

ДЕСТРУКТИВНІ СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ РОСІЇ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ МАС-МЕДІА)

Однією з потенційних загроз національній безпеці будь-якої країни є переформатування її інформаційного простору і, як результат – ціннісних систем різних цільових аудиторій. Суб'єктом впливу є людина та суспільство загалом, а об'єктом – інформаційна сфера, що включає такі складові: інформацію; інформаційні ресурси; інформаційну інфраструктуру, яка містить такі інформаційні системи: а) організаційні, що забезпечують розвиток і функціонування інформаційної сфери; б) інформаційно-телекомунікаційні, що здійснюють управління інформаційними потоками; в) інформаційні, комп'ютерні та телекомунікаційні технології; г) засоби масової інформації.

Постановка проблеми. Сучасна гібридна війна потребує від України активних асиметричних інформаційних дій, що, в свою чергу, має забезпечуватися: а) стратегічно визначеною інформаційною політикою держави; б) компетентним підходом у кадровій політиці; в) фаховим аналізом та прогнозуванням інформаційних викликів; г) асиметричним реагуванням на них.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стратегічний підхід до аналізу інформаційного середовища зафіксований у західних навчальних

виданнях для фахівців сектору безпеки та оборони [3–6]. Аналітичні пошуки фахівців Чепменського університету (Каліфорнія, США), Ризького Центру стратегічних комунікацій довели, що найактуальнішими викликами Україні в умовах російської агресії є комунікаційні (російські кібератаки, розповсюдження медіавірусів в електронній пошті українських силовиків; спроби руйнації певних комунікаційних систем України тощо) та комунікативні (радикалізація та відчуження аудиторій як України, так і західних країн; брехня як відволікаюча тактика, що забирає багато часу і зусиль тих, хто намагається нанести контрудар тощо) виклики.

Саме з цих причин актуальності набуває реалізація в Україні Плану заходів з реалізації Дорожньої карти Партнерства у сфері стратегічних комунікацій між Радою національної безпеки і оборони та Міжнародним секретаріатом НАТО [1].

Метою статті є висвітлення деструктивних стратегічних комунікацій Росії, які вона застосовує щодо України та міжнародної спільноти.

Виклад основного матеріалу. Аналіз медіапростору 2014–2016 років дозволив визначити наративи, які експлуатуються Росією в сучасній інформаційній війні найбільш активно.

Наратив «Російська слов'янська православна цивілізація. Росія – періоджерело православ'я». За даними порталу Радіо Свобода, Київський патріархат підтримує 60 % населення, до нього з різних регіонів переходять парафіяни. Представники Московського патріархату намагаються завадити переходу церкви до іншої конфесії, вони наполягають на тому, що процедура переходу в іншу конфесію відбувається із порушеннями. «Сьогодні ми змушені – підкреслимо це – вголос на ектенії поминати Патріарха, а вчора він нагороджував вищими церковними нагородами за внесок в духовне просвітництво Кисельова, людину, яка сіє ненависть між нашими народами і плете чорну брехню щодо України, брехню нечувану за всю її історію. Головний імперський наклепник виконує державне замовлення і Бог йому суддя, а Патріарх через церковні канали беззастережно сприяє поширенню цієї брехні, і Церква йому не авторитет... Патріарх просто єпископ столиці сусідньої держави і Предстоятель своєї Помісної Церкви. Головний злочин Патріарха Кирила (Гундяєва) проти нашого народу – це те, що збройний конфлікт між нашими державами він трактує як **священну війну**... Для всіх, хто мислить і любить Церкву, зрозуміло, що Патріарх цілком підтримує державну політику Росії, саме тієї Росії, яка веде сьогодні війну з нашим народом, а Патріарх виступає її ідеологічним двигуном. Київська Митрополія УПЦ змушена бути складовою частиною ідеологічної системи російської пропаганди...». (<http://www.radiosvoboda.org/a/26898159.html>).

Отже, Українська православна церква Московського патріархату перетворилася на потужну організаційну зброю, яка захищає інтереси Росії. Нами було проаналізовано комунікативну діяльність релігійних громад і конфесій у зоні АТО і зроблено висновок щодо активного використання священнослужителів в інтересах Росії. Так, священнослужителі Української православної церкви Московського патріархату при спілкуванні з українськими військовими ведуть себе дуже агресивно, під час проповідей ведуть пропаганду ідеї «руського миру», оказують гуманітарну допомогу сепаратистам, ведуть агентурну роботу щодо збору та передачі інформації. Прикладом такої деструктивної поведінки була відкрита відмова керівників духовенства УПЦ МП під час засідання Верховної Ради вшанувати хвилиною мовчання та вставанням загиблих в АТО (<https://www.pravda.com.ua/news/2015/05/9/7067252/>).

