваги над російським тоталітаризмом, і крім того – в сучасних реаліях глобального інформаційного суспільства та відкритих телекомунікацій мала б лише обмежений ефект.

Цікаво, що в цих умовах через суспільну самоорганізацію знову було створено “волонтерську модель” захисту українського інформаційно-культурного простору. Було знайдене несподіване асиметричне рішення, що з одного боку передбачає створення конструктивної альтернативи тоталітарному художньому дискурсу радянських часів, а з іншого – прямий напад, деконструкцію конкретних “ностальгійних” художніх текстів радянської доби.

Прикладами таких деконструктивних художніх текстів є твори Ореста Лютого (такі як “Слава Україні” – переспів радянської патріотичної пісні “День перемоги”, що зараз часто використовується російською пропагандою, його проекти “Суворя” та “Легідна Українізація”, засновані на впізнаваних популярних піснях радянських часів), пісні Вадима Дубовського (напр., “Новый гимн Маасквы” – переспів “Дорогая моя столица”, переспіви впізнаваних

радянських пісень “И вновь продолжается ад”, “Хотят ли русские войны?”, “Вы – армия уroda” і особливо – “Прощальный марш”, переспів оригінального “Прощання слов’янки”, що також є недавнім рімейк-хітом нового російського мілітаризму), твори Мірко Сабліча (як ті що взаємодіють із творами радянських часів – “Марш захисників Вітчизни - Бандерой можешь ты не быть”, “Гумконвой”, “Калинка-Лезгинка”, а також серйозна пісня “Темная ніч – Лист з АТО”, так і ті, що переспівують ширше коло оригінальних впізнаваних пісень – виходячи поза межі радянсько-ностальйного дискурсу: його переспів “Бандера” пісні Адріано Челентано, “Джамала” – пародія на реакцію російських ЗМІ на українську перемогу на Євробаченні, “Гимн Украинского Донбасса” – за мотивами пісні групи ЛЮБЭ, “На БТРах” – переспів сучасної російської естрадної пісні, тощо), гурти популярного спрямування, такі як “Зроблено в Україні” (два варіанти переспіву радянської пісні “Смуглянка”, що поєднує деконструкцію тексту з пародійно-деконструктивним відеорядом) – всі ці тексти доступні на сервісі YouTube.

Твори цього нового українського деконструктивного дискурсу є *метатекстами*, тобто похідними текстами, що засновані та зберігають зв’язок із їхнім *прототекстом*, тобто твором-оригіналом. Прототекст в цьому дискурсі є навмисне легко впізнаваним, і взаємодія з ним нового змісту, принесеного метатекстом, як правило нівелює “ностальгійну” складову радянського твору, асоціює з ним новий зміст і перешкоджає виконанню ним ідеологічно-пропагандистської функції у контексті російської гібридної війни. Адресатом таких інтертекстуальних значень, що впливають зі взаємодії цих прото- та метатекстів, є сучасне українське, рідше – російське суспільство.

Механізмом деконструктивної взаємодії мета- і прототекстів є те, що прототекст більше не може сприйматися так само – із заданими йому російською пропагандою ностальгійно-ідеологічними осмисленнями після знайомства слухача з метатекстом, що пародіює або перекладає месидж прототексту в реалії українських суспільно-політичних цінностей. Цим порушується функціонування асоційованих меседжів російської пропаганди, і, додатково, утворюються нові смисли що підтримують моральний дух і здатність до опору в українському суспільстві в умовах гібридної війни.

Таким чином, український культурний простір сформував ефективні механізми протидії російській пропаганді, що привласнила і використовує художньою спадщину радянського часу, протидії заснованої на цілеспрямованій деконструкції ідеологічних месиджів пов’язаних з радянськими художніми текстами. Ці механізми дозволяють нейтралізувати російський ідеологічний тиск в українському культурному просторі без потреби у введенні цензури для забезпечення інформаційної безпеки – через створення альтернативних смислів в семантичному просторі радянських художніх текстів, через засоби гротеску, гумору, пародіювання, висміювання сучасної російської тоталітарної політичної риторики і її ностальгії за радянським минулим.

У доповіді ми розглядаємо історію формування українського деконструктивного художнього дискурсу і його входження в культурний мейнстрім. Початки цього напрямку можна пов'язувати з травестійною традицією в українській літературі (Гундорова, 2008) та з постмодерним дискурсом, зокрема з його гротескною складовою – “стьобом” (Поліщук, 2009), що виник у кінці 80- початку 90-х рр. 20-го ст. як своєрідний спосіб художнього мовлення, і є деструктивним засобом щодо переданої інформації, напр., творчість Юрія Винничука (Рябченко, 2013), Леся Подерев'янського (Калюта, 2016), Любка Дереша (Рябченко, 2012).

Експресивне наповнення сьогоденних українських ідеологем пов'язане з тим, що семантичні трансформації у так званих “радянiзмах” відбувалися від 90 років, остаточно сформувалися в двотисячних, і знайшли свій вияв у художніх текстах того періоду, а тепер набули особливої актуальності, значно розширивши власне асоціативне поле, що, в свою чергу, зумовлює їхню велику значеннєву потужність для сучасного українського читача.

Важливою особливістю цього етапу було переосмислення та переспів текстів попередньої української літератури що отримали нові смисли в контексті перших протестів на Майдані Незалежності проти політичного насильства. Такі нові інтертекстуальні смисли з'явилися у творів Віталія Коротича “Останнє прохання сліпого лірника або Переведіть мене через Майдан” (де концепт “Майдан” набув суспільного трагізму після загибелі перших героїв Небесної сотні, вийшовши за межі особистої трагедії автора, яка стала основою для написання цього твору), у народної пісні “Горіла сосна” (переспіваної в кількох варіантах як “Горіла шина”, та “Горіла бочка”), “Пливе кача”, пісень національного опору, напр., “Лента за лентою”.

Відносно велика частка інтертекстуальних значень в українському художньому дискурсі стала його характерною особливістю, і саме вона відкрила можливість для цілеспрямованого деконструктивного наступу на російську тоталітарно імперську ідеологію, підтриману ностальгійними рімейками художніх творів радянського часу.

Ми можемо узагальнити результати нашого дослідження в наступних методологічних висновках:

1. Художній дискурс в контексті національної культури пов'язаний з системою цінностей, що можуть взаємодіяти з іншими, альтернативними системами культурних цінностей та з соціальними явищами – такими як інформаційна безпека, протидія пропаганді та ідеології країни-агресора. Дискурс може розпочати своє існування як відносно невеликий маргінальних художній рух, але перейти в мейнстрім національної культури завдяки соціальним факторам, таким як державна політика, загроза національній безпеці, війна тощо. Дискурс може функціонувати в суспільстві поза межами галузі власне культури, він може мобілізувати громадську думку, стимулювати соціальну активність (напр., волонтерську роботу), протидіяти загрозам інформаційній безпеці суспільства, агресивній ворожій пропаганді, протидіяти

схожим інформаційно-психологічним ефектам іншого ворожого художнього дискурсу.

2. Художній текст виражає інформацію у набагато компактніший спосіб порівняно з інформаційним текстом і може породжувати смисли, інтерпретації та асоціації що виходять за межі буквального значення того, про що безпосередньо йдеться в тексті. Художній дискурс звичайно створюється для того, щоб мати потужний інтелектуальний та емоційний відгук в окремого читача та в суспільстві загалом. В цій функції він може діяти як потужний засіб ідеологічної боротьби, який часто може бути потужнішим за інформативні чи аналітичні журналістські тексти.

3. В сучасних гібридних конфліктах військові методи поєднуються з невійськовими засобами, такими як економічний та політичний тиск, інформаційні атаки, маніпуляція суспільною свідомістю – як усередині країни-агресора, так і за кордоном, координовані атаки проплачених інтернет-тролів в соціальних мережах, навмисне введення суспільства в оману, “вкиди” дезінформації та упереджених інтерпретацій фактів, напр., через проплачені статті в основних закордонних засобах масової інформації, ідеологічне коментування статей та блогів згідно з пропагандистськими настановами, підтримка певних політичних партій за кордоном з метою виправдання незаконних збройних дій щодо іншої країни і приховування корупції у вищих ешелонах влади країни-агресора. Інформаційні засоби ведення війни грають ключову роль в таких конфліктах.

4. В сучасній гібридній війні художні тексти, завдяки їхньому потужному психологічному впливу на реципієнта, є важливою інформаційною зброєю, що може формувати та відстоювати обґрунтовані погляди та інтерпретації фактів у масштабі великих соціальних груп.

