

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ СУБ'ЄКТІВ
ПОЛІТИКИ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ
ПОЛІТИЧНОЇ ДІЙСНОСТІ**

Колективна монографія



Видавничий дім
«Гельветика»
2021

УДК 316.77:32«312»
С83

Рецензенти:

Польовий М. А., доктор політичних наук, професор кафедри політології та державного управління Донецького національного університету ім. В. Стуса;

Бессараб А. О., доктор наук із соціальних комунікацій, доцент, професор кафедри спеціальної освіти та психології КЗВО «Хортицької національної навчально-реабілітаційної академії» ЗОР;

Горло Н. В., доктор політичних наук, доцент, професор кафедри політології Запорізького національного університету

*Рекомендовано до друку вченою радою
Запорізького національного університету
(протокол № 4 від 26 жовтня 2021 року)*

Стратегічні комунікації суб'єктів політики в умовах сучасної
С83 політичної дійсності : колективна монографія / за заг. ред.
Хорішко Л. С. – Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика», 2021. – 178 с.

ISBN 978-966-992-687-6

У монографії висвітлено філософські та соціокомунікаційні аспекти стратегічних комунікацій. Конкретизовано зміст та особливості стратегічних комунікацій як інструменту реалізації інтересів політичних суб'єктів. Проаналізовано підходи до дослідження стратегічних комунікацій в політичній сфері. Досліджено основні складові стратегічних комунікацій: публічну дипломатію, зв'язки з громадськістю, залучення лідерів думок, цивільно-військове співробітництво. Розглянуто суб'єктність політичної еліти у формуванні та реалізації стратегічних комунікацій. Проаналізовано досвід НАТО, ЄС, а також Франції, Німеччини, Польщі у використанні потенціалу стратегічних комунікацій в реалізації ключових інтересів на внутрішньому та зовнішньому рівнях політичної діяльності.

Монографія виконана у контексті цілей та завдань НДР, що фінансується за рахунок коштів загального фонду державного бюджету: «Стратегічні комунікації як інструмент реалізації національних інтересів держави: український та закордонний досвід», № 1/21, номер державної реєстрації 0121U107470.

УДК 316.77:32«312»

ЗМІСТ

| | |
|------------------------|---|
| ПЕРЕДМОВА | 5 |
|------------------------|---|

РОЗДІЛ 1

ФІЛОСОФСЬКІ ТА СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1.1 Етимологія понять «комунікація» та «стратегія» (<i>І. О. Павленко</i>) | 7 |
| 1.2 Інформаційно-комунікаційна діяльність світового українства як «м'яка сила»: документні ресурси, стратегічні наративи (<i>В. А. Ковпак</i>) | 30 |
| 1.3 Національні стереотипи як засіб позиціонування держави на внутрішньому та зовнішньому рівнях комунікації (<i>Н. М. Лебідь</i>) | 62 |

РОЗДІЛ 2

СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНТЕРЕСІВ ПОЛІТИЧНИХ СУБ'ЄКТІВ

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 2.1 Національні інтереси держави: поняття та функції (<i>Л. С. Хорішко</i>) | 93 |
| 2.2 Стратегічні комунікації в політиці: підходи до розуміння та основні види (<i>Л. С. Хорішко</i>) | 111 |
| 2.3 Суб'єктність політичної еліти у реалізації стратегічних комунікацій (<i>Л. С. Хорішко</i>) | 134 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 2.4 Зарубіжний досвід використання стратегічних комунікацій у політичній сфері (Л. С. Хорішко) | 149 |
| 2.4.1 Особливості використання стратегічних комунікацій в реалізації ключових інтересів НАТО та ЄС | 149 |
| 2.4.2 Стратегічні комунікації як інструмент реалізації національних інтересів держави (на прикладі Франції, Німеччини, Польщі) | 162 |
| ПІСЛЯМОВА | 175 |

ПЕРЕДМОВА

Успішність сталого розвитку сучасних держав і міжнародних інституцій зумовлена здатністю реагувати на глобальні виклики сучасності та відстоювати власні інтереси. Ключові інтереси політичних суб'єктів мають потенціал консолідації, оскільки визначають фундаментальні цінності та потреби суспільства чи певних груп громадськості у забезпеченні стабільного розвитку та досягненні відповідного рівня суспільного блага. Вони сприяють активізації діяльності політичних суб'єктів на внутрішньому та зовнішньому рівнях реалізації політики. Чітке позиціонування інтересів та формування дієвої системи інструментів їх реалізації є одним із основних факторів високого рівня суб'єктності держав чи міжнародних інституцій у політичному просторі.

В умовах сучасної політичної дійсності перед світовою спільнотою стоїть завдання постійного удосконалення чинних моделей сталого розвитку та пошук нових політико-технологічних інструментів відстоювання власних інтересів. Стратегічні комунікації можна розглядати як сукупність засобів оптимізації залучення комунікативних можливостей політичних суб'єктів до ефективного позиціонування та реалізації ключових інтересів у політичному просторі. Вони розширюють можливості сучасних держав чи міжнародних інституцій у здійсненні політико-комунікативної діяльності, спрямованої на поглиблення партнерського співробітництва у сфері безпеки та сталого розвитку, а також залучення ресурсного потенціалу стейкхолдерів до вирішення гостроактуальних питань.

Відтак, актуалізація потреби у ґрунтовному дослідженні особливостей використання стратегічних комунікацій у реалізації ключових інтересів відповідає сучасним викликам, що постають перед суб'єктами політики. Аналіз змісту стратегічних комунікацій

та узагальнення зарубіжного досвіду їх практичного використання є актуальним для сучасного етапу розвитку України. Ресурсний потенціал стратегічних комунікацій може розглядатися як дієвий інструмент розв'язання гостроактуальних питань відновлення суверенітету та територіальної цілісності держави.

Можна констатувати наявність значного масиву наукових розвідок стосовно сутності та змісту стратегічних комунікацій, особливостей їх використання у політичній сфері. Проблематика концептуалізації стратегічних комунікацій, їх ролі у процесах державотворення досить широко представлена в наукових доробках українських учених, серед яких Д. Дубов, О. Дзьобань, В. Ліпкан, О. Кушнір. Практичні аспекти використання стратегічних комунікацій у військово-політичній сфері окреслені у наукових розвідках Р. Брукс, Е. Голдман, К. Галлахана, С. Харлі. Водночас, наявні наукові дослідження не вичерпали можливостей подальшої розробки цієї тематики, враховуючи динаміку сучасних політичних процесів. Подальша концептуалізація вказаної проблематики сприятиме поглибленню теоретичних напрацювань відносно змісту та ролі стратегічних комунікацій у політиці, можливостей їх використання в реалізації національних інтересів держав і міжнародних інституцій в контексті сучасних викликів глобального розвитку. Узагальнення теоретичних знань і зарубіжного досвіду реалізації стратегічних комунікацій сприятиме розширенню можливостей їх використання в умовах української політичної дійсності.

Авторський колектив: передмова, післямова, розділ 2 – *Хорішко Лілія Сергіївна*, доктор політичних наук, доцент, професор кафедри політології; розділ 1: 1.1 – *Павленко Іва Олександрівна*, кандидат філософських наук, доцент кафедри соціології; розділ 1: 1.2 – *Ковпак Вікторія Анатоліївна*, доктор наук із соціальних комунікацій, доцент, професор кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності; розділ 1: 1.3 – *Лебідь Наталія Михайлівна*, кандидат філологічних наук, доцент кафедри видавничої справи та редагування.

РОЗДІЛ 1

Філософські та соціокомунікаційні аспекти стратегічних комунікацій

1.1 Етимологія понять «комунікація» та «стратегія»

Проблема стратегічних комунікацій відносно нова в теорії комунікацій. На думку Е. Пашенцева, термін «стратегічні комунікації» набув поширення, насамперед, у США – як в наукових колах, так і в політиці, військовій справі та бізнесі¹. З початку XXI ст. у цій країні мало місце багато спроб надати системну оцінку значущості стратегічних комунікацій у зовнішній політиці і забезпеченні національної безпеки. Зокрема, Департамент оборони США визначає стратегічні комунікації як «цілеспрямовані дії уряду США відносно розуміння та залучення ключових аудиторій до створення, зміцнення або збереження сприятливих для розширення інтересів, політик і завдань через реалізацію координаційних програм, планів, тем, ключових повідомлень і синхронізованих продуктів з використанням усіх інструментів державної влади»².

Понятійний аналіз терміну «стратегічні комунікації» потребує звернутись до етимологічного навантаження таких понять як «комунікація» та «стратегія» для з'ясування ролі стратегії у смислому значенні комунікацій. Почнемо з визначення іменника – комунікація.

¹ Пашенцев Е. Н. Стратегическая коммуникация США: «Имперское перенапряжение сил». *Мир и политика*. 2012. № 8. С. 110–119.

² William M. Darley. The Missing Component of U.S. Strategic Communications. *Joint Force Quarterly*. 2007. Issue 47. P. 109.

Термін «комунікація» (від лат. *communicatio* – повідомлення, передача; *communicare* – робити загальним, розмовляти, пов'язувати, повідомляти, передавати) означає: 1) шлях повідомлення (водна, повітряна, транспортна комунікація); 2) форму інформаційного зв'язку (телефон, телеграф, радіо, електронна пошта); 3) акт спілкування, взаємодія між двома або більше індивідами, засновані на взаєморозумінні (репліка, погляди, жести, звернення, бесіда, сварка, переговори); 4) повідомлення інформації однією особою іншій або ряду осіб; 5) масова комунікація – процес повідомлення інформації великим аудиторіям за допомогою технічних засобів (преса, радіо, кінематограф, телебачення)³.

Вказане визначення свідчить про широке застосування дефініції в живій природі (біокомунікації), в суспільстві (соціальні комунікації), у технічних пристроях і машинах (технічні комунікації). Таким чином, комунікація – це обмін інформацією між системами різного типу (біологічними, соціальними, технічними).

Зрозуміло, що тип системи у даному випадку визначається прикметником «стратегічний». Він є похідним від іменника «стратегія», що походить від давньогрецької *στρατηγία* «мистецтво полководця», має коріння від *στρατηγός* «полководець, вождь, командуючий», точніше *στρατός* «військо» + *ἄγω* «веду». Пізніше це слово у латинській транскрипції «*strategia*» використовувалося майже у всіх європейських мовах: англійській (*strategy*), французькій (*stratégie*), німецькій (*Strategie*), італійській (*strategia*), польській (*strategia*), іспанській (*estrategia*), шведській (*strategi*), угорській (*stratégia*), португальській (*estratégia*), російській (стратегия), українській (стратегія), білоруській (стратэгія), а також у мовах інших народів, наприклад, у турецькій (*strateji*) та у тюркській гілці алтайської сім'ї мов.

Ще на перших етапах осмислення стратегії визначалася її суб'єктна складова у характеристиках образу ідеального стратега,

³ Коммуникация. *Словарь иностранных слов*. 12-е изд. Москва, 1985. С. 240.

полководця, ідеального управління у складних, конфліктних та екстремальних ситуаціях. Адже відомо, що у багатьох державах лідер, президент, голова виконавчої гілки влади є верховним головнокомандуючим, навіть за умови наявності масштабних суб'єктів стратегії (так званих «композиційних особистостей») – генеральних штабів, «фабрик думок», рад національної безпеки тощо).

Усе це в якості необхідності вимагає від суб'єктів стратегії філософсько-методологічного рівня рефлексії, тому стає зрозумілим, що більшість теоретиків та практиків стратегії вважали себе учнями філософів (Ксенофонт – Сократа, О. Македонський – Аристотеля) або надавали філософсько-соціологічний аналіз комунікаційних процесів, що впливають на устрій держави, легітимацію політичних суб'єктів (П. Сорокін, М. Головін, О. Свечін, В. Соколовський, М. Огарков та інші).

Велика радянська енциклопедія дає визначення стратегії як «вищої частини воєнного мистецтва, яка охоплює питання теорії та практики підготовки держави, збройних сил до війни, планування і ведення стратегічних операцій чи війни у цілому»⁴. У воєнній літературі стратегія визначається як система наукових знань про закономірності війни та сферу практичної діяльності вищого командування, яка відноситься до мистецтва підготовки держави та збройних сил до ведення війни⁵. У словнику Міністерства оборони США стратегія визначається як «the prudent idea or set of ideas for developing and employing the instruments of national power in a synchronized and integrated fashion to achieve theater, national, and/or multinational objectives»⁶, що можна умовно перекласти таким чином: стратегія – це заздалегідь розроблений план (prudent idea) або сукупність планів по розвитку, впровадженню в узгодженому

⁴ Стратегия военная. *Большая Советская Энциклопедия* / под ред. А. М. Прохорова. 3-е изд. Т. 24. Ч. 1. Москва : Советская энциклопедия, 1976. С. 547.

⁵ Военная стратегия / под ред. В. Д. Соколовского. Москва : Военное издательство, 1968. С. 20.

⁶ DOD Dictionary of Military and Associated Terms. URL: <https://www.jcs.mil/Portals/36/Documents/Doctrine/pubs/dictionary.pdf> (last accessed: 08.08.2021).

та комплексному вигляді усіх доступних державній владі (national power) засобів та інструментів для досягнення цілей в районах бойових дій, національного або багатонаціонального рівнів.

Хоча в сучасній літературі про стратегію ведуться жваві дискусії щодо її визначення, кожне з них охоплює три атрибутивні елементи: цілі (ends), шляхи (ways) та засоби (means). Необхідно відзначити, що американське визначення стратегії багато в чому нагадує стратегічний аналіз О. Свечина, який продовжуючи традицію військового аналізу Дельбрюка, розробив стратегічний аналіз комунікацій під час ведення бойових дій⁷.

Як зазначають М. Лепський та І. Кудінов, «суб'єктний, масштабний, цілісний характер стратегії відображений і у східній етимології стратегії. У китайській та японській мовах термін «стратегія» має схожу побудову у вигляді наступного біному: 1) традиційне написання ієрогліфів 戰略 (zhànlüè); 2) спрощене написання ієрогліфів 战略 (zhànlüè); 3) японське написання ієрогліфів 戦略 (せんりゃく / senryaku). Перша частина 戰 (战/戦) перекладається як війна, бій, битва. Другий ієрогліф 略 є сполученням двох більш простих ієрогліфів 田 («поле») та 各 (кожний), що дослівно можна перекласти як «ходити навкруги поля» або «складати схему поля». Слід зауважити, що цей ієрогліф, на відміну від першого, що має три варіанти написання, залишився без трансформацій в кожній з систем написання. Ієрогліф 略 означає як іменники («абревіатура», «виключення», «план», «схема»), так і дієслова («завойовувати», «грабувати»). У смисловому значенні ці ієрогліфи, як і в цілому ієрогліфічна мова, надають багатопланові образи та асоціації – семантичне поле, в якому відзначимо лише декілька «прив'язок», смислових аспектів»⁸.

⁷ Свечин А. А. Стратегия; 2-е изд. Москва : Военный Вестник, рабочее издательство «Прибой» им. Евг. Соколовой, 1927. С. 44.

⁸ Лепський М. А., Кудінов І. О. Понятійний аналіз «стратегії в політиці». Стратегічне прогнозування політичних ситуацій та процесів : монографія / за заг. ред. М. А. Лепського. Запоріжжя : ЗНУ, 2012. С. 69–91. С. 71.