На перших етапах російської агресії РПЦ відводилася роль в обґрунтуванні змін та підготовки населення (http://texty.org.ua/pg/news/textynewseditor/read/65583/Gorbulin_dokladno_proanalizuvav_jak_Rosija_r_okamy_gotuvalasa). «...Із 2008 року Кремль розпочав пропагандистську підготовку до агресії проти України. У пресі, на телебаченні, в Інтернеті реалізовувалися пропагандистські кампанії і спеціальні інформаційні операції. Масовими накладками видавалися різноманітні книжки про майбутню російсько-українську війну. Ідеологічною основою російської пропаганди стала концепція «русского мира», сформована ще в 1970-х роках

у середовищі московської ліберальної інтелігенції (з кола М. Гефтера) й підхоплена у 2010-х патріархом РПЦ Кирилом (В. Гундяєвим)». У теперішній час РПЦ продовжує та спрямовує медіаактивність на протидію українським реформам (www.niss.gov.ua/content/articles/files/Razom_kRym_donbas-4ab2b.pdf) та розкол українського суспільства (<http://h.ua/story/263330>).

Створення в Україні власної помісної церкви (принаймні УПЦ КП та УГКЦ) обговорюють питання об'єднання) автоматично змінить розклад сил у православному світі. Вихід України із зони впливу РПЦ може покласти початок «параду суверенітетів». Це означає обмеження впливу Росії на регіон за допомогою релігійних важелів.

Отже, **наратив «Російська слов'янська православна цивілізація. Росія – першоджерело православ'я»** загрожує національним інтересам України, її суверенітету та є потужним інформаційним ресурсом, який слід враховувати при формуванні концепції інформаційної політики держави. Нині потрібна зміна пріоритетів держави при налагодженні державно-церковних відносин. Необхідна активізація ЗМІ (світських, церковних) щодо висвітлення ролі релігійних інституцій, які працюють на злагоду у суспільстві або підтримують сепаратистську/підривною діяльність. Це передбачає ефективну протидію таким зовнішнім викликам: розпалювання міжнаціональних та міжконфесійних/міжцерковних конфліктів; обґрунтування й підтримка автономістських ідей і сепаратистських сил

частиною населення України; використання релігійних організацій спецслужбами іноземних держав для проведення розвідувально-підривної діяльності; використання релігійних організацій екстремістськими угрупованнями для провокування акцій громадської непокори, масових заворушень, терористичної та іншої протиправної діяльності; поширення деструктивних ідеологій за допомогою навчання та діяльності релігійних організацій.

Наратив «Крим – це Росія». У заяві представника ЄС з питань зовнішньої та безпекової політики (<http://www.radiosvoboda.org/a/news/28270489.html>) наголошується, що у Криму постійно порушуються права кримських татар та здійснюється їхнє залякування. З цього приводу ЄС висловлює стурбованість з приводу погіршення ситуації у сфері прав людини, зокрема прав національних меншин, на півострові після незаконної анексії Криму Російською Федерацією.

Лідер Меджлісу кримськотатарського народу Р. Чубаров припустив, що з моменту анексії Криму Росією з півострова на материкову Україну переїхало не менше 20 тисяч осіб. Потужний тиск здійснюється на кримськотатарські ЗМІ (<http://ua.krymr.com/a/28064735.html>).

До 31 березня 2015 року на території Криму розповсюджували свою продукцію такі кримськотатарські ЗМІ: газети «Янъы Дунья», «Къырым», «Голос Крыма», «Авдет», журнали «Арманчыкъ», «Къасевет», «Йылдыз», інформаційні агентства «Крымские новости QHA» та інтернет-портал «15 минут», телеканали

ATR і Lale, радіо «Мейдан». В анексованому Криму практично не залишилося національних ЗМІ. Серед газет, що видаються кримськотатарською мовою, реєстрацію пройшло єдине регіональне видання «Сувдагъ сеси» як додаток до газети «Судакские вести». Перереєстровано газету «Янъы донья». Крім ЗМІ медіахолдингу ATR, відмову в перереєстрації отримали: кримськотатарське інформаційне агентство QHA (двічі), газета «Авдет», журнал «Йылдыз», журнал «Арманчыкъ».

Із 1 квітня 2015 року припинили своє мовлення телеканал ATR та інші ЗМІ медіа-холдингу (телеканал Lale, радіостанції «Мейдан» і «Лідер»), які не пройшли перереєстрацію відповідно до російського законодавства через відмову в ліцензіях від Роскомнагляду.

Інформаційне агентство «Крымские новости QHA» також отримало відмову в реєстрації та було змушене припинити свою діяльність на території Криму і переїхати до Києва.

У свою чергу, голова «Державної ради Криму» закликав кримське «Міністерство інформації» посилити інформаційну війну проти материкової України і більше працювати над пропагандою «республіки» на противагу повідомленням про півострів, які з'являються в українських медіа (<http://ua.telekritika.ua/kontekst/2015-06-09/107994>).