Тематичний блок 4
Теоретичні та практичні аспекти підготовки
журналістських кадрів та фахівців
інформаційно-медійних структур оборонного
відомства з врахуванням досвіду застосування
Збройних Сил України в АТО

Підполковник **Параніч О.П.**,
твo начальника кафедри військової журналістики (ВІКНУ)

СУЧАСНІ СТАНДАРТИ КОМУНІКАЦІЇ З ГРОМАДСЬКІСТЮ (КОМУНІКАЦІЙНО-КОНТЕНТНІ ЗАСАДИ) В ОРГАНІЗАЦІЇ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ОФІЦЕРІВ ІНФОРМАЦІЙНО-МЕДІЙНИХ СТРУКТУР

Активна підтримка сепаратистських сил і найманців на сході України російським військово-політичним керівництвом супроводжується потужним інформаційним забезпеченням їх підривної діяльності. Радіо, телебачення, друковані видання Російської Федерації не міняють свою антиукраїнську тональність. Аналіз змісту радіо і телепередач, публікацій, спрямованості соціальних мереж свідчить про подальшу активізацію інформаційної агресії російських ЗМІ в медіа просторі України і за його межами, нарощування інформаційного ресурсу РФ з метою ескалації агресії збройної.

Аналіз інформаційних джерел свідчить про активне поширення в українському соціумі відповідних думок і поглядів, у яких не зменшується частина матеріалів відкритого та прихованого зовнішнього інформаційного впливу.

У російських новинах продовжують вживатися терміни типу «каральна операція», «Правий сектор», «націоналісти», «прихильники федералізму» тощо. Путінська Росія, як свідчать матеріали російської преси, радіо та телебачення, хоче зберегти важелі впливу на Україну. Вона штучно створила чинники нестабільності шляхом прямої підтримки збройних сепаратистських угруповань.

Ускладнення українсько-російських відносин змусило українську владу вжити заходів щодо захисту власного інформаційного простору, вдатися до обмежувальних дій стосовно діяльності російських ЗМІ, які базуються на вимогах національного законодавства. Для протидії масованій кремлівській пропаганді, поширенню неправдивих повідомлень про ситуацію в Україні вживаються заходи адекватного реагування на неї в інформаційній сфері, формування єдиної національної ідеї, у центрі якої знаходиться європейський вектор.

Пріоритети у забезпеченні національної безпеки та конкретні реформи цього напрямку визначені Указом Президента України № 287/2015 Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 6 травня 2015 року “Про Стратегію національної безпеки України”.

Серед актуальних загроз національній безпеці зазначаються “інформаційно-психологічна війна, приниження української мови і культури, фальшування української історії, формування російськими засобами масової комунікації альтернативної до дійсності викривленої інформаційної картини світу”. До пріоритетів забезпечення інформаційної безпеки віднесено:

- наступальність заходів політики інформаційної безпеки на основі асиметричних дій проти всіх форм і проявів інформаційної агресії;
- створення інтегрованої системи оцінки інформаційних загроз та оперативного реагування на них;
- протидію інформаційним операціям проти України, маніпуляціям суспільною свідомістю і поширенню спотвореної інформації, захист національних цінностей та зміцнення єдності українського суспільства;
- удосконалення професійної підготовки у сфері інформаційної безпеки, упровадження загальнонаціональних освітніх програм з медіакультури із залученням громадянського суспільства та бізнесу.

Указом Президента України № 555/2015 Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 2 вересня 2015 року “Про нову редакцію Воєнної доктрини України” вводиться поняття «Стратегічні комунікації – 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».

Виходячи із засад внутрішньої і зовнішньої політики, з урахуванням характеру актуальних загроз національній безпеці, які визначені в новій редакції Воєнної доктрини України, основними завданнями воєнної політики України у найближчий час і в середньостроковій перспективі є:

- локалізація та нейтралізація у найкоротший строк воєнно-політичної кризи у східних регіонах України, запобігання її переростанню у масштабну збройну агресію;
- відновлення престижу військової служби;
- реформування Збройних Сил України з метою досягнення оперативної і технічної сумісності зі збройними силами держав – членів НАТО;
- створення цілісного сектору безпеки і оборони держави як головного елемента системи забезпечення воєнної безпеки, інтеграція спроможностей його складових для своєчасного і ефективного реагування на наявні та потенційні загрози;
- удосконалення державної інформаційної політики у воєнній сфері;
- попередження та ефективна протидія інформаційно-психологічним впливам іноземних держав, спрямованим на підрив обороноздатності, порушення суверенітету і територіальної цілісності України, дестабілізацію внутрішньої соціально-політичної обстановки, провокування міжетнічних та міжконфесійних конфліктів в Україні;
- забезпечення соціальних гарантій військовослужбовців, працівників правоохоронних органів, учасників антитерористичної операції в Донецькій і Луганській областях та членів їх сімей;
- удосконалення системи демократичного цивільного контролю над сектором безпеки і оборони держави відповідно до стандартів ЄС та НАТО.

Серед шляхів досягнення цілей воєнної політики України у новій редакції Воєнної доктрини України зазначено, що для розв'язання завдань із забезпечення воєнної безпеки України сили оборони та їх складові будуть взаємодіяти та координувати діяльність між собою та з іншими складовими сектору безпеки і оборони – державними органами, органами місцевого самоврядування, неурядовими організаціями та об'єднаннями, зокрема волонтерськими, установами і підприємствами, у тому числі оборонно-промислового комплексу, громадянами, відповідними суб'єктами інших держав. Крім того, рівень взаємодії між складовими сил оборони та органами державної влади буде підвищено на основі утворення постійних і тимчасових міжвідомчих органів.

Відповідно до вимог вищезазначених керівних документів та з урахуванням досвіду застосування ЗСУ в АТО, постає необхідність внесення змін до організації навчального процесу підготовки майбутніх офіцерів інформаційно-медійних структур.

Науково-педагогічними працівниками кафедри військової журналістики Військового інституту Київського національного університету імені Тараса Шевченка для курсантів за спеціальністю «Журналістика» з дисциплін спеціалізованої професійної підготовки розроблено наступні нові навчально-методичні комплекси:

1. За освітнім рівнем бакалавр – «Військова журналістика та соціальні комунікації», до якого входять наступні дисципліни: Теорія і практика військової журналістики, Кризові комунікації у воєнній сфері, Рекламування військової служби та зв'язки з громадськістю, Інформаційно-медійні технології у військовому управлінні, Менеджмент і маркетинг військових ЗМІ, Райтинг, ререйтинг: спеціальні технології редагування;

2. За освітнім рівнем магістр – «Комунікаційно-контентна безпека» у складі навчальних дисциплін: Психологія творчості військового журналіста, Основні засади інформаційної політики в галузі оборони та безпеки, Прогнозна аналітика інформаційного простору, Засоби масової комунікації та сучасні інформаційні війни, Від геополітики до геостратегії в сучасних мілітарно-комунікаційних процесах, Армія і медіа.

В освітньо-наукову програму підготовки докторів філософії (аспірантів, ад'юнктів) за спеціальністю «Журналістика» введено навчально-методичний комплекс «Комунікаційно-контентний індикатив безпекового сектору» у складі навчальних дисциплін: Аналітичні сервіси комунікаційно-контентних середовищ національного безпекового сектору, Комунікаційно-контентний індикатив безпекового простору, Інструментарій та комунікаційно-контентні рішення в мережевому просторі.

Оволодіння вищевказаними навчально-методичними комплексами передбачає набуття компетенцій курсантами для вирішення завдань координації та взаємодії з органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування, громадськими об'єднаннями, організаціями та громадянами у

районах дислокації військових частин та підрозділів Збройних Сил України з метою впливу на формування позитивної громадської думки і забезпечення сприятливих умов для виконання Збройними Силами України покладених на них завдань та функцій, в тому числі шляхом надання допомоги цивільному населенню у вирішенні проблемних питань життєдіяльності з використанням військових та невійськових сил та засобів, моделювання та прогнозування кризових комунікацій у воєнній сфері, оцінки воєнно-політичної обстановки, соціальних настроїв та їх впливу на військовослужбовців і цивільний персонал Збройних Сил, тощо.

Полковник **Позняков О.П.**,

к.ф.н., доц. кафедри морально-психологічного забезпечення діяльності військ гуманітарного інституту НУОУ імені Івана Черняхівського (м. Київ)

"СЛОВА НА ВІТРІ": НАУКОВІ РЕФЛЕКСІЇ В КОНТЕКСТІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ІНФОРМАЦІЙНО – МЕДІЙНИХ СТРУКТУР ЗБРОЙНИХ СИЛ УКРАЇНИ

Є такі наукові праці, що впливають на світогляд, розширюють горизонти мислення, збуджують уявлення і загострюють відчуття. І книга американського професора Дж.Д.Пітерса "Слова на вітрі: історія ідеї комунікації", присвячена історії розвитку і трансформації поняття "комунікація" у світовій культурі від часів Римської імперії до сьогодення, на думку багатьох вчених, продовжує славу традицію досліджень у царині теорії комунікацій та ставить Дж.Д.Пітерса в один ряд з такими гігантами, як Маршал Маклюєн і Гарольд Інніс.