Як зазначають автори⁹, у Південно-Східному регіоні Азії філософська, культурна, естетична, військова підготовка була обов'язковою у державних діячів, тому військові смисли запозичувалися та використовувалися у державно-політичній практиці. Смысл «стратегія для кожного» став основою для розповсюдження стратагемного підходу до діяльності. Схожі процеси використання військових смислів були у практиці державного управління Давньої Греції та Риму, що потім було перейнято державами Західної Європи.

Слід зазначити, що етимологічні дослідники пов'язують терміни «стратегія» та «політика». Так, Український тлумачний словник, Оксфордський словник англійської мови та Російсько-Іспанський словник визначають стратегію як систему, спосіб, метод, алгоритм, поведінку (лінію поведінки), послідовність, політику та філософію дій в умовах задалегідь визначених обмежень або правил гри¹⁰.

Як зазначає В. Зарубін¹¹, в англійській мові відносно визначення теорії політики використовують два поняття *policy* та *politics*. «*Policy*» визначається як програма, метод дій, самі дії, що здійснюються людиною, групою людей по відношенню до певної проблеми чи проблем суспільства загалом. Термін «*politics*» відноситься до тієї сфери суспільного життя, в якій існує постійна конкуренція чи протиробство різних політичних сил, суб'єктів.

Е. Хейвуд визначає чотири основних підходи до політики, що розглядається як мистецтво державного управління, як публічний

⁹ Лепський М. А., Кудінов І. О. Понятійний аналіз «стратегії в політиці». Стратегічне прогнозування політичних ситуацій та процесів : монографія / за заг. ред. М. А. Лепського. Запоріжжя : ЗНУ, 2012. С. 71.

¹⁰ Стратегія. *Український тлумачний словник*. URL: <http://language.br.com.ua> (дата звернення: 08.08.2021); Strategy. *Большой оксфордский толковый словарь английского языка*. Москва : АСТ, Астрель, 2005. 808 с.; Стратегия. *Большой испанско-русский и русско-испанский словарь*. Москва : Дом Славянской Книги, 2010. 928 с.

¹¹ Зарубин В. Г. Основы политических наук : уч. пос. для вузов. Санкт-Петербург-Чита : Изд-во Забайкальского государственного педагогического университета, 1999. 193 с.

процес, як компроміс і консенсус, як влада та розподіл ресурсів¹². Політика як мистецтво державного управління має корені з поняттям «polісу» (поліс) та пов'язане з діяльністю державних органів влади. Політика як публічний процес концептуально розширює предметне поле за межі державного управління до «суспільного життя» або «суспільної справи». Політика, як компроміс, розглядає не стільки область здійснення, скільки засіб прийняття рішення, тому політика «розглядається як засіб вирішення конфліктів через компроміс, переговори, інші заходи погоджувального характеру, всього того, що протистоїть застосуванню сили та голої влади, як «мистецтво можливого»¹³. На думку Б. Кріка, політика є діяльністю в якій при заданій системі правил, конфлікт інтересів вирішується за допомогою того, що кожному суб'єкту передається частина влади та ресурсів, яка відповідає їх значимості для благополуччя та виживання всієї спільноти. Тлумачення політики як влади пов'язане з використанням владного ресурсу для забезпечення життєдіяльності суспільства, а також виробництва та перерозподілу різних благ¹⁴.

На основі критики вказаних концепцій тлумачень політики І. Кравченко, виокремлює її інтегруючий та діяльнісний смисл як «одну з основних формуючих суспільство організаційних та регулятивно-контрольних систем теоретичної і предметно-практичної діяльності зі структурою дійсних і перетворених форм, раціональних та ірраціональних ідей, дій й відносин, які визначаються ймовірним характером політичного процесу і політичного життя

¹² Хейвуд Э. Политология : уч. для вузов / под ред. Г. Г. Водолазова, В. Ю. Вельского; пер. с англ. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. С. 5.

¹³ Лепський М. А., Кудінов І. О. Понятійний аналіз «стратегії в політиці». Стратегічне прогнозування політичних ситуацій та процесів : монографія / за заг. ред. М. А. Лепського. Запоріжжя : ЗНУ, 2012. С. 69–91. С. 77.

¹⁴ Хейвуд Э. Политология : уч. для вузов / под ред. Г. Г. Водолазова, В. Ю. Вельского; пер. с англ. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. С. 5.

суспільства»¹⁵. Згідно з його точкою зору, політика є «цілеспрямованою, теоретичною і практичною діяльністю в певних сферах життя суспільства, яка організовується та спрямовується владою, що визначає засоби і методи досягнення цілей цієї діяльності»¹⁶.

Соціолог К. Мангейм стверджував, що сутність політики, точніше політичного, можливо визначити лише за умов розподілу існуючої реальності на дві частини: 1) сукупності явищ, впорядкованого, регулярного (застиглого) характеру, яку можна назвати раціональною дійсністю; 2) сукупності явищ, що знаходяться в стані хаосу та становлення, тобто ірраціональне середовище. Діяльність у рамках раціональної сфери, зазвичай, називається управлінням, а в сфері ірраціонального – політикою.

Ототожнення стратегії з політикою деякою мірою обумовлено впливом східних концепцій дослідження стратегії та політики. Так, В. Малявін досліджує визначення «стратегії» в її східному (китайському) варіанті як «відомий розрахунок або план, який передбачає певне співвідношення цілей і засобів дії»¹⁷. Згідно з китайською традицією, життя кожної людини нерозривно проходить в оточенні подібних їй людей. Задоволення потреб конкретного індивіда в більшості випадків є неможливим без залучення ресурсів оточуючих його членів суспільства. Це актуалізує проблему завоювання, утримання та використання влади – «здібності і можливості здійснювати свою волю, впливати на діяльність, поведінку людей»¹⁸, що утворює ядро політики¹⁹.

¹⁵ Кравченко И. И. Введение в исследование политики (философские аспекты) : учеб. пос. Москва : ИФРАН, 1998. С. 72.

¹⁶ Там само. С. 46.

¹⁷ Искусство управления / сост., пер., вступ. ст. и коммент. В. В. Малявина. Москва : Изд-во «Астрель»; Изд-во «АСТ», 2003. С. 224.

¹⁸ Бурлацкий Ф. М. Власть. *Философский энциклопедический словарь* / редкол.: С. С. Аверинцев, Э. А. Араб-Оглы, Л. Ф. Ильичёв и др.; 2-е изд. Москва : Советская энциклопедия, 1989. С. 92–93.

¹⁹ Бовин А.Е. Политика. *Философский энциклопедический словарь* / редкол.: С. С. Аверинцев, Э. А. Араб-Оглы, Л. Ф. Ильичёв и др.; 2-е изд. Москва : Советская энциклопедия, 1989. С. 490–491.

Стратегія є тим засобом, який дозволяє людині досягати бажаного, залишаючись у згоді з оточуючими. «Мета стратегічної поведінки, згідно з «Гуй Гу-цзи», полягає в тому, щоб підпорядкувати партнера або навіть власного пана своїй волі, підтримуючи в ньому впевненість у тому, що він діє самостійно»²⁰. Таким чином, у стратегії особливе значення приділялося стратегічній поведінці, яка усвідомлювалася, аналізувалася та окультурювалася. Саме на психологію поведінки та буденну свідомість спиралася політична діяльність та стратегія, остання розглядалася як спосіб завоювання, утримання та використання влади.

Розуміння стратегії у буденній та емпіричній свідомості відображене у оксфордському та іспанському словниках²¹, які на відміну від вітчизняних видань, додатково акцентують увагу на стратегії як на певній спритності, хитрості, обмані, пов'язуючи її, таким чином, із стратагемами. Термін «стратагема», як і стратегія, походить від давньогрецького *στρατήγημα* – воєнна хитрість та тлумачиться як «неортодоксальний шлях досягнення воєнних, цивільних, політичних, економічних та особистих цілей»²², або «стратегічний план з прихованими від супротивника будь-якою пасткою чи хитрощами»²³. Популярності емпіричне визначення стратегії як «стратагеми» набуло завдяки працям та досвіду китайських мислителів, в першу чергу, це стосується трактату Сунь-Цзи «Мистецтво війни» та твору анонімного автора «Тридцять шість стратагем».

Стратагема відображала будь-яку хитрість, обман, викладений у притчі-образі ситуації або характеристики суб'єкта стратегії

²⁰ Искусство управления / сост., пер., вступ. ст. и коммент. В. В. Малявина. Москва : Изд-во «Астрель»; Изд-во «АСТ», 2003. С. 242.

²¹ Strategy. Большой оксфордский толковый словарь английского языка. Москва : АСТ, Астрель, 2005. 808 с.; Стратегия. Большой испанско-русский и русско-испанский словарь. Москва : Дом Славянской Книги, 2010. 928 с.

²² Зенгер Х. фон. Стратагеми. О китайском искусстве жить и выживать. Т. 1. Москва : Изд-во «Эксмо», 2004. С. 28.

²³ Мясников В.С. Антология хитроумных планов. Зенгер Х. фон. Стратагеми. О китайском искусстве жить и выживать. Т. 1. Москва : Изд-во «Эксмо», 2004. С. 8.

(винахідливість, спритність та неординарність). Як зазначає більшість дослідників стратагем²⁴, це обумовлено неоднозначністю цього терміну в китайській мові. Для його визначення існує п'ять біномів: 伎倆 (jǐliǎng), 手段 (shǒuduàn, shǒuduàn), 花招 (huāzhāo), 本領 (běnlǐng, běnlǐng) та 技艺 (jìyì). Кожний з біномів має не менше двох тлумачень: 1) як здібність, вміння, мистецтво, спритність, вправність, засіб, метод, прийом, талант тощо; 2) як махінація, фокус, маніпуляція, підступництво чи шахрайство.

На думку М. А. Лепського та І. О. Кудінова, стратагеми «у східній стратегічній культурі стали основою для стратегічної теорії та ідеології, оскільки дозволяли ретранслювати смисли стратегічної теорії від політиків до народу, суспільства»²⁵.

Повернемося до тлумачень стратегії. К. Австрійський в «Основах стратегії» визначив її як науку верховного командування про війну, що намічає план війни, який обіймає і визначає хід воєнних операцій²⁶. Х. Мольтке, начальник прусського генштабу, визначав стратегію як «систему підпор...», «перенесення знання в практичне життя, подальший розвиток первинної керівної думки відповідно до обставин, які постійно змінюються»²⁷. Стратегія залежить не лише від особистісних характеристик стратега, а й від конкретної ситуації, зовнішніх обставин. Вони забезпечують різноманітність і запобігають «шаблонізації» стратегій. У цьому плані відбувається

²⁴ Зенгер Х. фон. Стратагеми. О китайском искусстве жить и выживать. Т. 1. Москва : Изд-во «Эксмо», 2004. 512 с.; Воеводин А. И. Стратагеми – стратегии войны, манипуляции, обмана; 2-е изд. доп. Москва : Белье альвы, 2003. 256 с.; Искусство управления / сост., пер., вступ. ст. и коммент. В. В. Малявина. Москва : Изд-во «Астрель»; Изд-во «АСТ», 2003. 432 с.

²⁵ Лепський М. А., Кудінов І. О. Понятійний аналіз «стратегії в політиці». Стратегічне прогнозування політичних ситуацій та процесів : монографія / за заг. ред. М. А. Лепського. Запоріжжя : ЗНУ, 2012. С. 69–91. С. 76.

²⁶ Карл Австрійський. Основи стратегії. *Стратегія в трудах военных классиков* / авт. и науч. рук. проекта И.С. Даниленко. Москва : Издательский дом «Финансовый контроль», 2003. С. 391.

²⁷ Мольтке Х. О стратегії. *Стратегія в трудах военных классиков* / авт. и науч. рук. проекта И. С. Даниленко. Москва : Издательский дом «Финансовый контроль», 2003. С. 471.

теоретичне розмежування між такими термінами як стратегія, тактика, оперативне мистецтво та оперативні дії, кожний з яких визначає межі стратегії.

Тактика (давньогрецька *taktikós* «те, що має відношення до шикування військ», від *táξις* «строй, розміщення») в контексті воєнної стратегії є складовою частиною воєнного мистецтва, «що включає теорію та практику підготовки і ведення бою з'єднаннями, частинами (кораблями) і підрозділами різних видів збройних сил»²⁸. У військовій теорії тактика розуміється як мистецтво використання та впорядкованого розташування збройних сил у зоні бойових дій²⁹. У широкому розумінні тактика визначає мистецтво підготовки та використання ресурсів складових цілісності суспільства у діяльності. У свою чергу, оперативне мистецтво охоплює питання теоретично-практичної підготовки та ведення спільних самостійних операцій, бойових дій оперативними об'єднаннями різних видів збройних сил. Оперативне мистецтво реалізується у вигляді воєнних операцій, обумовлених завданнями стратегії і тактики воєнних дій, навчальними, адміністративними та службовими потребами³⁰. Оперативні дії визначають поточні та короткострокові заходи суб'єктів у конкретних ситуаціях.

Слід зауважити, що поняття стратегія за останні тридцять років вийшло за межі військової сфери та стало широко застосовуватися в теорії та практиці різних сфер життєдіяльності. Сьогодні цілком звично звучать поняття «стратегічний менеджмент», «стратегія виборчої кампанії», «стратегія маркетингу», «комунікаційна стратегія», «мовна стратегія», «соціокультурна стратегія», «антикризова стратегія» тощо. Підсумком стратегічної діяльності в різних сферах

²⁸ Тактика военная. URL: <http://vseslova.com.ua/word/Тактика-104817> (дата обращения: 08.08.2021).

²⁹ Dictionary of Military Terms. Third Edition Richard Bowyer. London : A&C Black, 2007. P. 240; DOD Dictionary of Military and Associated Terms. URL: <https://www.jcs.mil/Portals/36/Documents/Doctrine/pubs/dictionary.pdf> (last accessed: 08.08.2021).

³⁰ Там само.

є досягнення поставлених цілей за використання адекватних засобів. У менеджменті, наприклад, більшість дослідників під стратегією розуміють довгострокові плани вищого керівництва щодо досягнення перспективних цілей організації.

Специфіка використання терміну «стратегія» обумовлюється в першу чергу суб'єктом здійснення діяльності. Визначення суб'єктів стратегічної діяльності потребує з'ясування масштабності їх дій, що охоплюють процеси життєдіяльності суспільства. Вони проявляють суб'єктність лише за умови систематичної, пізнавальної діяльності, що реалізується в конкретному просторі та часі. Загальні концепції розробки та реалізації стратегії в організаціях розроблялися як вітчизняними (Р. Фатхутдінов, О. Віханський, О. Наумов, О. Ларичев, В. Колпаков, Г. Дмитренко, В. Соловйов), так і зарубіжними (Дж. Б. Куїні, Г. Минцберг, М. Портер, Р. Румельт, У. Астли і К. Формбрун, П. Друкер, Р. Лапьер) дослідниками.