Внаслідок того, що багато представників кримських ЗМІ відрізані від міжнародних мас-медіа і не можуть викласти в них альтернативну точку зору, окупаційній владі Криму запропоновано створити окремий телевізійний канал, який

вестиме передачі англійською мовою. Як зазначили представники кримських ЗМІ, лояльних окупаційній владі, мас-медіа півострова «...працюють в умовах інформаційної війни, розв'язаної проти Росії» (<http://ua.telekritika.ua/kontekst/2015-06-09/107994>), а Крим «...піддається економічній, політичній та інформаційній блокаді» (<http://ua.telekritika.ua/kontekst/2015-06-09/107994>).

«18 квітня цього року ознаменується одночасним півторамільйонним збільшенням кількості громадян Російської Федерації. Правова підстава для цього вельми специфічна – договір між Російською Федерацією та Республікою Крим. Управління ФМС Росії по Республіці Крим заявляє про 1 млн 534 тис. жителів Криму згідно з даними держреєстру виборців станом на 28 лютого 2014 року» (<http://zib.com.ua/ua/print/80678>).

Раніше у Криму відмовилися від отримання паспортів громадян РФ близько 3,5 тисяч жителів півострова.

Наратив «Україна – небажаний партнер США та країн Європи». Визначальні геополітичні і геостратегічні аспекти країни активно висвітлюються в матеріалах національних і зарубіжних інформаційних джерел. Захід поступово починає втрачати інтерес до подій в Україні, оскільки має певні економічні зв'язки з Росією. Так, наприклад, за словами А. Меркель, до 300 тисяч робочих місць німців безпосередньо або опосередковано було пов'язано з російськими контрактами (<http://www.dw.com/uk>). З введенням санкцій такі країни, як Італія, Іспанія, Франція та інші, на наш погляд, втратили величезний ринок збуту з боку Росії.

Росія продовжує активно діяти у інформаційному середовищі Європи. До 600 млн доларів США було витрачено на створення англомовного телерадіомовлення на теренах Європи. «Russia Today»... фінансується з федерального бюджету Росії. Так, у 2005, 2006 роках на бюджет каналу щорічно витрачалось по 30 млн доларів США, у 2007 році – 2,4 млрд рублів, у 2008 році – 3,6 млрд рублів (більш ніж 100 млн доларів США). Таку ж саму суму планувалось надати і у 2009 році. Орієнтовний бюджет компанії у 2016 році складав 250 млн доларів США (<https://ru.wikipedia.org/wiki/RT>). Для роботи на каналі «Russia Today» було залучено відомих професійних західних журналістів, наприклад, 25 вересня 2008 року Кевін Оуен став лауреатом премії ТЭФІ в номінації «Кращий телеведучий інформаційної програми» (<https://ru.wikipedia.org/wiki/RT>).

Основною темою іншомовних каналів «Russia Today» (RT) є конфлікт в Україні. Експерти університету Джорджа Вашингтона проаналізували 2695 відеосюжетів каналу в YouTube. Зроблено висновки, що «... RT дотримується майстерної тактики щодо аудиторії YouTube, чітко визначивши свої цільові групи та звертаючись безпосередньо до кожної з них» (<http://m.tyzhden.ua/news/132701>). Крім основного англомовного каналу RT, на YouTube існують окремі канали для певних країн, регіонів, мовних груп – RT Америка, RT Великобританія, RT Франція, RT іспанською, RT російською, RT німецькою та RT арабською мовами. Матеріали на кожному з

каналів чітко демонструють ті ідеї, які RT намагається донести до конкретної аудиторії. Зокрема, відео RT Америка докладає зусиль, аби показати уряд США некомпетентним, порасистськи налаштованим та схильним до порушення прав людини. За інформацією дослідницької компанії Ipsos, щотижнева аудиторія RT в США станом на 2016 рік складала близько 8 млн чоловік, у Європі – понад 36 млн, в Індії – 7 млн, на Близькому Сході й у Африці – 11 млн. Загальна щотижнева аудиторія у світі складає більше 70 млн чоловік. За цими показниками RT посідає 5 місце у США серед неамериканських новинних телеканалів і 5 місце в Європі серед усіх новинних телеканалів (<https://www.ipsos.com>).

Зроблений нами контент-аналіз [2] довів: щотижня на каналі RT Америка виходить 30–40 відео, YouTube Великобританія – близько 10, YouTube RT арабською – близько 125 відео; 27 % матеріалів основної англомовної версії RT демонструють російський погляд на кризу в Україні; німецькомовний канал RT переважно містить матеріали про європейські справи і українську кризу (33 %). Резонансною подією стало звільнення в прямому ефірі ведучої телеканалу «Russia Today» Ліз Валь, яка розповіла правду про особливості російської пропаганди (<http://dt.ua/WORLD/veducha-russia-today-zvilnilasya-u-pryamomu-efiri-cherez-rosiysku-okupaciyu-krimu-139037.html>).