Проте, виникає слушне запитання, яким чином пов'язані історії і теорії комунікацій з сучасними, практичними аспектами підготовки фахівців інформаційно – медійних структур для Збройних Сил України, та ще і в контексті їх участі в проведенні антитерористичної операції (далі – АТО) в Донецькій і Луганській областях?

Очевидно, що однозначної відповіді не існує. Як і на інші подібні конкретні запитання. Тому у науці існують гіпотези, які підтверджуються або спростовуються практикою. Так само очевидно, що сьогодні без глибокого наукового розуміння феномену комунікації складно формувати парадигму підготовки будь-яких фахівців, тим більше для військово - медійних структур.

Нові професійні стандарти і освітні програми, над якими зараз працюють у цивільних і військових навчальних закладах, передбачають формування компетентностей - динамічної комбінації знань, вмінь і практичних навичок, способів мислення, професійних, світоглядних і громадянських якостей, морально-етичних цінностей, котрі визначають здатність особи успішно

здійснювати професійну та подальшу навчальну діяльність і є результатом навчання на певному рівні вищої освіти.

Таким чином знання в галузі теорії комунікацій, на наш погляд, є обов'язковим елементом професійної компетентності військового журналіста або медійного фахівця.

Але ж – звичайно, що практика є квінтесенцією інформаційної діяльності. Про це написано у багатьох працях з журналістикознавства або, як зараз прийнято говорити з соціальних комунікацій. Девід Рендол, наприклад, у своєму найвідомішому підручнику "Універсальний журналіст" пише, що "той, хто прагне бути хорошим журналістом, мусить навчитися низці нових навичок".

Про універсальність професії журналіста йдеться і в підручнику дослідника Сергія Квіта. Він посилається на Девіда Рендола, використовує, як зразок, професійні стандарти Бі-Бі-Сі і слушно вказує, що "домінантна й альтернативна моделі журналістики пов'язуються відповідно з теорією вільної преси й теорією соціальної відповідальності".

Мої колеги, військові журналісти, у публіцистичних нарисах, опублікованих у книзі під промовистою назвою "Журналісти стріляють не кулями" фактично реалізували теоретичні положення на практиці. Зокрема, один із авторів книги Дмитро Шкурко розкрив у статті організацію роботи прес-служби або прес-центру на багатонаціональних військових навчаннях. Інші автори також надали низку важливих порад, які ґрунтувались на великому досвіді журналістської діяльності. Тоді наші військові кореспонденти висвітлювали події в "гарячих точках" за кордоном. Здавалось, що в Україні війни не може бути...

Гібридна війна Російської Федерації проти України змінила парадигму "братських відносин". Окупація і анексія Криму, війна що триває і до сьогодні на Донбасі, ґрунтуються на месіанській ідеології великодержавного шовінізму і реалізується через потужний масово-комунікаційний вплив. Агресор, насамперед, формував відповідну громадську думку. Далі проводилась спеціальна операція з залученням військової компоненти.

Про природу "гібридної війни" у практиці російської політики йшлося у статті Володимира Горбуліна "Гібридна війна, все тільки починається". Автор виокремлює три групи компонентів "гібридної війни":

- традиційні військові засоби (використання регулярних військових підрозділів та озброєнь, сил спеціальних операцій);
- квазімілітарна діяльність (створення і підтримка незаконних збройних формувань, підтримка та радикалізація сепаратистських рухів);
- операції немілітарного впливу, насамперед способом спеціальних інформаційних операцій та "активних заходів" (економічний тиск, операції в кіберпросторі, дипломатія, маніпуляція інформаційним простором).

Отже, боротьба за домінування в інформаційному просторі, контроль над засобами масової інформації є пріоритетним завданням у сучасній збройній

боротьбі. У цьому контексті видатний італійський вчений, журналіст і письменник Умберто Еко в одній із своїх праць зазначав: "засоби масової інформації – це частина війни...".

Тому у зоні антитерористичної операції українські військові журналісти виконували службово-бойові завдання пов'язані з інформуванням особового складу військ (сил), брали участь у роботі груп цивільно-військового співробітництва.

За інформацією Управління комунікації та преси, у 2015 році інформування цільових аудиторій про ситуацію в зоні АТО відбувалось через:

- прес-центр АТО. Речники систематично доводили інформацію. Сайт прес-центру АТО працював цілодобово;
- акредитованих цивільних журналістів (їхня загальна кількість взимку 2014 року складала: 1200 іноземних, 700 українських.). Організацією їх діяльності також опікувався прес-центр;
- офіційний веб-портал МО України. Матеріали поширювалися серед вітчизняних та іноземних ЗМІ (близько 500 адресатів);
- структуру військових засобів масової інформації. Для військовослужбовців ЗС України в зону АТО щотижнево доставлялось 2,5 тис. примірників газети. Крім того, в районі проведення антитерористичної операції виїзний редакційно-видавничий комплекс "Народної армії" додатково друкував спеціальний "польовий" випуск газети (інформаційний бюлетень) - 4 сторінки формату А4, накладом 4 тисячі примірників.

Також у районі проведення антитерористичної операції за рахунок спонсорської допомоги друкувалось до 50 тис. примірників спеціалізованого випуску "Народної армії" російською мовою (4 сторінки формату А3), який поширювався, у тому числі, серед місцевого населення. Аналогічний випуск накладом 10 тис. примірників друкувався в м. Запоріжжя.

Звичайно, що це далеко не вся інформація про роботу військових журналістів. Статистика постійно змінювалась. Накопичувався досвід роботи у бойових умовах. Він змушував замислитись над тим, як і чому надалі навчати наших військових журналістів.

Сьогодні військових журналістів для Збройних Сил України навчає фактично один ВНЗ – Військовий інститут Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Програми навчання в ньому орієнтовані на загальнодержавні стандарти в галузі інформації і комунікації.

У Національному університеті оборони України підготовка військових журналістів останні роки здійснювалась за спеціалізацією "військова журналістика та зв'язки з громадськістю" в межах спеціалізації "інформаційно-пропагандистське забезпечення військ (сил) та ідеологічна робота у військах".

Тобто військові пропагандисти і журналісти навчались за однією спеціальністю, але різними спеціалізаціями. Була певна специфіка в планах навчального процесу, програмах і робочих програмах навчальних дисциплін викладання.

Проте, ці відмінності були незначними. Вони містились у блоці варіативних та вибіркових навчальних дисциплін. Натомість природа службово-професійної і творчої діяльності військового пропагандиста і журналіста, що суттєво відрізнялись, вимагали значно більшої уваги.

Іншими словами, освітня ідеологія виховання і підготовки пропагандиста, журналіста, фахівця в галузі зв'язків із громадськістю, не зважаючи на певні спорідненості, є різною. Очевидним є і те, що це різні спеціалізації.

Важливий аспект. Для підготовки кадрів потрібне державне замовлення і відповідні посади на тактичному, оперативно-тактичному і оперативно-стратегічному рівні. А це залежить від наших замовників: Головного управління морально-психологічного забезпечення Збройних Сил України і Управління преси і комунікації Міністерства оборони України, можливо, і від інших зацікавлених структур (наприклад, новоствореного Управління зв'язків з громадськістю Збройних Сил України).

Ці структури перебувають у стані перманентних організаційно-штатних змін. І як наслідок, відбувається постійна трансформація системи державної ідеології та інформаційно-медійних структур. Спочатку відбувається скорочення багатотиражної періодики, далі - преси видів Збройних сил, створюються регіональні медіа-центри, які фактично функціонують, але юридично знаходяться в штаті редакції ЦДО МО України "Народна армія" і ЦТРС МО України.

І тому сьогодні не просто відповісти на запитання, яка система інформаційно-медійних структур є оптимальною і чому, і на якому рівні треба навчати військових журналістів. Тому іноді доводиться промовляти на вітер, як іронічно стверджував Дж.Д.Пітерс у своїй книзі. Бо не існує ідеальних комунікацій...

Але завжди є надія і перспектива долати труднощі через "споріднену працю" як заповідав великий український філософ Григорій Сковорода.