Активні наукові дискурси сприяли розвитку стратегічного управління. Виділяють два контексти дослідження стратегії: 1) управління розвитком організації; 2) управління ресурсами організації. У першому випадку «стратегія є продуктом стратегічного управління, прерогативою вищої ланки управління, в якій в стислому вигляді зафіксовані орієнтири виробничої діяльності підприємства по задоволенню потреб споживачів, реакція на можливі виклики зовнішнього оточення, що реалізуються за допомогою гнучкого реагування та впровадження відповідних своєчасних змін в організації (у першу чергу, в сфері персоналу)»³¹. Реалізація стратегії дозволяє організації досягати конкурентних переваг, які є фактором її розвитку, виживання та досягнення запланованих цілей в довгостроковій перспективі³². Другий контекст стратегії

³¹ Лепський М. А., Кудінов І. О. Понятійний аналіз «стратегії в політиці». Стратегічне прогнозування політичних ситуацій та процесів : монографія / за заг. ред. М. А. Лепського. Запоріжжя : ЗНУ, 2012. С. 69–91. С. 89.

³² Виханський О. С., Наумов А. И. Менеджмент : учебник; 4-е изд., перераб. и доп. Москва : Экономистъ, 2006. С. 206–207.

акцентує увагу на певній моделі досягнення запланованого майбутнього, представлених у вигляді планів, програм, проєктів і технологій, які можуть динамічно змінюватися у часі із збереженням просторової орієнтації, визначеної системи координат, базових та індивідуальних цінностей³³.

Найавторитетнішим дослідником бізнес-стратегії можна вважати Г. Мінцберга з його концепцією «5 Пі». Він виокремлює п'ять (у більш пізніх роботах – чотири) тлумачення слова «стратегія». Перші два визначають стратегію як певний процес: 1) стратегія як процес розробки плану майбутнього, планування майбутнього (запланована стратегія); 2) стратегія як паттерн – досвід реалізації певної послідовності дій або поведінки з минулого (реалізована стратегія). Наступні два визначення визначають зміст стратегії: 1) стратегія як позиція організації по відношенню до зовнішнього середовища (сукупність товарів або послуг, на виробництві яких спеціалізується організація, а також ринки їх збуту); 2) стратегія як перспектива – певне уявлення, концепція майбутнього стану розвитку організації, яка поділяється членами організації в їх намірах та/або діях³⁴. Останнє тлумачення, визначає стратегію як спритний прийом, маневр з метою перехитрити супротивника або конкурента³⁵.

В умовах сучасної соціально-політичної дійсності актуалізується потреба дослідження «стратегічних комунікацій». На думку І. Яковлева, сутність і зміст стратегічних комунікацій необхідно досліджувати в контексті систем «організація-громадськість». Оскільки вказані системи функціонують у мінливому середовищі, то вони повинні вміти адаптувати свої цілі та відношення до змін

³³ Колпаков В. М., Дмитренко Г. А. Стратегический кадровый менеджмент : учеб. пособ.; 2-е изд., перераб. и доп. Киев : МАУП, 2005. С. 67.

³⁴ Mintzberg H. Tracking Strategies. Toward a General Theory. Oxford : Oxford University Press, 2007. P. 1-9; Минцберг Г., Куинн Дж., Гошал С. Стратегический процесс. Концепции. Проблемы. Решения. Санкт-Петербург : Питер, 2001. 688 с.

³⁵ Там само.

внутрішнього і зовнішнього середовища³⁶. На думку автора, стратегічні комунікації виконують функцію підтримки організаційного зв'язку, що сприяє синхронізації цілей та інтересів організації та груп громадськості. Наприклад, у політичній сфері стратегічні комунікації є засобом гармонізації відносин у системах «політична організація-громадськість».

Згідно концепції І. Яковлева, використання стратегічних комунікацій здійснюється широким колом суб'єктів, а не тільки організаціями. Відтак, уявлення про стратегічні комунікації як про засіб підтримки гармонійних відносин можна поширити на такі системи як «персона – громадськість», «місто – громадськість», «політична партія – громадськість» тощо. У цьому контексті сутність стратегічних комунікацій у політиці слід розглядати як засіб гармонізації відносин в системі «суб'єкт політики – громадськість». При цьому слід мати на увазі, що гармонізація відносин у цій системі є стратегічним завданням, що характеризується своєю довгостроковістю, пріоритетністю й високою значимістю, перш за все, для суб'єкта політики. Рішення стратегічного завдання передбачає застосування тактичних інструментів і засобів.

На думку К. Ботана, визначення сутності стратегічних комунікацій пов'язане з послідовною інтерпретацією таких термінів як інформація, стратегічна інформація, стратегічна комунікація, велика стратегія, тактика та стратегія по відношенню до суб'єкта діяльності³⁷. Під суб'єктом діяльності розуміється будь-яка організація, незалежно від форми власності та типу організації – від приватних підприємств до громадських об'єднань, партій, держави в цілому.

Згідно з думкою автора, інформація – це те, що зменшує невизначеність суб'єкта діяльності. Стратегічна ж інформація – це не

³⁶ Яковлев И. П. Стратегические коммуникации : учеб. пос. Санкт-Петербург, 2006. С. 6.

³⁷ The handbook of strategic communication / edited by Carl H Botan. Hoboken, NJ : John Wiley & Sons, Inc., 2021. 394 p.

будь-які відомості, що зменшують невизначеність суб'єкта, а лише та, яка безпосередньо відповідає його стратегічним потребам, зокрема та, що зменшує невизначеність щодо того, що громадськість думає та відчуває по відношенню до суб'єкта та стосунки, які цей суб'єкт підтримує зі своєю громадськістю. Ця інформація має стратегічну цінність для планування майбутньої діяльності – саме тому її можна назвати стратегічною інформацією, як щось протилежного від фактів чи даних про речі, які не впливають на стосунки між суб'єктом та громадськістю.

Стратегічними можна вважати комунікації, якщо, по-перше, проводяться дослідження навколишнього середовища та ситуації, в якій планується проведення дій суб'єктом. Ці дослідження мають на меті, як мінімум, проведення оцінки стану громадської думки, включаючи оцінку того, наскільки мета чи цілі діяльності суб'єкта відповідають реальності на місцях. По-друге, розробляється план, що охоплює наявні ресурси, терміни, послідовність кроків і доручень, які враховують як цілі діяльності суб'єкта, так і почуття, потреби та ставлення громадськості. Цей план є власне стратегією. Третя можлива характеристика – це певний процес оцінки, зосереджений на вимірі відмінностей між початковим та кінцевим станом громадської думки щодо діяльності суб'єкта.

Тому, за К. Ботаном, стратегічна комунікація – це процес використання інформації, що надходить в організацію, для планування та проведення комунікаційної кампанії, спрямованої на взаємодію між організацією та її цільовою аудиторією. У вузькому значенні стратегічна комунікація є видом науково-дослідної діяльності з орієнтацією на цільову аудиторію, а не на організацію чи повідомлення³⁸. Для більш точного розуміння ролі стратегії в цьому процесі, автор аналізує тріаду таких понять: «велика стратегія – стратегія – тактика».

³⁸ The handbook of strategic communication / edited by Carl H Botan. Hoboken, NJ : John Wiley & Sons, Inc., 2021. С. 7.

Велика стратегія (*grand strategy*) – це сфера діяльності вищих органів управління організації, які укладають договори, визначають політику, окреслюють цілі та розподіляють бюджети. Вони діють як директиви для підпорядкованих органів: підрозділів, департаментів, управлінь тощо.

У свою чергу, стратегія визначається як процес «планування на рівні вищого керівництва організації та прийняття рішень, що включає маневрування, організацію ресурсів та аргументів для поєднання потреб громадськості та великої стратегії організації»³⁹. Стратегію можна розглядати як дорожню карту, де конкретизовано план подорожі, тоді як фактична їзда – це тактика, яка використовується для виконання цього плану. Стратегія – це відповідний план, реалізація якого відбувається завдяки тактиці. Отож, стратегія не є «кращою» або «важливішою», ніж тактика. План дій – це лише ідея, змістовно-функціонального навантаження якій надає саме тактика. Виходячи з цього, автор визначає тактику як сукупність «конкретних заходів та результатів, за допомогою яких реалізуються стратегії – технічний аспект»⁴⁰.

Співвідношення між великою стратегією, тактикою та стратегією визначається рівнем аналізу. Суб'єкти стратегічних комунікацій працюють на рівні комунікаційної кампанії. Велика стратегія – це властивість вищого рівня організації (політика). Тактика – це фактична реалізація частин плану, тому вона підпорядковується стратегії. Водночас, стратегія підпорядковується великій стратегії, однак її реалізація може різнитися в залежності від позиції та ролі суб'єкта комунікаційної кампанії в ієрархії організації.

³⁹ The handbook of strategic communication / edited by Carl H Botan. Hoboken, NJ : John Wiley & Sons, Inc., 2021. С. 8.

⁴⁰ Там само.

Оригінальною щодо визначення сутності стратегічних комунікацій є думка В. Бурлакова⁴¹. Як зазначає автор, можна виділити три види владного ресурсу: 1) інституційний (об'єднує всі силові способи реалізації влади); 2) матеріальний (поєднує всі матеріальні ресурси суспільства, необхідні для реалізації влади); 3) культурний (домінуюча в суспільстві система цінностей, яка задає основні «правила гри»). Водночас, владний ресурс може мати як матеріальне, так і нематеріальне вираження. У першому випадку він проявляється у вигляді будь-яких конкретних речей (армія, матеріальні цінності, носії культурних цінностей), які можливо перенести тільки за допомогою будь-яких транспортних засобів по заданій території. У другому випадку передбачається транслювання певних смислових знаків і символів за допомогою спеціальних каналів зв'язку (телебачення, радіо, Інтернет, телефонні лінії). У рамках даної схеми інструментальну стратегічну комунікацію можна ідентифікувати як складову частину культурного владного ресурсу.

У геополітичному контексті, стратегічні комунікації є сукупністю дії з формування у цільовій аудиторії необхідних уявлень (образів). Стратегічна комунікація здійснюється в трьох основних формах: зв'язки з громадськістю, публічна дипломатія й інформаційні операції. При цьому підкреслюється важливість синхронізації діяльності суб'єктів за цими напрямками. Зв'язки з громадськістю орієнтовані на двосторонній процес інформування іноземних реципієнтів. Публічна дипломатія координує взаємодію з громадянами, громадськими діячами, журналістами та іншими лідерами громадської думки за межами країни. Інформаційні операції – це процес інтегрованого використання радіоелектронної війни, комп'ютерних мережевих операцій, психологічних операцій, військового обману й оперативної безпеки, включаючи їх супутні

⁴¹ Бурлаков В. А. Стратегическая коммуникация как метод современной геополитики. Ойкумена. 2016. № 2. С. 7–15.

та прикладні аспекти, з метою вплинути, зруйнувати, зіпсувати, перехопити процес людського або автоматизованого прийняття рішення противником.

Згідно з думкою В. Бурлакова, стратегічна комунікація як системна діяльність включає наступні складові: 1) владні імпульси, представлені у вигляді чітких смислів, які необхідно донести до певної групи населення (цільової аудиторії); 2) певну фізичну присутність на території, на яку направлений владний вплив; 3) формування специфічної комунікаційної інфраструктури, що сприяє поширенню владних імпульсів і відстеженню зворотного зв'язку.

Стратегічна комунікація в цьому контексті забезпечує політику держави за межами національних кордонів. Основним об'єктом впливу є певна цільова аудиторія. У ролі такої виступає, перш за все, політична (ширше – економічна, наукова, культурна тощо) еліта тієї держави, щодо якої вживаються відповідні дії. Результатом цієї комунікаційної кампанії є формування у цільової аудиторії системи стійких уявлень про дії іншої держави, які повністю виправдовують здійснену діяльність. Відтак, забезпечується лояльність політичної еліти держави, на яку спрямований вплив, а також формується дієва система геополітичного контролю над заданою територією.

Стратегічні комунікації є процесом комунікативної взаємодії між суб'єктом та об'єктом. На думку Г. Лассуелла, основними компонентами комунікаційного процесу є:

- джерело комунікації (комунікатор);
- повідомлення;
- отримувач (реципієнт);
- канал комунікації;
- результат комунікації (характер змін стану свідомості чи поведінки реципієнта).

Дані складові можуть розкривати також зміст стратегічних комунікацій. Так, джерелом стратегічних комунікацій, наприклад,

політичної організації як різновиду базисного суб'єкта політичного простору, є топ-менеджмент (вище керівництво). Його представники визначають стратегічний розвиток і ключові аспекти функціонування організації. У цьому контексті формується ключовий меседж і визначаються канали трансляції його змісту до аудиторії. Повідомлення носить довгостроковий та пріоритетний характер, що забезпечує реалізацію стратегічних цілей суб'єкта. Це певною мірою стратегічна інформація, що має вплив на стан функціонування політичної організації. Наприклад, подібними характеристиками володіють місія, ціннісні смисли, а також інші елементи ідентифікаційного профілю організації.

Ключовим елементом комунікативного процесу є цільові групи громадськості, яким адресовано повідомлення. Вони можуть бути внутрішні та зовнішні, а також мати відповідний рівень пріоритетності в отриманні стратегічної інформації. Що ж стосується каналів стратегічних комунікацій (ЗМІ, соціальні мережі), то вони повинні характеризуватися масовістю охоплення аудиторії, ефективністю інформаційного впливу, наявністю відповідної інфраструктури. Реалізація стратегічних комунікацій може передбачати використання спеціальних подій, наприклад, зустрічей, презентацій тощо. Результат комунікативної діяльності узгоджується з цілями стратегічних комунікацій, які самі по собі носять стратегічний характер. Відтак, реалізація стратегічних комунікацій знаходить своє вираження в таких поняттях як згода, лояльність, довіра, гармонія відносин, прихильність тощо.

Слід зауважити, що стратегічні комунікації в політичному просторі можна поділити на два типи: зовнішні та внутрішні. Зовнішні стратегічні комунікації реалізуються у просторі міжнаціональних, міждержавних відносин, суб'єктами яких виступають держави чи міжнародні організації.

Внутрішніми можна вважати комунікації у виборчих кампаніях, де основними суб'єктами виступають політичні партії чи лідери.

Стратегічна мета комунікацій полягає в позиціонуванні політичного суб'єкта у виборчій кампанії. При цьому необхідно враховувати наступні особливості: 1) локальний характер діяльності, що проявляється в територіальній обмеженості політичного простору; 2) дискретність і можлива зміна активності суб'єктів; 3) комплексність використання технологій політичної діяльності; 4) динамічність факторів впливу.

Якщо головною метою стратегічних комунікацій є гармонізація відносин у системі «влада-суспільство», то мова йде про стратегічні комунікації в державних структурах. Вони типологізуються за наступними критеріями: 1) масштабність – національні, регіональні, місцеві органи влади; 2) функціональність – законодавчі, виконавчі, судові. Вони вирішують покладені на них завдання щодо державного управління, активно використовуючи потенціал стратегічних комунікацій⁴².

До внутрішніх відносять стратегічні комунікації в соціальній та бізнес сферах. Перші пов'язані із залученням коштів для реалізації соціальних проектів (спонсоринг, фандрайзинг), в яких суб'єктами виступають благодійні фонди, громадські організації, що здійснюють пошук і залучення інвестицій для підтримки або фінансування соціально значущих проектів, програм, акцій тощо.