На думку британських аналітиків (mediarnbo.org/.../10-metodiv-protistoyannya-rosiyskiy-pro), пропаганда телекомпанії RT є набагато

Media space of strategic communications

ефективнішою, ніж слабкі спроби Заходу протистояти такій інформації. Зважаючи на те, що телеканал має понад 1 млрд завантажень на YouTube, західні країни намагаються надолужити та поживити свої «зусилля на інформаційному фронті».

Висновки. Аналіз масмедійного простору довів, що російський агресивний дискурс фіксується на рівні нарративів, що траншуються для різних цільових аудиторій по різних комунікаційних каналах. Українські інформаційні дії, щоб бути ефективними, мають відповідати таким вимогам: а) здійснюватися за

єдиною стратегією, обов'язковою для всіх учасників комунікативного процесу – державних органів, силових відомств, мас-медіа тощо; б) орієнтуватися не на відповіді, а на асиметричні випереджальні дії; в) враховувати вплив двох комунікативних потоків – західного та російського; г) доносити українську позицію як внутрішнім, так і зовнішнім аудиторіям за різними комунікаційними каналами; д) формувати українські нарративи, що розкривають реальний історико-соціальний стан справ.

Список використаних джерел

1 План заходів з реалізації Дорожньої карти Партнерства у сфері стратегічних комунікацій між Радою національної безпеки і оборони та Міжнародним секретаріатом НАТО, затверджений Секретарем РНБО України. – 05.11.2015.

2 Мильченко О. М. Виклики політики безпеки: Історія та сучасність / О. М. Мильченко // Збірник тез доповідей міжнародної наукової конференції / Національна академія Сухопутних військ імені Петра Сагайдачного; Жешувський університет. – Львів, 2016. – С. 88–90.

3 Commander's Handbook for Strategic Communication and Communication Strategy. – Version 3.0. – US Joint Forces

Command Joint. Warfighting Center, 2010. – 232 p.

4 Mapping of Stratcom Practices in NATO Countries / NATO StratCom COE Steering Committee, November 2015. – 55 p.

5 NATO Strategic Communications Centre of Excellence Riga, Latvia [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.stratcomcoe.org>.

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

Рецензенти:

доктор філологічних наук, професор

Л. Компанцева,

кандидат філологічних наук, доцент

Т. Івасишина

Аннотація: Автор представляє аналітичний огляд матеріалів вітчизняних і зарубіжних ЗМІ, розглядає їх потенційне вплив на різні цільові аудиторії. На прикладі трьох наративів «Російська слов'янська православна цивілізація. Росія – первісточник православ'я», «Крим – це Росія», «Україна – небажаний партнер США і країн Європи», автор робить висновок про активність Росії в здійсненні деструктивного стратегічного впливу на міжнародне суспільство.

Ключові слова: асиметричний відповідь, гібридна війна, деструктивний стратегічний вплив.

Abstract: The author provides analytic review of local and foreign mass media, studies their eventual influence on various target audiences. Based on three narratives such as «Russian Slavic orthodox civilization. Russia as an Orthodox cradle», «The Crimea is Russia», «Ukraine is an undesirable partner of the USA and western countries», the author comes up to the conclusion on Russia's proactive attitude in its destructive StratCom and disoriented influence on international community.

Key words: asymmetric response, hybrid war, destructive StratCom.

УДК 316.77

ЧЕРЕВАТИЙ Сергій Володимирович
ПАТОЛА Володимир Богданович
ХАТАМОВА Тетяна Зокирівна

РОБОТА ВІДОМЧИХ ЗМІ ДЕРЖПРИКОРДОНСЛУЖБИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ КОНЦЕПЦІЇ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Постановка проблеми. За умови гібридної війни діяльність усіх суб'єктів інформаційного простору не може залишитися осторонь від фактів скерованого поширення інформації, дезінформації, цілеспрямованого інформаційного впливу на суспільство та підсвідомість окремих категорій споживачів інформації. Від політики в інформаційному просторі, безумовно, залежить якість та складність виконання завдань державними інституціями, зокрема Збройними Силами Ук-

раїни, правоохоронними органами, військовими формуваннями, утвореними відповідно до законодавства держави. Правильно побудована комунікація з місцевим населенням і громадськістю загалом завжди були принциповими аспектами та важливими завданнями Прикордонних військ, а пізніше – Державної прикордонної служби України (далі – ДПСУ). Сьогодні у ДПСУ відбуваються певні реформотворчі процеси, мета яких – уніфікувати певні підроз-