Тому наприкінці цих тез варто спробувати окреслити основні чинники, які впливатимуть на розвиток освіти фахівців військових інформаційно-медійних структур. Це:

- досвід внутрішньої (інформаційно-пропагандистське забезпечення) і зовнішньої (зв'язки з громадськістю і пресою) комунікації в зоні АТО;
- технології підготовки кадрів у галузі комунікацій на основі стандартів НАТО і рекомендацій Центру передового досвіду з питань стратегічних комунікацій НАТО;
- науково-дослідні й освітні програми українських університетів (інститутів), які акумулюють іноземний і національний досвід підготовки фахівців з комунікацій;
- подальші трансформації в органах військового управління і структурі військових медіа, організаційно-штатні зміни;
- величезний історичний досвід української військової журналістики, її державотворчий потенціал, який у сучасних умовах набуває нового звучання.

(скажімо, відома праця Симона Петлюри "Завдання української військової літератури", написана ним в еміграції багато років тому, на диво актуальна і сьогодні);

- реалізація положень Стратегії комунікацій Збройних Сил України затвердженої Міністром оборони України.

Саме розвиток стратегічних комунікацій сектору національної безпеки і оборони держави є вагомим чинником подальшого розвитку і трансформації системи підготовки кадрів для інформаційно-медійних структур Збройних Сил України. Нагадаю, що визначення "стратегічні комунікації" закріплено у новій Воєнній доктрині України.

З огляду на сказане, було б доцільно створити при РНБО України навчально-дослідницький центр, який би акумулював і визначав напрямки наукових досліджень, зміст навчання і підвищення кваліфікації державних службовців, військовослужбовців, громадських активістів і волонтерів за всіма компонентами стратегічних комунікацій для всіх інформаційних структур, задіяних у створенні національно-державницького наративу.

Підполковник **Скоростецький В.П.**,
офіцер регіонального медіа-центру МО України (м. Львів)

ПРОБЛЕМА ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ, АБО ПРЕС-ОФІЦЕР: «ВЕРСІЯ 2.0»

Перше «покоління» бригадних прес-офіцерів ЗСУ нещодавно у більшості пішло «на дембель». Два роки активних бойових дій довели необхідність та корисність цих фахівців у підрозділах. Свою найголовнішу задачу щодо оперативного постачання інформації до офіційних джерел відомства вони виконали. Однак, з'ясовується, що передати естафету особливо немає кому. На початку боїв на Сході кадрове питання щодо укомплектування цих посад у бойових бригадах здебільшого вирішували за рахунок цивільних кореспондентів, призваних у перші хвилі мобілізації «з гражданки». Після року, а то й більше проведених на передовій далеко не усі забажали продовжити професійні стосунки з армією. Наприклад, на «дембель», особливо не вагаючись, пішов прес-офіцер 24 омбр з яким ми плідно співпрацювали в АТО (і це не зважаючи на його військове минуле. Свого часу він закінчив кузню кадрів військової журналістики ЛВВПУ) Офіційна аргументація – стомився. Втім, обґрунтовані закиди на моральне та емоційне виснаження далеко не єдина причина.

Підготовка військового прес-офіцера, так би мовити, версії 2.0 має певні особливості. Наведу конкретний приклад. Днями мав тривалу розмову із дівчиною, яка планує служити на посаді прес-офіцера у одній з бригад ЗСУ. Відповідно до недавно ухвалених змін у законодавстві вона, маючи вищу

журналістську освіту, отримала звання офіцера запасу. Зараз очікує на документи з ГШ і скерування до навчального підрозділу для проходження курсу військової підготовки. Додам, що про армію дівчина ніби то знає не з чуток. Донька офіцера. Будучи цивільним кореспондентом, залюбки писала на армійську тематику. З початку анексії Криму та АТО займалась волонтерською діяльністю. Бувала на передовій та навіть під обстрілами. Однак, розуміючи, що весь попередній досвід не допоможе у якісному виконанні обов'язків штатного прес-офіцера, звернулась до нас із конкретними запитаннями щодо професійної підготовки, адаптації у військовому колективі та комплексу завдань, які їй належить виконувати упродовж служби.

Наведу декілька з них:

1. Мене відправляють у навчальний підрозділ на декілька місяців. Зрозуміло, що там навчатимуть військовій справі, але не військовій журналістиці. На що спиратись у професійному становленні? Які документи регламентують мою діяльність?

Запитання досить слушне. Зважаючи на те, що за останні два роки інструктори у навчальних центрах отримали широку педагогічну практику, можна не сумніватись, що дівчину навчать носити однострій, віддавати військове вітання, стріляти, виконувати тактичні вправи та багато іншого, що слід знати бійцю-початківцю. Але, досить просте питання щодо професійної підготовки за посадою, ризикує залишитись без відповіді.

Перше покоління прес-офіцерів навіть проходило курси професійної підготовки на базі окремих ВНЗ. Втім, спілкуючись згодом із тими, хто ці курси пройшов, отримав відгуки, які можна вмістити у прислів'я: «Минеральна вода ни пользы, ни вреда». Колеги прес-офіцери сходились на думці, що замість багатогодинних лекцій від менторів, які бачили бойові дії здебільшого у складі пулів цивільних журналістів десь поза межами Донбаських степів, слід було сконцентруватись на практичному аспекті, а не теорії. І вже тоді починати збирати матеріал для розробки документу, своєрідного «мануалу», або ж F.A.Q. (вживаючи термінологію програмістів) який би допомагав прес-офіцерам діяти у різних ситуаціях. Адже згодом, вже перебуваючи у військах, першому поколінню прес-офіцерів доводилось проявляти солдатську винахідливість, виконуючи ті чи інші завдання командування.

За найближчий аналог наводили польові статuti армії США та постійно діючі інструкції ЗС Канади. Дійсно, сенс у цьому є, адже маючи на руках обширний документ із відпрацьованим порядком дій на багато випадків з військового життя значно легше зорієнтуватись у тій чи іншій ситуації. Принаймні, на перших порах. Власне, прес-офіцер у армійській бригаді у кращому випадку має лише посадову інструкцію, яка лише окреслює коло завдань, але не допомагає деталізувати і не пояснює порядок їх виконання. До того ж, зміни українського законодавства щодо ЗМІ, які відбулись останнім часом, без відповідного роз'яснювально-документального супроводу збоку оборонного відомства також не вносять ясності у роботу прес-офіцера. Це

проблема, яку потрібно вирішувати у всьому інформаційному блоці армії вже і нехайно. Потрібні чіткі та зрозумілі «правила гри»: документи, які регламентують діяльність кожної посадової особи стосовно преси. Військовим журналістам потрібен свій «бойовий» або «польовий» статут, який містить інструкції та настанови щодо дій у різноманітних ситуаціях. До слова, сучасні Військові Статути також ніяк не змінені в контексті запровадження посад прес-офіцерів. Хоча, прес-офіцер входить до списку №1 військової частини, підпорядковується напрямку комбригу. То ж і відповідальність його значна. Потрібна внутрішня «мережа» для обміну досвідом та інформацією для створення єдиного інформаційного простору та слідування єдиній інформаційній стратегії тощо.

Існуюча ситуація потребує створення сталої системи: курсу професійної підготовки для прес-офіцерів нових каденцій, куди б у якості інструкторів залучались прес-офіцери, які були в АТО, з бойовим досвідом і мають хист до інструкторсько-викладацької діяльності. До того ж, курси мають бути постійно діючими. Оскільки навчання роботі зі ЗМІ потребують не лише профільні фахівці, призначені на службу з «гражданки», але й особовий склад бойових підрозділів. Для порівняння, солдати армії США проходять тренінги, де їх вчать спілкуватись з пресою у межах власної компетенції.

2. Після навчального підрозділу я потрапляю до військової частини (бригади). Із чого починати та як влитись у військовий колектив?

Для людини військової, яка закінчила військове училище це питання – не питання. Навіть після курсантської лави, ще не здобувши авторитету серед бійців та офіцерів, ти вже свій серед своїх. Підсвідомо колектив приймає тебе, адже ти віддав декілька років свого життя здобуваючи офіцерський чин. Що робити, якщо армія для тебе «терра інкогніто»? До війни на сході цей морально-етичний аспект становлення у колективі був особливо помітний. Бойові дії розставили пріоритети: багато журналістів «з гражданки» зарекомендували себе як хлопці бойові, тямущі. Гадаю, прикладів наводити не потрібно. Єдиного рецепту здобуття «ваги» в армійському колективі для журналіста не існує. Втім, у 100% випадків командування поважає і серйозно ставиться до професіоналів, які уміють наполягти та аргументовано відстояти професійну точку зору, у короткий термін показати практичний результат роботи. Тому менше і по суті говорити і більше діяти. Тим більше, що за штатним розписом прес-офіцер підпорядковується виключно командирю бригади. Хоча, не всі комбриги навчилися використовувати креативний потенціал своїх помічників по зв'язках зі ЗМІ. Відомі факти, коли прес-офіцерів, щоб не плутались під ногами, віддавали у розпорядження «замполітів», призначали «фотографами», робили відповідальними за «стінгазети», або ж садили розбиратись із десятками незавершених службових розслідувань.