Стратегічні комунікації в бізнесі концентруються навколо гармонізації суспільних відносин в трикутнику «бізнес–влада–громадськість». Їх реалізація здійснюється за двома напрямками. По-перше, формування соціально-відповідального бізнесу⁴³. По-друге, бенчмаркінг. Система бенчмаркінгу, на думку І. Синяєвої, створює передумови встановлення стратегії успіху підприємства

⁴² Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс. Санкт-Петербург : Питер, 2005. С. 102.

⁴³ Емельянов С. М. Корпоративная социальная ответственность: социально-исторические условия возникновения и становления. *Петербургская школа PR: от теории к практике*: сб. ст. Вып. 8 / редкол.: А. Д. Кривоносов (отв. ред.) [и др.]. Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2014. С. 20.

в умовах сучасної інтернаціоналізації процесів закупівлі сировини, матеріалів, комплектуючих виробів, використання вигідної робочої сили і новітніх технологій⁴⁴.

Таким чином, аналіз етимології понять «комунікація» та «стратегія» дає змогу розглядати стратегічні комунікації, як ключові цілеспрямовані дії уряду, орієнтовані на формування відповідної політичної дійсності, зміцнення позитивного іміджу держав, збереження мирних відносин, усунення протиріч та конфліктних ситуацій. Політичні суб'єкти, реалізуючи національні інтереси держави, стикаються з різними внутрішніми та зовнішніми викликами, що можуть набувати конфліктного характеру та ставати на заваді політичному діалогу. Стратегічні комунікації покликані інтенсифікувати обмін інформацією між системами різного типу й устрою, з метою підвищення рівня стабільності їх функціонування.

Усунення передумов війн, революцій, конфліктів, екстреного реформування ключових сфер життєдіяльності суспільства потребує вибудовування людиноцентристського характеру комунікаційних відносин. Реалізація стратегічних комунікацій передбачає синхронізацію зусиль і способів політичної діяльності суб'єктів. Відтак, на перший план у формуванні конструктивного діалогу виходять такі заходи погоджувального характеру як компроміс, переговори, консенсус тощо. Стратегічний характер комунікації дозволяє «досягти бажаного, залишившись у згоді з оточуючими». В умовах сучасної політичної дійсності це дає змогу оптимізувати процеси реалізації ключової мети суб'єкта діяльності в довгостроковій перспективі.

⁴⁴ Синяева И. М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности : учебник для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. С. 46.

Список використаної літератури

Бовин А. Е. Политика. *Философский энциклопедический словарь* / редкол. : С. С. Аверинцев, Э. А. Араб-Оглы, Л. Ф. Ильичёв и др.; 2-е изд. Москва : Советская энциклопедия, 1989. С. 490–491.

Бурлаков В. А. Стратегическая коммуникация как метод современной геополитики. Ойкумена. 2016. № 2. С. 7–15.

Бурлацкий Ф. М. Власть. *Философский энциклопедический словарь* / редкол.: С. С. Аверинцев, Э. А. Араб-Оглы, Л. Ф. Ильичёв и др.; 2-е изд. Москва : Советская энциклопедия, 1989. С. 92–93.

Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент : учебник; 4-е изд., перераб. и доп. Москва : Экономистъ, 2006. 576 с.

Воеводин А. И. Стратегемы – стратегии войны, манипуляции, обмана; 2-е изд. доп. Москва : Белые альвы, 2003. 256 с.

Военная стратегия / под ред. Соколовского В. Д. Москва : Военное издательство, 1968. 504 с.

Емельянов С. М. Корпоративная социальная ответственность: социально-исторические условия возникновения и становления. *Петербургская школа PR: от теории к практике*: сб. ст. Вып. 8 / редкол.: А. Д. Кривоносов (отв. ред.) [и др.]. Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2014. С. 73–85.

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс. Санкт-Петербург : Питер, 2005. 197 с.

Зарубин В. Г. Основы политических наук : учеб. пос. для вузов. Санкт-Петербург – Чита : Издательство Забайкальского государственного педагогического университета, 1999. 193 с.

Зенгер Х. фон. Стратегемы. О китайском искусстве жить и выживать. Т. 1. Москва : Изд-во «Эксмо», 2004. 364 с.

Искусство управления / сост., пер., вступ. ст. и коммент. В. В. Малявина. Москва : Изд-во «Астрель»; Изд-во «АСТ», 2003. 430 с.

Карл Австрийский. Основы стратегии. *Стратегия в трудах военных классиков* / авт. и науч. рук. проекта И. С. Даниленко. Москва : Издательский дом «Финансовый контроль», 2003. С. 389–401.

Колпаков В. М., Дмитренко Г. А. Стратегический кадровый менеджмент : учеб. пос.; 2-е изд., перераб. и доп. Киев : МАУП, 2005. 748 с.

Коммуникация. *Словарь иностранных слов*. 12-е изд. Москва, 1985. С. 240.

Кравченко И. И. Введение в исследование политики (философские аспекты) : учеб. пос. Москва : ИФРАН, 1998. 260 с.

Лепський М. А., Кудінов І. О. Понятійний аналіз «стратегії в політиці». Стратегічне прогнозування політичних ситуацій та процесів : монографія / за заг. ред. М. А. Лепського. Запоріжжя : ЗНУ, 2012. С. 69–91.

Минцберг Г., Куинн Дж., Гошал С. Стратегический процесс. Концепции. Проблемы. Решения. Санкт-Петербург : Питер, 2001. 688 с.

Мольтке Х. О стратегии. *Стратегия в трудах военных классиков* / авт. и науч. рук. проекта И.С. Даниленко. Москва : Издательский дом «Финансовый контроль», 2003. С. 469-471.

Мясников В. С. Антология хитроумных планов. *Зенгер Х. фон. Стратегемы. О китайском искусстве жить и выживать*. Т. 1. Москва : Изд-во «Эксмо», 2004. С. 8.

Пашенцев Е. Н. Стратегическая коммуникация США: «Имперское перенапряжение сил». *Мир и политика*. 2012. № 8. С. 110–119.

Свечин А. А. Стратегия; 2-е изд. Москва : Военный Вестник, рабочее издательство «Прибой» им. Евг. Соколовой, 1927. 265 с.

Синяева И. М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности : учебник для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 288 с.

Стратегия военная. *Большая Советская Энциклопедия* / под ред. А. М. Прохорова. 3-е изд. Т. 24. Ч. 1. Москва : Советская энциклопедия, 1976. 736 с.

Стратегия. *Большой испанско-русский и русско-испанский словарь*. Москва : Дом Славянской Книги, 2010. 928 с.

Стратегія. *Український тлумачний словник*. URL: <http://language.br.com.ua> (дата звернення: 08.08.2021).

Тактика военная. URL: <http://vseslova.com.ua/word/Тактика-104817> (дата обращения: 08.08.2021).

Хейвуд Э. Политология : учебник для студентов вузов; под ред. Г. Г. Водолазова, В. Ю. Вельского; пер. с англ. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 542 с.

Яковлев И. П. Стратегические коммуникации : учеб. пособ. Санкт-Петербург, 2006. 182 с.

DOD Dictionary of Military and Associated Terms. URL: <https://www.jcs.mil/Portals/36/Documents/Doctrine/pubs/dictionary.pdf> (last accessed: 08.08.2021).

Strategy. *Большой оксфордский толковый словарь английского языка*. Москва : АСТ, Астрель, 2005. 808 с.

The handbook of strategic communication / edited by Carl H Botan. Hoboken, NJ : John Wiley & Sons, Inc., 2021. 394 p.

William M. Darley. The Missing Component of U.S. Strategic Communications. *Joint Force Quarterly*. 2007. Issue 47.

1.2 Інформаційно-комунікаційна діяльність світового українства як «м'яка сила»: документні ресурси, стратегічні наративи

Трансформаційні процеси в політичному, соціокомунікаційному, економічному, культурному, соціальному дискурсах, зумовлені збройною, інформаційною, смисловою, когнітивною російською агресією проти України, актуалізували необхідність переосмислення та дефініціювання механізмів стратегічних комунікацій (про те, що поняття «когнітивна зброя», «когнітивна війна», «когнітивна безпека», «лінгво-когнітивна безпека» були опрацьовані ще в 2010 році в Академії ФСБ¹ ми розглядали в попередніх публікаціях²) та стратегічних наративів; «м'якої сила» (soft power) у концепції культурної дипломатії американського політолога-міжнародника Джозефа Ная; «функціональної неграмотності» у контексті розвитку інформаційно-когнітивного суспільства тощо.

Відповідно, зупинимося на теоретичних трактуваннях названих понять.

Так, детальніше зосередимося на обґрунтуванні поняття «м'яка сила», яке набуло особливої актуальності в українському науковому дискурсі після найменування прессекретарем В. Пугіна П. Кіркорова «елементом “м'якої сили” Кремля за кордоном: “Він один із яскравих

¹ Зубар Н., Рущенко І. Війна інформації. Центр воєнної політики та політики безпеки «Оборонний вісник» 2017. № 8. С. 4–9.

² Ковпак В. Когнітивні практики в медіасфері як інструмент стратегічного вектору боротьби зі смисловими інтервенціями. *Медіапростір: проблеми і виклики сьогодення* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених. (Київ, 25 квітня 2018 р.). Київ : Інститут журналістики, 2018. С. 39–43.

Ковпак В. Когнітивна безпека як перспектива української медіасфери. *Україна в гуманітарних і соціально-економічних вимірах*. Матеріали III Всеукраїнської наукової конференції. 30–31 березня 2018 р., м. Дніпро. Частина II / Наук. ред. О. Висоцький. Дніпро : СПД «Охотнік», 2018. С. 157–159.

Ковпак В. Когнітивне моделювання смислоформування ідеї нації післявоєнної української еміграції в загальній системі медіа-сфери: аналіз сценаріїв як націоналіфікована практика. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2017. № 4. С. 24–37.

представників тієї самої "м'якої сили". Він не тільки доходить до наших співвітчизників, його мистецтво підкорює громадян тих країн, куди він їздить" ... Цьому російському співакові, до речі, у січні цього року заборонили в'їзд у Литву за "свідоме заперечення територіальної цілісності та суверенітету України та незаконне виправдовування агресивних дій Російської Федерації"»³. У цьому контексті журналістка Т. Штефурко доречно згадує про те, що Кіркоров «регулярно відвідує окупований Крим і публічно заявляє, що півострів є "частиною РФ". В'їзд в Україну співаку теж заборонили – на три роки. Водночас він був доданий, а потім вилучений зі списку осіб, що загрожують національній безпеці. Також у нього досі залишається звання "народного артиста України". Схоже, українська влада сама не може до кінця розібратися, хто кому ворог, а що вже казати про пересічного споживача»³. Безперечно, запити українського суспільства на російський маскульт свідчать про те, що воно не готове стояти на сторожі безпеки культурно-інформаційного простору і, відповідно, роз'яснювальні, регуляторні кроки мають здійснювати національні публічні інтелектуали, просвітницькі кола.

Вагомість цієї проблематики стає ще більш значущою і виразною, коли смисли наративу «культура як елемент національної безпеки» формують гранд-наратив, тобто наратив загальнонаціональний, що транслюється за кордон, формує образ держави у зовнішньому геополітичному, культурному, медійному просторах. У цьому контексті доречно буде згадати фільм С. Лозниці «Бабин Яр. Контекст», який, за словами В. Нахмановича, історика й етнополітолога, наукового співробітника Музею історії Києва, є «справжнім ідеологічним маніфестом Меморіального центру Голокосту "Бабин Яр"»⁴, де спонсорами

³ Штефурко Т. «М'яка сила» Кремля і важка ноша Зеленського. *Matrix-divergent*. URL: <https://matrix-info.com/m-yaka-syla-kremlya-i-vazhka-nosha-zelenskogo/> (дата звернення: 20.08.2021).

⁴ Нахманович В. Бабин Яр: гібридні контексти Сергія Лозниці. *Історична правда*. URL: <https://www.istpravda.com.ua/articles/2021/10/19/160326/> (дата звернення: 20.08.2021).

останнього є російські бізнесмени. Водночас, сотні відомих громадських діячів, письменників, істориків (І. Дзюба, М. Маринович, М. Джемілев, В. Брюховецький, Я. Грицак, Й. Зісельс, Ю. Андрухович, О. Забужко) виступили проти виділення землі цьому центру, називаючи цей проект «черговою спецоперацією гібридної війни Росії проти України, вважаючи неприпустимою ситуацію, коли увічненням трагедії у Бабиному Яру опікуються люди, яких вони називають близькими до президента держави-агресора»⁵.

Тож, і фільм С. Лозниці, що у назві має маркер «контекст», якраз таки позбавлений у своєму концептуальному полотні контексту-тлумачення – історичного, політичного тощо, позиціонує свій фільм як винятково «”документальний” і на будь-які закиди відповідає, мовляв, він обмежений наявним “історичним матеріалом”»⁴. У даному випадку, на нашу думку, маємо справу з таким комунікативним кейсом, як навмисна деконтекстуалізація («інтерпретація тексту як навмисне замовчування, викривлення правдивих фактів»⁶). Натомість В. Нахманович у своїй статті «Бабин Яр: гібридні контексти Сергія Лозниці» називає використані у фільмі контексти гібридними (у підсумку детального аналізу викладеного у фільмі матеріалу), адже, за його словами, документальні кадри у стрічці, що, за механікою жанру використовуються задля вираження достовірності, їх відповідності «історичній правді», варто сприймати з урахуванням усвідомлення того, що переважна їх більшість знімалася «з пропагандистською метою, як німцями, так і советами»⁴. Відповідно, автор підкреслює використану «подвійну маніпуляцію “документальністю”, коли автор транслює пропаган-

⁵ Дорош С. Бабин Яр і російський слід. Що стоїть за конфліктом навколо меморіалу. *BBC News Україна*. 3 березня 2021. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-56156925> (дата звернення: 25.07.2021).

⁶ Чорнобровкіна Г., Бадік М. «Комунікація з’їла колобка». Марія Титаренко про парадоксальні комунікативні кейси. URL: <http://old.media.ucu.edu.ua/komunikatsiya-zu-ila-kolobka-mariya-tytarenko-pro-paradoksalni-komunikatyvni-kejsy/> (дата звернення: 25.07.2021).

дистську хроніку для створення власного ангажованого фільму. Ця ангажованість виявляється у трьох складових: відборі матеріалу, його монтажі та текстових коментарях до нього (адже Лозниця обрав стиль "німого кіно", тобто замість чути диктора за кадром глядач бачить текстові врізки у самому кадрі)»⁴.

Але поки аналітичний дискурс наповнювався аргументами, критичними зауваженнями, фільм отримав відзнаку на Каннському кінофестивалі – спеціальний приз журі премії «Золоте око» – нагороду «для документальних фільмів, яку присуджують з 2015 року за найкращий документальний фільм, що бере участь в одній із секцій Каннського міжнародного кінофестивалю»⁷. Таким чином, потужна за можливостями трансльована «картина світу» засобами художнього неігрового кіно, сформована в українському інформаційному просторі, імплементується в метанаратив про Україну від імені українського медіапродукту, розставляючи смислові акценти, несучи в собі великий потенціал реалізації «м'якого впливу», формуючи «порядок денний» української проблематики в іноземних ЗМІ. Особливо значущість такого механізму посилюється в умовах гібридної війни, буквально у боротьбі наративів, коли формування медійного образу країни в глобальному інформаційному просторі є стратегічним завданням і питанням національної безпеки.