Зважаючи на те, що військові конфлікти ХХІ століття мають суттєву інформаційну складову, використання прес-офіцерів у такий спосіб можна порівняти із...забивання цвяхів мікроскопом, цвяхи забиваються, але ефект не той.

Єдиний висновок, який напрошується у цій ситуації, військове керівництво також потрібно навчати правильно використовувати потенціал прес-офіцерів. Йдеться не лише про комбригів, але й про решту керівного складу військової частини, які б мали консультувати прес-офіцера з питань підпорядкованих їм служб. Відповідно, прес-офіцер, маючи постійно свіжу загальну «картинку», міг би якісно і ґрунтовано працювати.

До слова, сюди ж можна додати ремарку про те, що військових фахівців у роботі зі ЗМІ досі не використовують у процесі прийняття рішень щодо супроводу бойових інформаційних операцій. Досвід противника на Донбасі досить чітко ілюструє позицію преси у висвітленні конфлікту. Кожен свій провокаційний обстріл, який бойовики здійснюють по позиціях сил АТО, по мирних мешканцях, вони чітко супроводжують серією новинних повідомлень та коментарів, звинувачуючи ЗС України. Відбивати подібні інформаційні атаки можливо лише оперативною інформацією з місця події та контрпропагандистськими заходами, які і здатні забезпечити прес-офіцери бригад.

3. Який найбільш функціональний інструментарій прес-офіцера бригади?

Звичайно, у бойових умовах прес-офіцер не може розраховувати на редакційний штат із фотографами, операторами, редактором тощо. Журналіст, який прийшов до армії, зазвичай має значний попередній досвід професійної діяльності. Хтось працював у друкованих чи інтернет-ЗМІ, хтось спеціалізувався на фотографії чи відео, або ж працював на радіо. Насправді, прес-офіцеру у бойових умовах доводиться витримувати золоту середину цих навичок. Втім, досвід показує, що найбільш затребуваною є саме оперативна інформація, підкріплена візуальним рядом. Навіть відео, зняте на камеру мобільника і супроводжене декількома реченнями, іноді вирішує набагато більше, ніж професійно змонтований сюжет, чи «лонгрід» у друкованому виданні. Саме до оперативності потрібно готувати себе у першу чергу. Працюючи на передовій, проводив неформальне опитування серед колег та бійців. За результатами, постам у соціальній мережі типу «фейсбук» чи «твіттер» опитані довіряють набагато більше, ніж офіційним ЗМІ. Відповідно, себе виправдовують сторінки підрозділів у соцмережах, які ведуть прес-офіцери. Маємо окремий і позитивний досвід відродження газет типу «дивізіонок» (у 24 омбр «Залізна Воля»), які вирішують завдання інформування особового складу не лише про події в країні, на передовій та у бригаді. Але й стають джерелом правдивої інформації для місцевого населення, яке живе в умовах агресивної ворожої пропаганди та вимушеного інформаційного вакууму збоку України.

Для того, щоби оперативно здійснювати власну роботу, прес-офіцер повинен мати відповідне оснащення. Як мінімум – потужний ноутбук з можливістю підключення до мережі Інтернет і фотокамеру з функцією відео зйомки. Перша хвиля прес-офіцерів була забезпечена технічними засобами частково за рахунок волонтерської допомоги. Як це питання буде вирішуватись в подальшому – не відомо. Адже наказ МО про технічне забезпечення, який стосувався відомчих медіа центрів, є, але ступінь його практичної реалізації на даний момент невідомий. Про забезпечення прес-офіцерів там взагалі – ні слова.

Власне, вирішення проблеми професійної підготовки армійських журналістських кадрів, а також тренінги по роботі зі ЗМІ для решти особового складу в контексті сучасних гібридних військових викликів потрібно виводити з «підпілля». Поки що, «на горі» ці теми вважають другорядними і сподіваються на те, що проблема «розсмокчеться» сама-собою. Насправді, усе не так райдужно, як дехто собі малює. До того ж, наші закордонні партнери, які навпаки приділяють значну увагу роботі армії зі ЗМІ, починають задавати питання щодо того, чому цей сектор військового командування української армії не бажає розвивати і розширювати відповідно до вимог часу.

Проворний Є.В.,

прес-офіцер 80-ї окремої десантно-штурмової бригади, учасник АТО (м. Київ)

ПІДГОТОВЧІ КУРСИ ПРЕС-ОФІЦЕРІВ МАЮТЬ БУТИ ДОВШІ В ЧАСІ

Виходячи з власного досвіду навчання на курсах прес-офіцерів, маю відзначити високий рівень фахівців, які нас готували в березні 2015 року в стінах ВІКНУ. Відзначу і високий рівень підготовки відібраних прес-офіцерів, які навчались на курсах. Але, якщо такі курси будуть проводитися ще, і якщо ВІКНУ та Міністерство оборони мають можливість збільшити термін навчання хоча б до 15 днів, це дозволило б отримати більше знань, і найголовніше – майбутні прес-офіцери мали б більше часу, аби здружитись. Як виявилось, це сильно допомагає після навчання. Одразу після закінчення курсів ми навіть створили закриту Facebook-групу, де підтримували один одного та обмінювалися корисною для професії інформацією.

Вже під час навчання майбутнім прес-офіцерам треба ставити практичні задачі. Як свідчить досвід, з самого початку служби в бригаді ти стикаєшся із ситуаціями, до яких тебе не готували на курсах практично. Тому є сенс вже під час семінарів моделювати можливі ситуації, які траплятимуться під час служби. Наприклад, викладач пропонує всім по черзі побудувати алгоритм дій прес-офіцера після надходження інформації про ДТП за участі службового автомобіля бригади. Всі пропонують свої варіанти. Потім разом з викладачем

підбивають підсумки, вносять корективи і найголовніше – слухають справжню історію, яка відбулась в реальній бригаді з реальним ДТП, і чим ця історія закінчилася для прес-офіцера. Впевнений, кожен з прес-офіцерів випуску березня 2015 року, готовий надати 2-3 історії з нештатними ситуаціями в його бригаді. На основі таких історій і потрібно будувати нові заняття. Це убереже від небажаних помилок.

Одразу слід націлювати прес-офіцерів на ту аудиторію, для якої вони працюватимуть. Для кого пишемо? Для цивільного читача, якому відповідною мовою потрібно розповідати про життя бригади? Чи для військових, яким цікаво, чим живуть колеги? Чи розповідаємо, аби ворог прочитав і ще раз переконався, що воювати з ЗСУ марна справа?

Вважаю дане питання суто стилістичною проблемою. Адже саме аудиторія визначає стиль повідомлень, статей, прес-релізів, які готує прес-офіцер. Окрім цього, впливає на стилістику й сама подія. Наприклад, якщо військові бригади в зоні АТО разом з місцевими мешканцями упорядкували територію біля пам'ятника загиблим під час Другої Світової війни, то будь-який матеріал про це, на мою думку, має бути націлений на громадян України, які проживають на тимчасово окупованих територіях. Адже ця інформація буде найважливішою саме для них, аби вони розуміли, що у військових ЗСУ ті ж самі цінності й ті самі життєві настанови, і що українських військових не треба вважати ворогами.

Підполковник Пампуха І.В.,
к.т.н., доц. (ВІКНУ)
Волошина Н.М.,
к.філос.н., доц. (ВІТІ, м. Київ)

СУЧАСНІ СОЦІАЛЬНІ ІНТЕРНЕТ-МЕРЕЖІ В ЖИТТІ МОЛОДИХ ЛЮДЕЙ

На сьогодні вже не виникає сумніву про величезну роль світової паутини Інтернет у житті кожної людини. На думку засновника Facebook М. Цукерберга через п'ять років, до кінця 2020 р., кожен житель нашої планети матиме доступ до Інтернету. Особистість, маючи фізіологічні задатки, формується під впливом соціального середовища. Кіплінг чудово описав хлопчика Мауглі який за певних умов потрапив в середовище звірів і під впливом рослинного та тваринного оточення набув ознак притаманних тваринам. Ученими підтверджено висновок, що людина з фізіологічними задатками, як особистість, може бути сформована лише в соціальному інформаційному середовищі.

Суцільна комп'ютеризація суспільного життя повністю змінила умови для соціалізації особистості в процесі обміну інформацією. Найбільш прийнятним в контексті соціальних мереж є тлумачення інформації як взаємодії між об'єктами, в процесі якої один стає власником деякої субстанції, а інший

цю субстанцію не втрачає (передавана субстанція – інформація). Людина постійно перебуває під впливом інформації, що поширюється в просторі цілеспрямовано або довільно.

Завдяки комп'ютеру значна кількість населення України, особливо молодь, левову частку вільного часу проводять у віртуальному світі під впливом соціальних мереж. А. Церковний стверджує, що деякі молоді люди знаходяться у віртуальній реальності до 18 годин на день, загалом не менше, ніж 100 годин в тиждень. Інтернет сьогодні являється, з одного боку, найбільш динамічною, а з іншого – найменш дослідженою формою комунікації. Зважаючи на перетворення комп'ютера на важливий засіб комунікації, а в майбутньому можливо на один із основних засобів розвитку сучасної особистості, постає проблема з'ясування ролі впливу соціальних мереж на формування молоді людини. Звичайно розміри статті не дозволяють всебічно й глибоко дослідити дану важливу проблему, але дають можливість зробити власний корисний внесок у її розуміння.

Аналіз досліджень і публікацій з проблеми впливу різних моделей соціальних Інтернет-мереж на молодь. Проблема впливу комп'ютерних мереж на формування особистості в сучасних умовах надзвичайно актуальна. Вона розглядається в ґрунтовних напрацюваннях і наукових статтях вітчизняних і зарубіжних науковців, державних і громадських діячів. Фундаментальними доробками є наукові дослідження спілкування в соціальних мережах Інтернету українських учених. Л. Компанцевої, О. Онищенко, Г. Почепцова та ін.

Корисними для досягнення мети нашої статті є матеріали інформаційно-аналітичного бюлетеня “Соціальні мережі як чинник інформаційної безпеки”. В ньому здійснено певний аналіз входження в соціальні мережі різних верств населення України. Цікавий фактологічний матеріал є також і в дослідженні “Українська молодь не може жити без Інтернету”.

Роль соціальних мереж у житті молодого покоління розглядається в статтях українських авторів. О. Воронкін здійснив огляд теоретичних і прикладних досліджень, присвячених проблемам еволюції та аналізу соціальних мереж та подає короткий опис деяких популярних соціальних мереж. Ю. Данько аналізує позитивні та негативні сторони соціального спілкування. Він, апелюючи до даних соціологічних досліджень про зростання користувачів в соціальних мережах і про тривалість перебування користувачів в мережі, звертає увагу на небезпеку мережевої залежності.

С. Івашньова, В. Кремень, Н. Лупак, Г. Нестеренко розглядають можливості соціальних мереж у розвитку особистості в сфері освіти та самоосвіти.

Певний внесок в розуміння проблеми ролі мережевої системи Інтернет зробили зарубіжні автори М. Кастельс, Г. Лассвел, Е. Тоффлер та ін.

Активно працюють в аспекті з'ясування ролі соціальних мереж у суспільному житті російські автори: Є. Белінська, Д. Губанов, Д. Новіков А. Чхарташвілі, А. Войскуновський, А. Жичкіна, С. Паринов та ін.

Навіть короткий огляд науково-теоретичних джерел з питання впливу соціальних Інтернет-мереж на сучасне суспільство нашої країни на думку, що в більшості наявних праць глибоко аналізуються загальні проблеми комунікації за допомогою інформаційних систем, ролі соціальних мереж у освітянському середовищі, використання їх у економічних стосунках та ін. Стрімкий розвиток світової мережі Інтернет дозволяє залучати до спілкування у соціальних мережах постійно зростаючої кількості користувачів. Особливої популярності соц-мережі Інтернет набувають серед молоді, яка продовжує формуватись у фізіологічному, психологічному і соціальному відношенні. Проте про безпосередній вплив соціальних Інтернет-мереж на життя молоді досі написано ще мало. Намагання хоча б трохи заповнити дану прогалину становить мету даної роботи.

Мета розглянути деякі аспекти впливу сучасних соціальних Інтернет-мереж на молодь.

Для досягнення мети в роботі вирішено наступні часткові завдання: визначено генезис і різновиди сучасних соціальних Інтернет-мереж; з'ясовано позитивні і негативні аспекти впливу соціальних Інтернет-мереж на формування особистісних якостей молоді.

Об'єкт дослідження: соціальні Інтернет-мережі.

Предмет дослідження: вплив сучасних соціальних Інтернет-мереж на молодь.

Викладення основного матеріалу. Не всім відомо, що поняття “соціальна мережа” з'явилося ще 1954 року завдяки Джеймсу Барнсу, соціологу з “Манчестерської школи”. Воно не має нічого спільного з Інтернет-мережами. За Д. Барнсом “соціальна мережа” – це подібна дереву деяка група знайомих людей, де сама людина є стовбуром, а його знайомі гілками. Між усіма членами мережі є двосторонні або односторонні зв'язки.

Сучасна теорія соціальних мереж започаткована в 1951 році Рейем Соломоноффим і Анатолієм Рапопортом. У 1959–1968 рр. угорські математики Пол Ердош і Альфред Рен'ї написали вісім статей, що описують принципи формування соціальних мереж.

В науковому середовищі розрізняють соціальні мережі, які існують в соціумі для нормального функціонування суспільства та соціальні мережі пов'язані з інформатизацією сучасного життя. З розвитком суспільства прийшло до інформаційного середовища, в якому створено масу видів комунікації, що спричинило стрибок у вдосконаленні соціальних мереж.

Незважаючи на величезну роль соціальних мереж у житті мільйонів людей, на сьогодні в науковому світі не відпрацьовано єдиної точки зору на їх визначення. Складність формулювання дефініції соціальної Інтернет-мережі, можна пояснити розмаїттям підходів до її трактування. Соціальні мережі

визначаються, як: веб-сервіс, віртуальне співтовариство, що складається з людей з однаковими інтересами, нахилами, діяльністю, однокласниками; безліч акторів (агентів), які можуть вступати у взаємодію один з одним і зв'язки між якими є соціальними, тобто дружба, спільна робота або обмін інформацією; технологічні комплекси організації і керування обмінами електронною інформацією між суб'єктами соціальних відносин, призначені для забезпечення горизонтального спілкування зацікавлених у ньому абонентів, об'єднаних спільними інтересами, інформаційними потребами та навиками спілкування; засіб забезпечення сервісів, пов'язаних із встановленням зв'язків між її користувачами, а також різними користувачами і відповідними їхнім інтересам ресурсами, встановленими на сайтах глобальної мережі.

Виходячи із наведених сутнісних особливостей та інших підходів до розуміння соціальної Інтернет-мережі, пропонується авторське її визначення – це можливість використання Інтернету для взаємодії і соціального взаємозв'язку значної кількості суб'єктів з метою встановлення дружніх стосунків, сумісного вирішення певних завдань або обміну інформацією.

Першою соціальною мережею з використанням комп'ютерної техніки стала технологія електронної пошти в далекому 1971 року, яка використовувалася військовими в мережі ARPA Net. Потім, в 1988 році, фінським студентом Ярро Ойкаріненем була винайдена технологія “IRC” (англ. Internet Relay Chat – ретрансльований інтернет-чат), який дозволяв спілкуватися в реальному часі. Знаковою подією став винахід Інтернету, який став публічним в 1991 році, завдяки британському вченому Тіму Бернерс-Лі.

У 1995 році в США Ренді Конрадом було створено Classmates.com – першу соціальну мережу в сучасному розумінні (її російський аналог “Однокласники”). Концепція виявилася дуже затребуваною, і з 1995 року починається бурхливий розвиток соціальних Інтернет-мереж.

Світ побачили Friendster (2002р.), LinkedIn (2003р.) соціальна мережа ділових людей для встановлення і поширення економічних зв'язків, MySpace (2003р.), Tribe (2003.), Hi5 (2003р.), Orkut, Bebo, Yahoo 360 (2004р.). У 2004 році Марк Цукерберг створив Facebook, що є нині беззаперечним лідером у світі соціальних мереж. Згідно з грудневим звітом 2012 р. В. Косенза (Vincenzo Cosenza), італійського аналітика соціальних медіа, на сьогодні найпопулярнішою соціальною мережею у світі є Facebook. За даними аналітика, Facebook домінує в 127 країнах, вона має понад 1 млрд. активних користувачів у місяць (у тому числі 600 млн. користувачів мобільного Інтернету). На сьогодні 2,7 млн. українців користуються Facebook за допомогою смартфона або планшета. Це становить 60 % від загальної кількості українських користувачів соціальної мережі, їх на сьогодні біля 4,5 млн. Про це свідчать дані внутрішньої статистики Facebook.