Як підкреслює Ю. Корнійчук, «збройна агресія проти України, що розпочалася у 2014 році, по-новому поставила перед українською державою питання власної безпеки – не лише суто військового захисту, а й захисту власних інтересів у інформаційній сфері та сфері культури... Так у 2015 році при Міністерстві закордонних справ було створено окреме Управління з публічної дипломатії, спільними зусиллями Дипломатичної академії та Інституту Кеннана в Києві

⁷ Канни-2021. Фільм Лозниці про Бабин Яр отримав спеціальний приз журі премії «Золоте око». *BBC News Україна*. 17 липня 2021 р. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-57873920> (дата звернення: 21.08.2021).

проведено три форуми культурної дипломатії, створено майданчик для сфокусованої професійної дискусії – журнал «Агора»⁸. Дослідниця завважує необхідність залучення до наукового дискурсу аналітики професійного політолога-міжнародника Дж. Ная, який демонструє чіткий взаємозв'язок між культурою, національною безпекою та традиційною офіційною дипломатією, праці якого ґрунтуються на досвіді взаємин США та СРСР часів Холодної війни та дають можливість впізнати в ньому праобрази сучасної інформаційної війни проти України⁸.

Така синергія (культура – національна безпека – офіційна дипломатія) є особливо актуальною для поглиблення розуміння поняття стратегічного наративу як «центральної історії» стратегічних комунікацій. За «Концепцією стратегічних комунікацій Міністерства оборони України та Збройних Сил України» (2017 р.), 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»⁹, особливо наголошується на їх функціональному потенціалі у контексті забезпечення національної безпеки, формування національної ідеї та об'єднання навколо неї громадян України, а також вироблення єдиного підходу до формування національних інтересів, які водночас необхідно розглядати як найбільш сучасну та перспективну форму дій в інформаційному просторі, а «стратегічний наратив – основоположна ідея, що відображає та визначає базові принципи існування та розвитку держави (її інституцій), характер і спрямованість

⁸ Корнійчук Ю. Культура як «м'яка сила» в концепції зовнішніх відносин Джозефа Ная. *Культурологічний альманах*. Випуск 5. 2016. С. 55–57.

⁹ Концепція стратегічних комунікацій Міністерства оборони України та Збройних Сил України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0612322-17#Text> (дата звернення: 25.08.2021).

внутрішніх і зовнішніх взаємовідносин, на основі якої формується напрямки реалізації державної (відомчої) політики»⁹. А вже у «Доктрині інформаційної безпеки України» дефініція «стратегічний наратив» трактується як «спеціально підготовлений текст, призначений для вербального викладення у процесі стратегічних комунікацій з метою інформаційного впливу на цільову аудиторію»¹⁰.

Д. Золотухін, екзаступник міністра інформаційної політики України (2017–2019), експерт з питань інформаційних воєн та конкурентної розвідки, вважає останнє текстове визначення спотвореним¹¹, таким, що потребує мультидисциплінарних та крос-секторних підходів у дослідженнях, із врахуванням джерел маніпулятивного впливу – різних аспектів комунікації, психології, історії, маркетингу та ін.

В іншому матеріалі «Український стратегічний наратив: матчастина» дослідник підкреслює органічність утворення стратегічного наративу виключно природним шляхом, без «планово-квадратно-гніздового підходу». За його словами, процес відтворення українського наративу – це «діяльність поза часом, поза політичними вподобаннями і поза геополітичною ситуацією...має зв'язок виключно з тим, що відбувається у підсвідомості і свідомості тих, хто проживає на цій території та визначає себе частиною існуючої політичної нації, що зве себе українцями. Це робота, яка, за умови її успішності, матиме вплив на тисячоліття, а не один чи два електоральні цикли. Тому вона така важлива і не може вестися швидко чи

¹⁰ Указ Президента України №47/2017 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України». URL: <https://www.president.gov.ua/documents/472017-21374> (дата звернення: 25.07.2021).

¹¹ Золотухін Д. Наративне регулювання, або Як ми маємо скористатися методами Іллі Хржановського. Детектор медіа. 09.05.2020. URL: <https://detector.media/infospace/article/177031/2020-05-09-narativne-regulyuvannya-abo-yak-my-maiemo-skorystatsya-metodami-illi-khrzhanovskogo/> (дата звернення: 15.08.2021).

кимось одним»¹². У цьому визначенні є цінний маркер про зв'язок із підсвідомістю та свідомістю цільової аудиторії, тобто сформованою «картиною світу», що складається з архетипів, стереотипів, ідеологем, міфів, сформованих на базі власного досвіду, освіти, історико-політичних обставин тощо.

Тож матеріал «Наративне регулювання, або Як ми маємо скористатися методами Іллі Хржановського» Д. Золотухіна спрямовує дослідницький приціл на такі конструкти, як «наративне упередження» («схильність людей пов'язувати в єдину історію інформацію з різних джерел (в тому числі непідтверджену) і встановлювати причинно-наслідкові зв'язки між частинами історії, незалежно від того, чи відповідає така історія дійсності чи ні»¹¹), що, на його думку, впливає з конструкту «когнітивне упередження», що може сформуватися або природнім шляхом (напр., ефект Данінга-Крюгера, коли «люди, які мають низький рівень кваліфікації, роблять помилкові висновки, приймають невдалі рішення і при цьому не здатні усвідомлювати свої помилки в силу низького рівня своєї кваліфікації»¹¹), або маніпулятивним. І, як результат, медіаексперт пропонує авторське термінологічне найменування – «наративне регулювання» на позначення «процесу рукотворного (штучного) створення наративного упередження (або створення інструментів захисту від спонукання наративного упередження»¹¹, на підтвердження якого наводить приклади історичного наративу Бабиного Яру, спотвореного, на його думку, однойменним Меморіальним центром Голокосту, російські наративи про Другу світову війну та українських «фашистів» та «бандерівців». Усі згадані кейси «регулювалися»/спотворювалися якраз таки «м'яким впливом», за допомогою фільмів, парадів, концертів, масових заходів, одягу, книг тощо.

¹² Золотухін Д. Український стратегічний наратив: «матчастина». *Укрінформ*. 15.01.2019. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2620105-ukrainskij-strategicnij-narativ-matcastina.html> (дата звернення: 15.08.2021).

Таким чином, «український наратив – це не “національна ідея” чи якийсь один меседж-бокс. Український стратегічний наратив – це непублічна інструкція про те, як з наявного конструктору історичних міфів, маркетингових підходів, популярних ідей, суспільних настроїв та багато іншого створити механізм продукування успішних, здатних до самореплікації історій, які будуть позитивно сприйняті українськими цільовими аудиторіями»¹².

Зважаючи на те, що стратегічні наративи спрямовані на аудиторії, на суспільство, важливо популяризувати інформаційну культуру, медіакультуру, інформаційну гігієну, критичне мислення, зберігати історичну пам'ять, аби протистояти «когнітивній зброї», що вражає «когнітивними упередженнями». І в цьому контексті доречно буде згадати про феномен функціональної неграмотності, який почали осмислювати на Заході з 80-х років ХХ ст. (за словами Д. Сокологорської, у багатьох західних країнах збіглося із етапом переходу в інформаційне суспільство¹³), спостерігаючи парадоксальні невідповідності: кількість освічених людей збільшувалася, проте не всі серед них могли відрефлексувати щодо отриманих знань, переказати зміст, спродукувати власне судження тощо.

Серед окреслених Д. Сокологорською основних ознак та характеристик цього явища назвемо такі: уникання складних завдань, інтелектуальних завдань, нелюбов до читання, нерозуміння контексту, змісту, складність у формуванні питань до прочитаного матеріалу, невміння брати участь у дискусіях, труднощі при виконанні будь-яких інструкцій, помітна різниця між сприйняттям на слух і сприйняттям через читання тощо¹³.

За спостереженнями дослідниці, деградація перш за все торкнулася тих сфер діяльності, що певним чином пов'язані зі словом. «До речі, в дослідженні Literacy in the Adult Client Population –

¹³ Сокологорська Д. Функціональна неграмотність. *Незалежний культурологічний часопис «І»*. URL: http://www.ji-magazine.lviv.ua/2015/Sokologorska_Funkcionalna_negramotnist.htm (дата звернення: 15.09.2021).

Jones & Bartlett Publishers були рекомендації, як писати тексти для функціонально неграмотних людей, тобто, практично, для всього B2C-сегмента. Прямо поради по копірайту, оскільки більшість рекламних меседжів оформлюють за цими законами»¹³. Серед інших авторка згадує такі (наведемо перші п'ять рекомендацій): «1) Вони набагато гірше сприймають абстрактні і знеособлені тексти, ніж прямі звернення в дусі «Ти записався добровольцем?». Треба складати адресне повідомлення, більш імперативне, більш персоналізоване. Вважається, що це найважливіше і найбільш ефективне правило роботи з безграмотною аудиторією...2) Слід використовувати слова з повсякденного словника, бажано не більше 3–4 складів. Не треба всіх цих довгих складних слів як в німецькій мові. Треба уникати наукоподібних слів (все одно їм не зрозуміти нашого дискурсу), технічних і медичних термінів. Бажано уникати слів, що допускають різночитання як за семантикою, так і за конотацією. Не можна використовувати прислівники типу «скоро», «рідко», «часто» – оскільки таким людям важливо знати, як скоро і як рідко. 3) Аббревіатури давати повністю... 4) Розбивати інформацію на красиві блоки. Побільше абзаців, ніякого простирадла тексту...5) Речення не повинні перевищувати 20 слів. Заголовки теж мають бути короткі і зрозумілі...»¹³.

Тож, посилення ролі інтелектуального капіталу в суспільстві, що стане на сторожі інтелектуальної безпеки держави, сприяння розвитку громадянського суспільства, інтенсифікація навиків медіакультури як здатності ефективно та безпечно взаємодіяти як із засобами масової інформації, так і з засобами масової комунікації – стратегічні кроки в розбудові стратегічних комунікацій.

Власне, висвітлені в концепції дифеніціювання понять «стратегічні комунікації», «стратегічний наратив», «м'який вплив», «нарративне регулювання», «когнітивне упередження», «функціональна неграмотність» дають змогу перейти до вищезгаданої концепції Дж. Ная про «жорстку» та «м'яку» сили в контексті національної безпеки та дипломатії, де під першою він розуміє «військову потугу

держави та здатність чинити економічний тиск»⁸, а під другою – силу, що «здатна забезпечувати досягнення результатів не через примус чи ”підкуп”, а через формування впізнаваності та привабливості культури країни...допомагає легітимізувати ідеали та політику країни, посилювати її вплив на міжнародній арені»⁸. Таким чином, фундаментальними платформами концепції м'якої сили за теорією дослідника є «культура країни, зокрема ті її елементи, які можуть бути привабливими для інших; політичні цінності, за якими живе ця країна; її закордонна політика – коли інші сприймають країну як носія певного морального авторитету»⁸.

Так, наприклад, у статті «М'яка сила» Кремля: як Росія експортує свій ”культурний продукт”¹⁴ в Україну» К. Кістол, аналітик Центру стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки, розглядає кейс гастролей репера Моргенштерна та його спонсорів саме в дискурсі впливу російської пропаганди (поряд із Соловйовим та Кисельовим) із застосуванням інструментів «м'якої сили», у даному випадку – т. зв. «розважалівки», а не в контексті дискусій про музичні стилі і вподобання (які, до речі, так само є «нарративними регулюваннями», насадженими опонентами, як тільки мова йде про виступи російського маскульту в Україні в часи гібридної війни). Дослідниця виділяє такі механізми «м'якого впливу» у цьому кейсі: 1) некритична аудиторія (дуже молода аудиторія, для якої блогери, тітокери на кшталт Моргенштерна є інфлюенсерами); 2) непрямий вплив (відсутність закликів до військової агресії чи симпатії до В. Путіна; заклик до «єднання народів», висування аргументу «спільного культурного простору»); 3) «аполітичність» (публічне захоплення В. Путіним «як людиною, а не політиком», офіційне обіймання посади директора по роботі з молоддю в Альфа-банку та,

¹⁴ Кістол К. «М'яка сила» Кремля: як Росія експортує свій «культурний продукт». *Українформ*. 26.04.2021. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-antifake/3235466-maka-sila-kremla-v-dii-ak-rosia-eksportue-svij-kulturnij-produkt-v-ukrainu.html> (дата звернення: 27.07.2021).

разом із тим, публічне маркування себе як «опозиційного репера», який підтримує О. Навального; «про близькість Моргенштерна до кремлівського оточення свідчать і зовсім неприховані факти. Наприклад, А. Ключин, який очолює рекламне агентство репера, наразі є чинним працівником адміністрації президента РФ»¹⁴.

Кейс російської вакцини як нового виду пропаганди розглядає В. Павлів у матеріалі ««Супутник V» – «м'яка сила» Кремля», в якому йдеться про те, що «європейські аналітики припускають, що схвалення російського препарату для використання в ЄС могло б стати «тріумфом російської дипломатії»... Російська «вакцинна» кампанія – це насправді перегони з часом, змагання на психічну витривалість європейців...наразі невідомо, чи принесе «Супутник V» користь європейцям, чи Кремль за посередництвом вакцини покращить свою репутацію і поповнить висхлий внаслідок санкцій бюджет. Але Москва точно досягне своїх улюблених результатів – бодай в тому, що поглибить розкол всередині самого ЄС»¹⁵.

Автор наводить приклади таких «дипломатичних кроків» як механізмів стратегічних комунікацій, коли «Супутник V» використовували на основі двосторонніх угод такі держави-члени, як Угорщина і Словаччина, зацікавлення виявляла Чехія, станом на березень 2021 року з'являлися меседжі в європейській пресі про можливість продукування російської вакцини на одному зі своїх біотехнологічних підприємств, була укладена угода про виробництво «Супутник V» зі швейцарською фармацевтичною фірмою Adienne, а також із виробниками в Іспанії, Франції та Німеччині та ін.¹⁵.

Висвітлені кейси, по суті, узагальнюються в теоретичних сентенціях Дж. Ная, який з урахуванням акцентів на «високій» чи «низькій» культурі визначає також особливості стратегій розвитку культурної

¹⁵ Павлів В. «Супутник V» – «м'яка сила» Кремля. *Matrix-divergent*. 17.03.2021. URL: <https://matrix-info.com/suputnyk-v-m-yaka-syla-kremlya/> (дата звернення: 26.07.2021).

дипломатії, умовно поділяючи їх на повільну та швидку. Відповідно до його теорії, «швидка культурна дипломатія спрямована на вирішення нагальних точкових завдань та реалізується насамперед через засоби масової інформації. Повільна, у свою чергу, здатна забезпечити суттєвий результат, але у більш віддаленій перспективі (через освітні програми, літературу тощо)⁸. І, як показав проаналізований ним досвід Холодної війни, «традиційна дипломатія виявилася малоефективним інструментом налагодження відносин між державами, розпочинається швидкий процес дисперсій дипломатичних функцій»⁸. Так формувалася «багаторівнева дипломатія», коли навколо офіційного дипломатичного корпусу зосереджувалися недержавні інституції, суб'єкти, що, за словами Дж. Ная, були провідниками культурної дипломатії, «м'якої сили», адже мали потужний соціальний капітал, володіли інструментами впливу на міжнародні відносини («від позитивного лобіювання до певних кампаній "сорому" («бойкоту, що може мати економічні наслідки), дестабілізації чи створення інформаційного шуму»⁸):

- «транснаціональні організації (а в епоху тотальної інформатизації суспільства та демократизації інформаційних технологій, навіть окремі індивіди, які мають доступ до широкої аудиторії);

- представники діаспори та емігрантські громади, які стають опорою проведення державної політики безпосередньо на чужій території;

- недержавні громадські організації (НДО);
- релігійні організації та рухи;
- міжурядові організації (ООН, ОБСЄ, тощо)⁸.