З технологічної точки зору етапними в розвитку масової комунікації у світі стали концепції Web 2.0 створені у 2005 році, що, за визначенням самого автора терміна Тіма О'Рейлі, є методикою проектування систем, які шляхом

обліку мережевих взаємодій, стають тим кращими (більшими, повнішими), чим більше людей ними користуються. Web 2.0 (соціальні медіа) – блоги та міні-блоги (Twitter, Tumblr); соціальні мережі (MySpace, Facebook, Однокласники, ВКонтакте); портали громадянської журналістики; інтернет-радіо-сервіси; відеосервіси (Hulu, YouTube); фотосервіси (Flickr, Picasa), що характеризуються оперативністю, лабільністю, доступністю, ємністю, а найголовніше – інтерактивністю і мережевою архітектурою, що уможлиблює і навіть стимулює необмежене зростання їхньої аудиторії.

На теренах країн колишнього СРСР першими були: “Мой круг” (2005 р.), “Однокласники.ru” (2006 р.) та “ВКонтакте.ru” (2006 р.). За відвідуванням в Україні соціальні мережі розподіляються наступним чином “ВКонтакте” посідає 2-е місце; “Однокласники” – 9 місце; “Facebook”, серед 500 сайтів займає 7-е місце; і Twitter – 23 -е місце.

До популярних українських соціальних мереж відносяться Connect.ua – український сайт знайомств, створений у грудні 2007 року, як “соціальна мережа знайомств”, але пізніше переорієнтований виключно на знайомства та мережа “Українські науковці у світі” – наукова спільнота, покликана консолідувати український інтелект у світі. Звичайно на терені України існує багато інших загальнодержавних і регіональних соціальних мереж в освіті, економіці, торгівлі та інших сферах.

Аналіз соціальних Інтернет-мереж дозволяє говорити про деякі закономірності їхнього впливу на людей. Розвиток соціальних мереж впливає на поведінку і взаємовідносини людей, а саме, чим міцніше соціальні зв'язки між людьми, тим активніше вони спілкуються один з одним, використовуючи всі доступні медіа. Інтернет продовжує процес з'єднання людей в соціальні мережі, а також людей і організацій, розкиданих географічно, але пов'язаних спільними інтересами. Чим активніше люди поведуться в співтоваристві, тим більше вони спілкуються в міжособистісній формі.

З кожним роком популярність соціальних мереж збільшується, вже сьогодні важко знайти людину, яка користуючись Інтернетом, не відвідувала б соціальні мережі. Стрімко зростає кількість постійних користувачів, а особливо молоді, яка складає левову частку серед власників сторінок в соціальних мережах за даними досліджень українських соціологічних компаній та статистики Інтернет компаній. В цілому, сучасне молоде покоління все більше заглиблюється в Інтернет. Про це свідчать проведені у 2013 році всеукраїнське соціологічне дослідження на тему: “Сучасна молодь України”. За його результатами було встановлено, що більшість молодих українців (72,3%) не уявляє свого життя без Інтернету. З них 39,5% віддали перевагу відповіді “точно ні”, 32,8% – “швидше ні” на це питання. При цьому кожен четвертий опитаний (25,9%) запевняє, що могли б обійтися без Інтернету. З них відповідь “швидше так” вибрали 16,1%, “точно так” – 9,8%. Вагалися з відповіддю на питання – 1,8% респондентів.

Ученими виявлено закономірність зростання проведеного часу в Інтернеті з віком. Якщо підлітки від 12-13 років сидять “онлайн” близько півтори години в день, то в 18-19 років в Інтернеті знаходяться в середньому по дві з половиною години на добу. Значну частку цього часу – 47% молодь витрачає на спілкування, 22% припадає на розваги і 18% окремо на ігри. Тільки на четвертому місці знаходиться пошук необхідної інформації (14% часу).

Результати дослідження gemiusAudience, проведеного в лютому 2014 року свідчать, що найпопулярнішою серед молоді (86,4 % від загальної аудиторії) є соціальна мережа “Instagram”, головним призначенням якої є обмін фотографіями та відеозаписами. На другому місці за кількістю молодих користувачів знаходиться “ВКонтакте” – 66,6%, слідом йде соціальна мережа “Twitter” – 60,2%, трохи менше молоді – 56,6%, є користувачами “Ask” – соціальної мережі для обміну питаннями (особливої популярності набула завдяки можливості анонімно задавати питання іншим користувачам). Таким чином, молодь є базовою та найчисленнішою групою серед користувачів соціальних мереж, які певним чином впливають на формування її світогляду.

Наведені дані свідчать про велику роль соціальних Інтернет-мереж у житті молодих людей. Головне потрібно селективно підходити до використання позитивних можливостей сучасної Інтернет-мережі і уникати негативного впливу. Спираючись на думки українських і зарубіжних науковців про позитивні і негативні аспекти ролі соціальних Інтернет мереж у житті молоді, ми спробуємо розглянути їх в узагальненому вигляді.

До позитивних моментів використання соціальних Інтернет мереж можна віднести наступні.

1. В умовах сучасної роз’єднаності суспільства соціальні Інтернет-мережі є засобом спілкування з колегами з роботи, родичами та друзями, що живуть в різних містах і країнах, а також заводити нові знайомства. На думку вітчизняного дослідника Ю. Мєлкова: “Інтернет-технології допомагають людині втекти від самотності, розгубленості її життя у повсякденному світі, надають їй відчуття довіри, близькості щодо інших людей,... що об’єднані не за географічними чи побутовими факторами, а, перш за все, за спільними інтересами, смаками, поглядами. В Інтернеті людина отримує можливість не лише почути іншого, але й “показати себе”, висловитись, побудувати свою “домашню сторінку” оприлюднити свою думку.

Соціальна мережа здатна задовольняти потребу молодих людей у самовираженні. Згідно з пірамідою людських потреб американського психолога Абрахама Маслоу, потреба у самовираженні передує потребі у комунікації, тому такою важливою є можливість у межах публічного профілю, скажімо, мережі «Фейсбук», донести до інших специфіку своєї індивідуальності, викладаючи власні фото та відео, пишучи нотатки, розміщуючи цікаву інформацію у себе на стіні. Адже інколи молода людина позбавлена можливості реалізовувати свої здібності фотографа, оператора, письменника чи публічного діяча в якості своєї професії. Соціальна Інтернет-мережа дає

можливість бути фотографом чи журналістом на громадських засадах, та ще й здобути поціновувачів своєї творчості.

2. Соціальна мережа як місце спілкування активно впливає на соціалізацію особистості. Її учасники вчаться спілкуватися і створюють нові зв'язки і структури. Що призводить поступово до їх активнішої мережевої і позамережевої взаємодії, через яку можливі якісні зміни і реалізація приватних процесів, таких як поширення інновацій, формування співтовариств односторонніх, структуризація інтересів і людей. Оскільки мільйони учасників соціальної мережі – “мережевий народ” – потенційно реальна сила, це підтверджено подіями на Майдані, боротьбою за справедливі і чесні вибори мера Кіровограда і ще можна наводити багато прикладів.

3. Безумовно до позитивних аспектів мережевого спілкування молоді слід віднести й розвиток здатності навчатися. Знаходячись у соціальній Інтернет-мережі молода людина вчиться оперувати великими масивами інформації з величезної кількості різних галузей. На превеликий жаль середня школа, та й багато вітчизняних державних і приватних закладів вищої освіти, через недостатню матеріальну забезпеченість комп'ютерною технікою та окремих професорів, не володіючих сучасними інформаційними технологіями, не спроможні надати подібну можливість, оскільки навчання в них зорієнтовано більше на запам'ятовування та відтворення вже готової інформації. Уміння молодих людей швидко зорієнтуватися у незвичній ситуації, легко знайти та відсортувати необхідну інформацію в соціальних Інтернет-мережах не в останню чергу набувається саме завдяки використанню новітніх комунікаційних технологій.

4. Важливим моментом для держав з багатонаціональним населенням є формування у молоді толерантного ставлення до представників інших культур та національностей. Соціальна мережа є саме тим простором, де люди з різних культур співіснують пліч-о-пліч і мають можливість ділитися з цілим світом проблемами, які виникають на внутрішньому соціальному і політичному просторі їхніх країн. Корисним є і те, що користування соціальними мережами часто сприяє вивченню іноземних мов.