Цінним у цьому переліку є потрактоване як «м'яка сила» світове українство, яке у повоєнний період напрацювало цей статус, доклавши максимум зусиль для збереження українського простору в умовах самоорганізації на чужій території шляхом забезпечення функціонування Народних домів, українських релігійних інституцій, кінопродукції, українських годин у закордонному

радіомовленні, кіноіндустрії, книговиданні, роботи пресових платформ, освітніх, наукових установ, музеїв, архівів, бібліотек, проведення конференцій (Конференція українських політичних партій та організацій та ін.), з'їздів, виставок, конгресів (Конгрес української вільної політичної думки та ін.), роботи еміграційного політикуму – партійних організацій (Українська революційно-демократична партія та ін.), політичних формацій (Організація державного відродження України (ОДВУ), Організація оборон чотирьох свобод (ООЧС), Центральне представництво українських емігрантів в Німеччині (ЦПУН), ОУН та ін.), громадських організацій, у тому числі міжнародних (Світовий конгрес вільних українців (СКВУ), Світова антикомуністична ліга (САЛ), Антибільшовицький блок народів (АБН), Український визвольний фронт (УВФ), Європейська група зв'язку (ЄГЗ), Демократичне об'єднання колишніх репресованих українців радянським режимом (ДОБРУС), Товариство прихильників визвольної боротьби України) та ін.); комбатантських організацій (Товариство бувших вояк УПА), фахових (Союз української демократичної преси, Спілка українських журналістів на еміграції, Українське історичне товариство та ін.); роботи молодіжних українських організацій – Спілки української молоді (СУМ), Пласту, Об'єднання демократичної української молоді (ОДУМ) та ін.; часто вони формували рухи, як-то Український демократичний рух, реалізуючи ідеологічно-світоглядні візії «соборництва», «християнського солідаризму» тощо. Детальніше про формування платформ інформаційно-комунікаційної діяльності української діаспори повоєнного періоду (III хвилі еміграції), їх орієнтацію на «українську справу», попри різні бачення досягнення мети, говоримо у монографії «Смислова матриця національної інформаційно-комунікаційної діяльності післявоєнної української еміграції» (2016)¹⁶.

¹⁶ Ковпак В. Смислова матриця національної інформаційно-комунікаційної діяльності післявоєнної української еміграції : монографія. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2016. 380 с.

Відповідно, аналіз прикладів документно-інформаційної комунікації, що містять смислові «капсули» – документи громадсько-політичних організацій: листи, звідомлення, тексти до радіопередач, сценарії, записки для пам'яті, правильники, статuti, плани роботи, списки членів програмової комісії тощо, стратегічних наративів світового українства, особливо в найактивнішій фазі – повоєнному періоді актуалізується з метою постійної корекції та вдосконалення культурної дипломатії, використання інтелектуального капіталу, що сформувався в той період бездержавності, в умовах абсолютної самоорганізації, як чинник стратегії «м'якої сили». Адже «важливим елементом "м'якої сили" в умовах протидіючого є непрямі дії, а саме: морально-психологічний, інформаційно-пропагандистський вплив на противника»¹⁷.

Так, до прикладу розглянемо «Статут Союзу українок Канади з додатком статуту провінційної езекутиви [«провід, керівництво»¹⁸ – авт.] і статуту для відділів»¹⁹, прийнятий на річному з'їзді в Саскатуні 1948 року, де окреслено цілі та способи чину. Серед цілей: організація українських жінок у товариства/відділи задля реалізації програми; поширення культури, освіти, національної свідомості та знань серед українських жінок і заохочення їх брати участь у громадському житті, зберігати і розвивати культурні цінності, релігійні і народні звичаї та традиції; дбати про культурне і релігійне виховання дітей; збирати і зберігати в Музеї Союзу

¹⁷ Половинчак Ю., Саморукова О. Дослідження ефективності української «культурної дипломатії»: досвід аналізу публікацій зарубіжних ЗМІ. Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського : зб. наук. пр. / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. Київ, 2016. Вип. 43. С. 183–193. URL: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3241: Doslidzhennya-efektivnosti-ukrajinskoji-kulturnoji-diplomatiji-dosvid-analizu-publikatsij-zarubizhnikh-zmi&catid=81&Itemid=415 (дата звернення: 25.06.2021).

¹⁸ Езекутива. Великий тлумачний словник СУМ. URL: <https://goroh.pp.ua/Тлумачення/езекутива> (дата звернення: 25.06.2021).

¹⁹ Статут Союзу українок Канади з додатком статуту провінційної езекутиви і статуту для відділів. Вінніпег, 1949 рік. URL: <https://diasporiana.org.ua/ukrainica/statut-soyuzu-ukrainok-kanady/> (дата звернення: 20.08.2021).

українське народне мистецтво культурної цінності; поширювати засади Союзу та налагоджувати контакти з іншими організаціями. Серед способів: примножувати кількість членкинь; розподіляти функції між провінційними ексекутивами, постійними комітетами; планувати плани праці для відділів; проводити з'їзди, збори, наради, дебати, наукові відчити (звіти – *авт.*), бібліотеки (із заохоченням читати добрі книжки, журнали, часописи), читальні, народні свята, театральні вистави, вечорниці, вистави народного мистецтва, літературно-музичні концерти; редагувати сторінку в «Українському голосі» (газета, що виходить у Вінніпезі (Канада) дотепер з 1910 року, до 1960 р. мала сторінку Союзу українок Канади – *авт.*) для організаційних та освітніх справ; видавати літературу, суголосну цілям Союзу; покращувати та поширювати «домашню господарку» пресою, лектурою та курсами; підтримувати зв'язки із важливими народними та міжнародними організаціями; співпрацювати з добродійними організаціями в Канаді; поширювати українське ручне мистецтво шляхом виставок, констестів (конкурсів – *авт.*), проектів вишивок; надавати талановитим студентам стипендії для вищої освіти, заохочувати молодь до вищої освіти, до громадського життя; підтримувати товариське життя між членками Союзу шляхом проведення забав, вечірок, заходів прийняття до Союзу, відвідувати хворих членкинь; упроваджувати недільні школи та школи навчання української мови, дівочі товариства, відділи Союзу української молоді Канади (див. Рис. 1.1).

Така розгалужена праця забезпечувалася різноманітними комітетами, наведемо деякі з них: Добродійний комітет, який включав Комітет Червоного Хреста, Комітет пристосування для новоприбулих, Комітет до пакунків задля хворих і скитальців, «Комюніті Чест» та ін.; Соціальний комітет (виконував привітальну функцію для нових членів і гостей, корпоративно-організаційну); Церковний комітет; Комітет відвідин хворих; Програмний та освітньо-культурний комітет; Комітет горожанства (репрезентація укра-

їніки, справ організації серед канадських містян); Фонд фундації ім. Наталії Кобринської (створений 1954 р. на честь піонерки жіночого руху в Галичині мав започаткувати видавничу працю сучасних українських письменниць і громадянок в Канаді); робота референтки до архівів; референтки до Музею і мистецтва та багато інших²⁰. Згадана тут мережа комітетів тільки підкреслює комунікаційний простір для реалізації державотворчого чину Союзу в умовах самоорганізації.

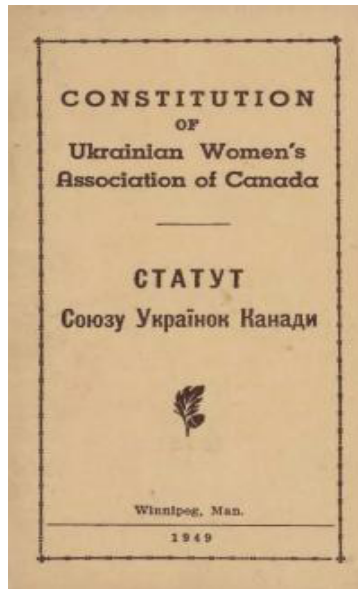


Рис. 1.1. Обкладинка Статуту Союзу українок Канади з додатком статуту провінційної ексекютиви і статуту для відділів. Вінніпег, 1949 рік. 66 с.

Джерело: ¹⁹

²⁰ Ювілейна книга 30-ліття Союзу Українок Канади, відділ в Едмонтоні / ред. Д. Яндова. Едмонтон, 1956. 216 с.

Так, Статут цієї потужної організації (зокрема, канадський кейс) зафіксував актуалізацію механізмів описаної Дж. Наєм «м'якої сили», спрямованої на націєідентифікаційний процес на рівні держави, розвиток корпоративної культури («товариського духу») на рівні організації, максимальне залучення засобів масової комунікації для популяризації цінностей організації, її смислового – україноцентричного – наповнення (від бібліотек, музею, виставок, концертів, вистав, конкурсів до преси, видавничо-книжкової комунікації, благодійних, освітніх ініціатив).

Подібну стратегію «м'якої сили» використовував «Пласт», – скаутський рух, який сповідує розвиток дитини в українському середовищі, що після занепаду Української держави у 30-ті роки ХХ ст. відновив свою діяльність у Західній Україні, а згодом серед української еміграційної молоді в Західній Європі, чому сприяв провідник української церкви та національного руху А. Шептицький. Із самого започаткування рух формує пресову платформу – офіційний пластовий орган «Молоде життя», визначає орієнтири у книзі О. Тисовського «Життя в Пласті». Незважаючи на заборони, утиски, арешти, висилки до концентраційних таборів, пластуни комунікують через «рідну школу», «Комісію виховних осель», публікацію журналу «Вогні».

Згаданий у контексті роботи Пласту феномен «рідної школи», загалом українського шкільництва за кордоном, завжди слугував чинником збереження етнонаціональної ідентичності, де мова, література, фольклор, народні традиції та звичаї, мистецтво, віросповідання мали фундаментальні непорушні позиції. Так, діяльність «рідної школи» або «української школи» у Канаді координує центральна організація української діаспори в цій країні – Конгрес українців Канади (мережа українського шкільництва в Канаді почала формуватися з кінця ХІХ ст.). У США мережа українського шкільництва активізується з середини ХХ століття завдяки появі суботніх шкіл українознавства – «рідних шкіл», діяльність яких координує створена в 1953 році Шкільна Рада при Україн-

ському конгресовому комітеті Америки, які навчають більшість українських учнів. Наприклад, в 2011 р. мережа мала 40 шкіл з 2500 учнями²¹. Тож і пластуни активно інтенсифікували освітні, виховні напрями.

З 1950 року український Пласт розвинув активну діяльність в Австралії, Аргентині, Канаді, Великобританії, Німеччині, США, Польщі, Словаччині, де впроваджувалися вишколи, виховні та спеціалізовані табори, видавалися журнали «Вогонь Орлиної Ради», «В дорогу з юнацтвом», місячник «Готуйсь» (для юнацтва), «Юнак» (для юнаків), «Пластовий шлях». Так цінності українського державотворення популяризувалися за кордоном (див. Рис. 1.2.).



Рис. 1.2. Органи преси та платформа для комунікації КУПО (Фрагмент книги «Столітнім шляхом (1912–2012). Український Пласт: історія в датах. Львів – Рочестер», 2012. С. 26)

Джерело:²²

²¹ Українське шкільництво в діаспорі. URL: (дата звернення: 01.09.2021).

²² Столітнім шляхом. Український Пласт: історія в датах. Львів – Рочестер : видання 29 Куреня УСП та УПС «Сіроманці» заходами пластової станиці Рочестер, Нью-Йорк, США, 2012. 48 с. URL: <https://diasporiana.org.ua/ukrainica/stolitnim-shlyahom-1912-2012-ukrayinskyj-plast-istoriya-v-datah/>

Пластовий Конгрес 1948 року в Ашаффенбурзі заклав ідеологічні основи для подальшого існування єдиної організації, допоміг зберегти українську ідентичність та цілісність Пласту, попри те, що його члени опинились на різних континентах²². У 1954 р. для ефективної співпраці було затверджено Конференцію українських пластових організацій (КУПО) для комунікації між різними країнами (зміни вносилися 1958, 1966, 1970, 1976, 1980, 2000, 2013, що свідчить про стратегічне планування роботи), а вироблені правила зафіксовані у Статуті²³.

Коли наприкінці 80-их років у СРСР послабилася цензура, почали з'являтися організації, що сприяли національному відродженню, які, у свою чергу, допомагали появі мережі пластунів на материковій Україні (Луцьк, Київ, Донецьк, Львівщина), де у 1990 р. затвердили Статут пластового товариства²⁴.

Доречно буде зазначити, що традиційним документом (див. Рис. 1.3.), що укладався пластунами, зокрема крайовими діловими, були так звані «правильники», що, по суті, містили правила, загальні постанови, критерії щодо членства, права членів, «устроеву» побудову (організаційні одиниці ладу), «вимір справедливості», фінансові (критерії для відзнак, пересторог, усунення)²⁵. Так, власне, будувалися «містки» дипломатичні, культурні та державотворчі, адже їх візії, цінності, їх місія закладали єдиний смисловий фундамент.

Особливо цінним для розуміння видавничої комунікації пластунів є досвід 29-ого куреня УСП (Улад старших пластунів) та

²³ Статут Конференції українських пластових організацій. URL: https://issuu.com/plast.org/docs/statut_kuro (дата звернення: 17.07.2021).

²⁴ Українське шкільництво в діаспорі. URL: <https://www.facebook.com/history.diaspora/posts/948023625703581/> (дата звернення: 01.09.2021).

²⁵ Правильник Уладу Пластових Новаків і Новачок. Детройт : видання Головної Пластової Булави Записки Українського Пластуна. Ч. 30, 1964. 80 с. URL: <https://diasporiana.org.ua/dityacha-literatura/pravylnyk-uladu-plastovyh-novakiv-i-novachok/> (дата звернення: 12.08.2021).

29-ого куреня УПС (Улад пластунів-сеніорів) «Плем'я сіроманців», адже перший курінь, заснований 1952 р. в Нью-Йорку пластунами, зацікавленими журналістикою, літературою, мистецтвом та виховною діяльністю. Патрон, поет-пластун А. Гарасевич, заснувавши курінь, активізував видавничу діяльність, тому їх курінь швидко отримав назву «пластовий видавничий курінь»²².