5. Спілкування у соціальних мережах, наближаючи жителів периферії до надбань розвинутої урбаністичної культури, сприяє формуванню культури людини XXI ст. Значну роль у цьому відіграє сервіс LiveJournal. Один з найпопулярніших у світі блогсервісів, відомий в Україні як “Живий Журнал”. Він набув в Україні виразної соціальної і гуманітарної спрямованості, значна частина його матеріалів присвячена обговоренню актуальних проблем суспільного, культурного життя, піднесення громадянської свідомості і загальнонаціональної солідарності співвітчизників.

6. Можливість для молодшої людини перебування, у створеному власноруч, комфортному інформаційному просторі, відчуття захищеності. Кожного разу, відкриваючи приватний аккаунт, людина наче каже собі: “Я

вдома” – і відтак стає більш зваженою і відкритою у спілкуванні, що позитивно впливає не лише на моральне, а й на фізичне здоров'я.

Поряд з позитивним впливом соціальних Інтернет-мереж на формування особистості слід звернути увагу й на деякі негативні аспекти.

1. Більшість авторів у наукових працях звертають увагу на наявність у соціальних Інтернет-мережах величезної бази даних з вичерпною інформацією про сотні мільйонів людей у всьому світі, які доступні для усіх охочих. Чим більше чоловік спілкується в різноманітних соціальних мережах, тим більше інформації про нього можна зібрати без великих зусиль. Існує твердження про те, що “70% інформації спецслужби збирають з відкритих джерел”.

Сучасні соціальні Інтернет-мережі пропонують користувачам вказати практично усе про себе: фото; відео; зв'язки (у тому числі і за типами); інтереси; освіта; інформацію про роботу; місця, в яких буває людина; продукти, яким віддається перевага; особисті думки і т.п. Більшість інформації доступна без реєстрації, досить знайти сторінку користувача в популярних соціальних мережах, решту можна побачити після додавання користувача в друзі, а уся інформація, включаючи особисте листування (як мінімум), доступна адміністрації цієї мережі. Особливо важливо пам'ятати про це молодим людям, які пов'язали своє життя із службою у силових структурах.

2. Інтернет-залежність є на сьогодні найпоширенішою проблемою. Це вже давно визнане психологічне захворювання, а залежність від соціальних мереж – її нова форма. У кожної людини є явні і приховані потреби, які вона прагне задовольнити, це може бути потреба в спілкуванні, самореалізації, заощадженні часу або ще чогось, а соціальна Інтернет-мережа створює відчуття задоволення цих потреб.

Подібна залежність поступово розвивається у багатьох людей, які одного разу потрапили в соціальну мережу. Людина “підсаджується на мережу”, чим більше часу вона нею користується, тим складніше їй жити реальним життям. Симптомами такої залежності є починаючи від сильного бажання зайти в Інтернет і закінчуючи серйозною депресією. Залежність призводить до безлічі проблем: з'являються комплекси, депресія, безсоння, страхи, перепади настрою і навіть сексуальні розлади.

Це психологічне захворювання. Воно, як кожна хвороба, вимагає лікування. Лікувати будь-які психологічні проблеми складно, а тим більше залежності. Передусім, треба самоусвідомити наявність залежності. Другим кроком лікування має стати заміна спілкування в соціальних мережах на реальне, поступово за допомогою друзів і родичів можна будевилікуватися.

3. Мінусом є і те, що людина втрачає навичку реального спілкування (комунікативна компетентність, сформована в Інтернеті, не працює в реальності), нерозуміння міміки та емоцій, оскільки більшість часу спілкується в режимі онлайн. Зниження культурного рівня, ненормативність поведінки і витіснення традиційних форм спілкування. Переписуючись в соцмережах, люди часто не дотримують правила граматики й пунктуації, використовують

мізерний словарний запас, часто вживають не нормативну лексику, емоції замінюються смайликами – усе це негативно позначається на спілкуванні у реальному світі.

4. Ще одна негативна причина це те, що, більшість людей, видають себе в мережі не за того, ким є вони у реальному житті. Жертвами такого обману можуть стати люди, які розміщують правдиву інформацію за себе. У такому випадку, псевдоособистість, обманом домагається налаштування до себе і рано чи пізно, може піддати небезпеці співбесідника в соціальних Інтернет-мережах людину.

Висновки. Досягнення визначеної в статті мети дозволяє зробити наступні висновки. Соціальні Інтернет-мережі – це можливість використання Інтернету для взаємодії і взаємозв'язку значної кількості суб'єктів з метою встановлення дружніх стосунків, сумісного вирішення певних завдань або обміну інформацією. Вони значно спростили спілкування людей і дозволяють організувати комунікацію людям з різних частин планети в режимі реального часу. Незважаючи на доволі короткий термін існування, рівень популярності соціальних Інтернет-мереж зростає в усьому світі, Україна не є винятком.

Молодь, яка складає найчисельнішу групу користувачів соціальних Інтернет-мереж, активно залучається до них, вважаючи їх більш зручним та доступним способом спілкування та обміну інформацією. В зв'язку із зростанням кількості молодих користувачів сучасними соціальними Інтернет-мережами слід продумати шляхи нейтралізації негативного інформаційного впливу Інтернету на особистість. Головну роль у вирішенні даної проблеми повинна зіграти держава. Назріла необхідність визначення твердих критеріїв допустимості розміщення в мережах певних видів інформації. Варто виробити працюючі механізми обмеження доступу до окремих сайтів для різних вікових категорій аудиторії Інтернету. Потрібно законодавчо закріпити відповідальність власників сайтів за зміст розміщуваних інформаційних матеріалів.

Родина також не повинна бути нейтральним спостерігачем, а приймати активну участь у перетворенні соціальних Інтернет-мереж в інструменти саморозвитку молодої людини. Обо'язок батьків, старших братів і сестер допомагати молоді відокремлювати сміття, полову від зерен раціональної інформації, навчати ефективно використовувати соціальні Інтернет-мережі в різноманітних областях не тільки з метою розваг, налагодження контактів та спілкування, а й для отримання корисної інформації,

Безумовно, в статті розглянуто лише вершину айсберга, про вплив соціальних мереж на молодь.

ДЛЯ НОТАТОК

ДЛЯ ПОДАТОК

ІМЕННИЙ ПОКАЖЧИК

Андрусів В.В.	83
Бабич Б.	154
Бадрак В.В.	36
Білан М.Б.	44
Білян П.Я.	98
Вежель Л.М.	33
Верголяс О.О.	103
Волошина Н.М.	171
Воропаєва Т.С.	63
Грень Т.П.	94
Ділай А.Ю.	54
Забарило Є.О.	117
Золотухін Д.Ю.	124
Зоріна Я.В.	86
Канкін І.О.	148
Кісліцина Л.П.	82
Клиновий Д.В.	111
Клабан В.	149
Коваленко В.В.	96
Король В.Г.	19, 31
Крисьяк П.В.	108
Клубань О.М.	69, 139
Курбан О.В.	90
Лейкін О.С.	106
Любовець Г.В.	28, 31
Малєєв К.С.	7
Марченко-Бабіч О.М.	47
Медведев В.С.	79
Нестеренко С.О.	59
Пампуха І.В.	171
Параніч О.П.	159
Парфенюк І.М.	76
Позняков О.П.	162
Проворний Є.В.	170
Райхель Ю.Б.	10

Рогов П.Д.	111
Романюк В.С.	131
Рубель К.В.	108
Савчук Р.П.	15, 142
Середа С.П.	136
Скоростецький В.П.	166
Староконь Є.Г.	148
Сученко В.В.	57
Фіщенко Д.О.	75
Хлібович Т.М.	100
Юрковська С.В.	144
Юрковський П.П.	144

Наукове видання



ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

Міжнародного Форуму з кризових комунікацій

" Комунікаційно-контентна безпека в умовах гібридно- месіанських агресій путінської Росії "

За загальною редакцією к.філол.н., професора
генерал-майора В.В. Балабіна

Тексти тез представлено у авторській редакції. Автори несуть повну відповідальність
за зміст, добір, точність наведених фактів, цитат,
власних імен, дат та інших відомостей

Збір, узгодження, первинна обробка – Савенко В.М.
Технічний редактор – Ділай А.Ю.
Комп'ютерна верстка, оригінал-макет та обкладинка – Ділай А.Ю.

Підписано до друку 06.06.16. Формат 60x84/16.
Гарнітура Times. Папір офсетний. Друк ризограф. Наклад 50 прим.
Ум. друк. арк. 1,75. Зам. № 40-16.

Надруковано у навчальному картографічному комплексі ВІКНУ
03680, Київ, вул. Ломоносова, 81
т. 521-32-89.