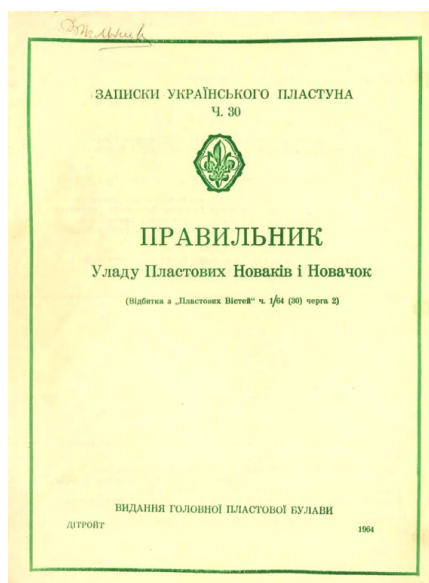


Рис. 1.3. Обкладинка Правильника Уладу пластових новаків і новачок

*Джерело:*²⁵

Таким чином, пластуни зосередили увагу на своєму головному завданні: пластовій пресі. «Сіроманці» видавали внутрішньо-курінні журнали «Ікс», «Там-Там», «Авуууу». Згодом займали чільні пости в редакціях старшопластунської преси («Свінкс», «До висот»),

«Юнака» та «Пластового шляху». Також видали збірку поезії А. Гарасевича «До Вершин», збірку пластового гумору «Округлі квадрати», музичну платівку «На крилах мрій». Курінь запрошували видавати одноднівки для таборів, зустрічей. Ці видання, як зазначає видання «Український Пласт: історія в датах», стали відомі як «жовті книжечки» (1962, 1972, 1978)²².

У 1980-их роках «сіроманці» мали свій головний осередок у т. зв. Метропольній стежі (США і Канада), а з відродженням Пласту в Україні було організовано стежу, яка займалася пластовими виданнями (пластовими посібниками, співаниками, дослідженнями з історії Пласту, зокрема, книги для юнацтва і вихованців) «Пластовим шляхом» («журнал пластової думки та інформації»), який було відновлено в Україні за редакцією Л. Онишкевича. Міжнародний розголос мав часопис «Ukrainian Scouting – Український Пласт», який виходив ще 1995 р. англійською мовою і був редагований «сіроманцями». Пластуни куреня популяризували табір-музей «Сокіл», створили його мережеві сторінки (www.sokil.plast.gov.ua) і Крайової бурави УПС в Україні (www.my.plast.org.ua/ups).

Просування стратегічних наративів пластунів (соборництво, державництво, незалежність України) серед інших українських інституцій та закордонної спільноти відбувалося у тому числі завдяки тому, що серед «сіроманців», згаданих вище, є професори, науковці, менеджери, журналісти, громадські діячі, митці, члени Національної академії наук України (Л. Романків і Л. Онишкевич), провідів Наукового товариства ім. Т. Шевченка (НТШ) (Р. Андрушків), Національної спілки композиторів України (А. Горняткевич), Національної спілки журналістів України (Ю. Леськів), Товариства української мови, Товариства українських інженерів, спортивного клубу «Тризуб» (Я. Козак). Л. Романків також був обраним до National Inventors Hall of Fame (США). Серед них є автори таких відомих творів, як «Кобзарський підручник»,

«Зруйновані храми Києва», «Українська дерев'яна архітектура» та багато інших краєзнавчих видань, що, безперечно, є інтелектуальним капіталом держави, його «м'якою силою», як для внутрішнього читача, «картина світу» більшості якого спотворена деструктивними міфами, «білими плямами» радянської історії, так і для формування іміджу держави у міжнародному просторі.

За свідченням Р. Барановського, члени Пласту залишалися провідними не тільки в організації, але також у громадському, культурному, політичному, науковому, економічному, релігійному життю спільноти, власне, у секторах, які становлять стратегічний простір для «м'якої сили». До прикладу, колишній начальний пластун Ю. Старосольський, колишній Президент УНР в екзилі М. Плавюк, колишній ректор університету В. Янів, митрополит С. Сулик, колишній директор Міжнародного інституту менеджменту в Музеї Женеви (Швейцарія), директор Міжнародного фонду «Відродження», станом на 1996 рік – радник економіки в уряді України Б. Гаврилишин, генерал американської армії, радник в уряді України М. Кравців. Т. Фіголеві варто завдячувати появі «Енциклопедії українознавства», який як фінансовий референт мав постійні перемовини з представництвом США, Канади, Австралії, Аргентини, мобілізувавши фінанси для видання цього монументального твору. «Ціла плеяда професорів в американських, канадських університетах, які викладаючи свої дисципліни, використовують кожну нагоду, щоб виполоти бур'ян непоінформованості чи радше фальшивої інформації про Україну та її народ, що довгими роками поширювали ноші відвічні недруги. Маємо теж цілий ряд фахівців різних ділянок, що мають змогу ширити правду про Україну серед чужинецького світу» (див. Рис. 1.4.)²⁶.

²⁶ Барановський Р. Депо про «Велике плем'я Лісових чортів». Пластовий шлях. 1996. Ч. 3(111). Лоренсвіль : Орган Пластової думки та інформації, 1996. С. 40–41.



**Рис. 1.4. Засоби масової комунікації пластунів
(табори, вишколи, журнал)**

(Фрагмент книги «Столітнім шляхом (1912–2012).

Український Пласт: історія в датах. Львів – Рочестер», 2012. С. 19)

*Джерело:*²²

Сучасний сайт пластунів (<https://www.plast.org.ua>) акумулював тези щодо місії, стратегії роботи руху. За його даними, «протягом року Пласт в Україні проводить понад 100 виховних таборів різної спеціалізації: спортивні, морські, з повітроплавання, мистецькі, лижні, альпіністичні, археологічні, кінні, екологічні тощо. Серед найбільших заходів, котрі щороку проводяться Пластом на всеукраїнському рівні – інтелектуально мистецькі змагання Орлікіада, фестиваль творчості "День пластуна", спортивний захід "Спартакіада", передача Віфлеємського вогню місцевим громадам, змагання з пішого мандрівництва "Стежками героїв", "Осінній рейд" та "Весняний рейд". На місцевому рівні осередками Пласту постійно реалізується безліч акцій соціально-культурного та виховного спрямування. Окрім України, Пласт офіційно існує у восьми країнах світу: Австралії, Аргентині, Великобританії, Канаді, Німеч-

чині, Польщі, Словаччині та США»²⁷ Ці пластові організації із названих країн об'єднані в Конференцію українських пластових організацій, яку очолює Начальний пластун. Тож, досвід інформаційно-комунікаційної діяльності пластунів, особливо в українських громадах за кордоном, засвідчений історичною тяглістю, ефективністю, має розвиватися й надалі, адже як зазначав Дж. Най, саме емігрантські громади, представники діаспори стають опорою для реалізації національних інтересів, використовуючи вище проаналізовані методи «м'якої сили».

«Стосовно до "м'якої сили" ми розуміємо формування авторитетних груп для створення інституціональних механізмів впливу, тобто фондів, форумів, неурядових організацій. У сучасному світі держави частіше діють не прямо, а через своїх агентів впливу. Вони формують громадську думку, часто досить агресивну, лобіюють інтереси своїх країн, хоча офіційно це не є їхньою метою»²⁸.

Світове українство й досі формує такі інституції. Наприклад, «у вересні 2018 р. дирекції трьох українсько-канадських фондів та Канадський Інститут Українських Студій (КІУС) Альбертського університету спільними зусиллями створили Фонд сприяння розвитку україномовної освіти в Альберті та поза її межами ім. проф. Манолія Р. Лупула, метою якого є підтримка діяльності Методичного центру української мови (МЦУМ) при КІУС (Канадський інститут українських студій – авт.)»²⁹. Зокрема, до ініціативи заснування фонду на честь професора М. Лупула з нагоди 90-ої річниці від дня його народження, вшанування його діяльності

²⁷ Про Пласт. <https://www.plast.org.ua/about/> (дата звернення: 13.08.2021).

²⁸ Ткач О., Ткач А. «М'яка сила» як характерна ознака політичного впливу Великої Держави за умов багатополярного світу в латиноамериканському регіоні. Політологічний вісник. С. 77–85. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/9b6f/638830dae769ca3da8dcd8a667f054d53b2d.pdf> (дата звернення: 13.08.2021).

²⁹ Створено Фонд ім. Манолія Р. Лупула. Методичний центр української мови. *Свобода* (газета української еміграції в Америці). 2018. URL: <http://surl.li/atcprw> (дата звернення: 13.08.2021).

як національного провідника політики багатокультурності та засновника КІУС в 1976 році, Альбертською фундацією сприяння українській освіті (президент В. Бойчук), Канадською фундацією українських студій (президент О. Купловська) та Канадсько-українською фундацією (президент В. Гетьманчук). Основоположний внесок зробила Асоціація українознавчого консорціуму інтернет-порталу (УКІП), заснована в 2003 році, що є провідником у створенні українськомовних цифрових ресурсів для української двомовної програми в альбертських школах»²⁹. Тож у контексті інформаційно-комунікаційної діяльності світового українства функціонують фундації, фонди, що зосереджені за кордоном, та іменні платформи, що функціонують на материковій Україні.

Наприклад, Фундація імені І. Багряного створена на «Сьомому з'їзді Української революційно-демократичної партії (УРДП), яку довгий час очолював І. Багрянний, наприкінці травня 1975 року в Торонто (Канада)»³⁰. «М'який вплив» цієї платформи докладно описав О. Коновал, зокрема він згадує про фінансування книжки «The Tragedy of Vinnytsia» (про масові розстріли у Вінниці), видавця Д. Нитченка, який видав повість «Смерть» Б. Антоненка-Давидовича, Д. Кислиці (видання його спогадів «Світе ясний»), М. Царинника (видання великої книжки бібліографічних матеріалів англійською мовою про 1933 рік), створення фільму про розстріли в Биківні тощо³⁰. Така діяльність демонструє механізм наповнення смислами стратегічних наративів у кіно, нон-фікшн (спогади, біографії, осмислення історичних подій), що на сьогодні потребує теоретичного узагальнення, законодавчої підтримки, інституціонального структурування.

Фундація реалізувала потужну інформаційно-комунікаційну кампанію знищення «білих плям» в історії України з метою

³⁰ Коновал О. В обороні української демократії. Фундації імені Багряного – 40. URL: <http://bahrianyfoundation.in.ua/> (дата звернення: 13.08.2021).

просвітництва молоді, інтелектуальних кіл українського суспільства: профінансувала розповсюдження «тисячі книжок (про колективізацію, розкуркулення, арешти, заслання, розстріли, Голодомор та зросійщення) у різні міста України – до бібліотек, наукових установ, університетів, музеїв та архівів. А ще з 1991 по середину 2008 року з каси Фундації надано фінансову підтримку для патріотичних газет, журналів, наукових установ і організацій та на видання книжок в Україні в сумі півтора мільйона доларів»³⁰. І знову підтверджуємо розуміння того, що саме засоби масової комунікації, які опікуються документно-інформаційною комунікацією – бібліотеки, наукові установи, університети, музеї та архіви, стають першочерговими комунікатами в такій кампанії. Один із найпотужніших, розрахованих на довгострокові результати, механізмів «м'якого впливу» є підтримка видавничої діяльності: «у 2004 та 2005 роках Фундація видала або дала гроші (повністю чи частково) на видання книжок, що з'явилися у видавництвах "Смолоскип", "Юніверсум", "Києво-Могилянська академія", "Універсум", "Бористен", "Просвіта" та інших;... журналів і газет: "Літературна Україна", "Східній часопис", "Українська газета", "Сіверщина", "Наша віра", "Громада", "Дніпро", "Бористен", "Березіль", "Історичний календар", "Інститут досліджень діаспори", "Зоря", "Дзвін Севастополя", "Кримська світлиця", "Молода нація", видання УПЦ Київського патріархату (ефективність підтримки останнього видання підтверджується отриманням Томосу Православною церквою України, адже без пресової трибуни, без можливості згуртувати навколо своїх цінностей громаду утримати інституцію складно – *авт.*) та ін.»³⁰.

Дослідницькі проекти, а саме стипендіальні програми, премії та конкурси знавців української мови, реституційні проекти (ремонт резиденції гетьмана Б. Хмельницького), підтримка родин дисидентів, спорудження пам'ятника Т. Шевченку в Ялті (що тепер, в умовах тимчасової окупації Криму набуває ще більш

стратегічного характеру, адже, якби стратегічні українські наративи просувалися активно в Криму, то шансів на протистояння смисловій, когнітивній інтервенції було б більше) тощо.

За свідченням О. Коновала, Фундація як постійний член Ліги українських меценатів брала участь у заснуванні ряду громадських організацій та організації молоді ОДУМ для вихідців зі східних та центральних земель України, які, у свою чергу, видавали свої газети, журнали, бюлетені, інформаційні листки та інші пресові органи, багато з яких було передано до Конгресової бібліотеки США у Вашингтоні³⁰, натомість остання «передала Фундації мікрофільми з усіх річників газети «Українські вісті» (їх передано до Державного архіву-музею літератури та мистецтва в Києві). Багато річників згаданих видань передано до Українського національного музею в Чикаго, архіву УВАН у Нью-Йорку, української секції Іллінойського університету в Урбана-Шампейн, Імміграційного історично-дослідного центру при Міннесотському університеті, до Українського культурного і освітнього центру у Вінніпезі (Канада), бібліотеки ім. Симона Петлюри в Парижі, Українського вільного університету в Нью-Йорку тощо»³⁰. Власне, саме така діяльність демонструє синергію феноменів культури, публічної дипломатії та національної безпеки в рамках стратегічних комунікацій.

А от Фонд Б. Гаврилишина (з 2017 – Фонд родини Б. Гаврилишина), видатного економіста, громадського діяча, футуролога, мецената, вже згаданого в контексті діяльності Пласту як члена Пласту, голови Крайової пластової ради (законодавчого органу Пласту) у 2006–2008 роках, був заснований уже на материковій Україні для підготовки критичної маси молодих українців, які на власному досвіді вивчатимуть, як функціонують найкращі країни Європи, та зможуть утворити критичну масу людей, яка трансформує Україну. «Місія: підтримуємо молодих змінотворців задля сталого розвитку ціннісно-орієнтованої України. Візія: Україна – успішна

демократична держава відповідальних людей. Цінності: відповідальність, професіоналізм, співпраця»³¹. Основний напрям роботи Фонду – об'єднання лідерів думок, проектна діяльність, а саме такі проекти: «1) «Молодь змінить Україну» (надання кейсів з проектною діяльністю для майбутнього практичного втілення у різноманітних сферах діяльності, здобуття фінансової підтримки чи отримання міжнародного досвіду); 2) «Молодіжний делегат України до ООН» – всеукраїнська програма, спрямована на активізацію участі молоді в міжнародній політиці та поширення принципів роботи ООН серед молоді, а також побудову діалогу між урядом України та молоддю; 3) #ВН15 – це проект з популяризації Декларації відповідальності людини, створеної Богданом Гаврилишином у 2014 році; 4) мультимедійний проект «Залишаюсь українцем» до 95-річчя Б. Гаврилишина, що складається з оновленої книги спогадів «Залишаюсь українцем», одноіменної аудіокниги, мультимедійних матеріалів, записаних за життя Б. Гаврилишина та після 2016 року; 5) «Курс відеолекцій Б. Гаврилишина» – 15 лекцій – філософських роздумів від видатного українця Б. Гаврилишина, які містять поради та відповіді на актуальні питання сьогодення, розміщений на платформі онлайн-курсів Prometheus; 6) «Україна в світі» – проекти, спрямовані на створення, зміну та поширення ефективного та позитивного внутрішнього та зовнішнього іміджу України, які захищатимуть національні інтереси країни та покращуватимуть її репутацію в світі... можуть реалізовуватися через розвиток культурної дипломатії, налагодження міжнародних молодіжних обмінів та підтримку інформаційних кампаній»³¹.

Таким чином, ми пересвідчилися у потужності кейсу інформаційно-комунікаційної діяльності світового українства (повоєнного періоду, сучасного), які через мережу документно-інформаційних

³¹ Фонд родини Богдана Гаврилишина.URL: <https://bhfamily.org/gavrylyshyn/> (дата звернення: 02.09.2021).

комунікацій, засобів масової комунікації, проектної діяльності тощо, що дає нам змогу аналізувати інтелектуальний капітал української діаспори та української еміграційної громади, що містить цілі алгоритми боротьби з «функціональною неграмотністю», стратегічні наративи, демонструє механізми застосування культури як «м'якої сили», що є обов'язковою компонентою і культурної дипломатії, і національної безпеки.

Список використаної літератури:

Барановський Р. Дещо про «Велике плем'я Лісових чортів». *Пластовий шлях*. 1996. Ч. 3(111). Лоренсвіль : Орган Пластової думки та інформації, 1996. С. 39–41.

Дорош С. Бабин Яр і російський слід. Що стоїть за конфліктом навколо меморіалу. *BBC News Україна*. 3 березня 2021. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-56156925> (дата звернення: 25.07.2021).

Екзекутива. Великий тлумачний словник СУМ. URL: <https://goroh.pp.ua/Тлумачення/екзекутива> (дата звернення: 25.06.2021).

Золотухін Д. Наративне регулювання, або Як ми маємо скористатися методами Іллі Хржановського. *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/infospace/article/177031/2020-05-09-narativne-regulyuvannya-abo-yak-my-maemo-skorystatysya-metodamy-illi-khrzhanovskogo/> (дата звернення: 15.08.2021).

Золотухін Д. Український стратегічний наратив: «матчастина». *Укрінформ*. 15.01.2019. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2620105-ukrainskij-strategicnij-narativ-matcastina.html> (дата звернення: 15.08.2021).

Зубар Н., Рущенко І. Війна інформації. *Центр воєнної політики та політики безпеки «Оборонний вісник»* 2017. № 8. С. 4–9.

Канни-2021. Фільм Лозниці про Бабин Яр отримав спеціальний приз журі премії «Золоте око». *BBC News Україна*. 17 липня 2021 р.

URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-57873920> (дата звернення: 21.08.2021).

Кістол К. «М'яка сила» Кремля: як Росія експортує свій «культурний продукт». *Укрінформ*. 26.04.2021. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-antifake/3235466-maka-sila-kremla-v-dii-ak-rosia-eksportue-svij-kulturnij-produkt-v-ukrainu.html> (дата звернення: 27.07.2021).

Ковпак В. Когнітивні практики в медіасфері як інструмент стратегічного вектору боротьби зі смисловими інтервенціями. *Медіа-простір: проблеми і виклики сьогодення* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених. (Київ, 25 квітня 2018 р.). Київ : Інститут журналістики, 2018. С. 39–43.

Ковпак В. Когнітивна безпека як перспектива української медіасфери. *Україна в гуманітарних і соціально-економічних вимірах*. Матеріали III Всеукраїнської наукової конференції. 30–31 березня 2018 р., м. Дніпро. Частина II / Наук. ред. О. Висоцький. Дніпро : СПД «Охотнік», 2018. С. 157–159.

Ковпак В. Когнітивне моделювання смислоформування ідеї нації післявоєнної української еміграції в загальній системі медіасфери: аналіз сценаріїв як націоідентифікована практика. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2017. № 4. С. 24–37.

Ковпак В. Смислова матриця національної інформаційно-комунікаційної діяльності післявоєнної української еміграції: монографія. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2016. 380 с.

Коновал О. В обороні української демократії. Фондації імені Багряного – URL: <http://bahrianyfoundation.in.ua/> (дата звернення: 13.08.2021).

Концепція стратегічних комунікацій Міністерства оборони України та Збройних Сил України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0612322-17#Text> (дата звернення: 25.08.2021).

Корнійчук Ю. Культура як «м'яка сила» в концепції зовнішніх відносин Джозефа Ная. *Культурологічний альманах*. Випуск 5. 2016. С. 55–58.

Нахманович В. Бабин Яр: гібридні контексти Сергія Лозниці. *Історична правда*. URL: <https://www.istpravda.com.ua/articles/2021/10/19/160326/> (дата звернення: 20.08.2021).

Павлів В. «Супутник V» – «м'яка сила» Кремля. *Matrix-divergent*. 17.03.2021. URL: <https://matrix-info.com/suputnyk-v-m-yaka-syla-kremlya/> (дата звернення: 26.07.2021).

Половинчак Ю., Саморукова О. Дослідження ефективності української «культурної дипломатії»: досвід аналізу публікацій зарубіжних ЗМІ. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського* : зб. наук. пр. / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. Київ, 2016. Вип. 43. С. 183–193. URL: http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3241:doslidzhennya-efektivnosti-ukrajinskoji-kulturnoji-diplomatiji-dosvid-analizu-publikatsij-zarubizhnikh-zmi&catid=81&Itemid=415 (дата звернення: 25.06.2021).

Правильник Уладу пластових новаків і новачок. Детройт : видання Головної Пластової Булави Записки Українського Пластуна. Ч. 30, 1964. 80 с. URL: <https://diasporiana.org.ua/dityacha-literatura/pravylnyk-uladu-plastovyh-novakiv-i-novachok/> (дата звернення: 12.08.2021).

Про Пласт. URL: <https://www.plast.org.ua/about/> (дата звернення: 13.08.2021).

Сокологорська Д. Функціональна неграмотність. *Незалежний культурологічний часопис «І»*. URL: http://www.ji-magazine.lviv.ua/2015/Sokologorska_Funkcionalna_negramotnist.htm (дата звернення: 15.09.2021).

Статут Союзу українок Канади з додатком статуту провінційної екзекутиви і статуту для відділів. Вінніпег, 1949 рік. 66 с. URL: <https://diasporiana.org.ua/ukrainica/statut-soyuzu-ukrayinok-kanady/> (дата звернення: 20.08.2021).

Створено Фонд ім. Манолія Р. Лупула. Методичний центр української мови. *Свобода* (газета української еміграції в Америці). 2018. URL: <http://surl.li/atcpw> (дата звернення: 13.08.2021).

Столітнім шляхом (1912–2012). Український Пласт: історія в датах. Львів – Рочестер : видання 29 Куреня УСП та УПС «Сіроманці» заходами пластової станиці Рочестер, Нью-Йорк, США, 2012. 48 с. URL: <https://diasporiana.org.ua/ukrainica/stolitnim-shlyahom-1912-2012-ukrayinskyj-plast-istoriya-v-datah/>

Статут Конференції українських пластових організацій. URL: https://issuu.com/plast.org/docs/statut_kupo (дата звернення: 14.07.2021).

Ткач О., Ткач А. «М'яка сила» як характерна ознака політичного впливу Великої Держави за умов багатопольярного світу в латиноамериканському регіоні. Політологічний вісник. С. 77–85. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/9b6f/638830dae769ca3da8dcd8a667f054d53b2d.pdf> (дата звернення: 13.08.2021).

Указ Президента України №47/2017 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України». URL: (дата звернення: 25.07.2021).

Українське шкільництво в діаспорі. URL: (дата звернення: 01.09.2021).

Фонд родини Богдана Гаврилишина. URL: <https://bhfamily.org/gavrylyshyn/> (дата звернення: 02.09.2021).

Чорнобровкіна Г., Бадік М. «Комунікація з'їла колобка». Марія Титаренко про парадоксальні комунікативні кейси. URL: <http://old.media.ucu.edu.ua/komunikatsiya-zyila-kolobka-mariya-tytarenko-pro-paradoksalni-komunikatyvni-kejsy/> (дата звернення: 25.07.2021).

Штифурко Т. «М'яка сила» Кремля і важка ноша Зеленського. *Matrix-divergent*. URL: <https://matrix-info.com/m-yaka-syla-kremlya-i-vazhka-nosha-zelenskogo/> (дата звернення: 20.08.2021).

Ювілейна книга 30-ліття Союзу Українок Канади, відділ в Едмонтоні / ред. Д. Яндова. Едмонтон, 1956. 216 с.

1.3 Національні стереотипи як засіб позиціонування держави на внутрішньому та зовнішньому рівнях комунікації

Розвиток інформатизації суспільства та спрямування інформаційної політики країни має суттєвий вплив на всі аспекти життєдіяльності держави: культуру, економіку, політику, освіту та ін. З огляду на це на сьогодні важливими для вирішення питаннями є рівень самоідентифікації громадян, становлення громадянського суспільства й формування стратегічного наративу. Механізми відпрацювання єдиної загальноприйнятої стратегії розробляються фахівцями різних галузей і сфер діяльності: журналістики (В. Ковпак, М. Ларченко, А. Осмоловська, О. Старіш), інформаційної справи (І. Дорош, Д. Дубов, М. Смирнова, О. Онищенко), соціології (О. Дедуш, А. Поцелуйко), точних наук (Т. Пащенко, Є. Постригань, І. Русенко, В. Солонников, О. Щурко). Спеціаліст кожної окремої галузі працює над спільними проблемами, але керуючись власними засобами та ресурсами.

В основі кожного названого вище проблемного питання лежать стратегічні комунікації, ключовим змістовим елементом яких у розрізі вивчення їхньої думки щодо державотворчого фактору є стратегічний наратив, на утвердження й функціонування якого спрямовується діяльність всіх комунікативних можливостей держави. За твердженням Г. Піскорської, базовими установками для стратегічного наративу є збереження, розвиток і експансія України з головними атрибутами (цілісною територією, політичною, економічною, соціальною, культурною та інформаційною незалежністю, правом на незалежну Конституцію, внутрішню політику та правом на суб'єкту зовнішню політику)¹. З такою думкою погоджуються

¹ Піскорська Г. Український стратегічний наратив: пошук практичних рішень. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3862 (дата звернення: 20.09.2021)

і О. Войтко, Т. Пащенко В. Солонніков, наголошуючи на необхідності реалізації інтересів держави у вигляді підтримки населення щодо її стратегічного курсу на набуття повноправного членства України в ЄС та НАТО, а також на особливостях впровадження стратегічного наративу держави системою стратегічних комунікацій². Так, говорячи про комунікативні можливості держави, насамперед мова йде про стратегічні комунікації, що є сукупністю прийомів, методів, технік, спрямованих на просування ідей і цілей серед населення за допомогою певних технологій і засобів. До таких засобів належать фото, аудіо чи відеозапис, рекламний ролик, допис у соціальній мережі, чутка про знаменитість, звіт посадовця, відеоролик, кібератака, тобто будь-яке повідомлення або текст, що створені фахівцями після вивчення всіх аспектів (мови, етносу, настроїв населення, патерни мислення та поведінки) своїх цілей³.

Усі названі засоби є елементами комунікаційного процесу в сучасному світі й послуговуються ними як допоміжним способом встановлення контакту між людьми, організаціями, країнами та в іншому будь-якому виді людської взаємодії. Така взаємодія є джерелом обміну інформацією, досвідом і можливостями покращення світу загалом. Обсяги інформації, що виробляється, ростуть щорічно, таким чином перетворюючи її на глобальний, невичерпний ресурс людства, що вступило в нову епоху розвитку цивілізації. Кожен інформаційний привід виконує функцію не лише інформування суспільства, а й маніпуляції, навіювання й формування стандартизованих образів про той чи інший факт у свідомості споживачів. Змінивши фокус використання інформаційних ресурсів, інформаційні потоки стали центром уваги дослідників комунікації в різних

² Войтко О., Пащенко Т., Солонніков В. Обґрунтування реалізації стратегічного наративу держави. *Modern Information Technologies in the Sphere of Security and Defence*. 2020. № 1(37). С. 203–212.

³ Чеховська М., Рагнев А. Стратегічний наратив у системі стратегічних комунікацій. *Право і суспільство*. 2018. № 5. Ч. 2. С. 34.

сферах життя, а особливо важливим це питання постає в процесі формування комунікативної поведінки держави у внутрішній та зовнішній мовних картинах. Так, комунікації, які є стратегічно значеннєвими, мають різне змістове навантаження. З одного боку, в сучасних умовах стратегічні комунікації – це системна комунікація, орієнтована на встановлення довгострокових взаємозв'язків між органами державної влади та суспільством, а з іншого – стратегічні комунікації в контексті гарантування національної безпеки на рівні міжмовної й міжкультурної взаємодії⁴.

Образ держави формують усталенні чинники (за Е. Галумовим): політико-географічні, природно-ресурсні, культурні, соціально-ментальні, виробничо-економічні, національно-ціннісні. Крім інвестиційної привабливості країни, образу політичного лідера, єдиної національної ідеї, співпраці з міжнародними неурядовими організаціями, неабияку роль у формуванні іміджу країни відіграє інформаційна політика держави, що належить до її стратегічних інтересів.

Вагомим напрямком інформаційної політики, окрім цілісного формування іміджу країни, є і виявлення та аналіз стереотипізації свідомості українського суспільства під впливом державної інформаційної політики в контексті інформування громадськості про реалізацію стратегії європейської інтеграції України. Цій проблемі присвятили свої роботи О. Бондаренко, К. Бричук, О. Ромах, Н. Єфтені.

В умовах існуючої тенденції до підвищення відкритості політичного простору підґрунтям впливу на формування образу країни є ефективне проведення державної політики в засобах масової інформації (ЗМІ). Ключову роль тут має інформаційно-комунікаційний простір, через який відбувається трансляція будь-яких

⁴ Стратегічні комунікації: [словник] / за заг. ред. В. А. Ліпкана. Київ : ФОП О. С. Ліпкан, 2016. С. 8

повідомлень і в межах якого відбуваються акції та інтеракції політичних суб'єктів.

На інформованість суспільства, а також міжнародних організацій впливають цілі, критерії відбору інформації, глибина реальності фактів, а також засоби й форми передачі інформації. Такий рівень впливу вказує на високу вагу ЗМІ як механізму створення іміджу країни. Значні можливості активного впливу ЗМІ на політичну свідомість і поведінку громадян свідчать про найважливішу роль «четвертої влади» в сучасному суспільстві, що послуговується стратегічними комунікаціями. Підґрунтям для стратегічних комунікацій є вивчення патернів поведінки й мислення населення, що безпосередньо пов'язано зі стереотипізацією, яка відбувається повсякчас через медіа.

У сучасному науковому дискурсі піднімається декілька аспектів вивчення стереотипізації. Одним із них є медіастереотипізація України в європейських ЗМІ, оскільки це наслідок політики стратегічної комунікації. Другим – формування образу країни для її мешканців. Першим питанням займаються Ю. Гаркавенко (стереотип України як перехідного періоду у виданнях Великобританії, Німеччини, Франції) та М. Павлюх (стереотипні образи українця в польській журналістиці), спільним у розвідках яких є дуальне сприйняття європейцями України. Дослідник механізмів формування іміджу країн О. Гнатюк наголошує на тому, що образ держави – це модель прояву національно-державної спільності членів країни, що виражається в доступних щоденних поняттях і судженнях.

Отже, образ держави, що склався за межами її територіальних, національних кордонів, можна вважати зовнішнім. Ті держави, які не в змозі створити сильне інформаційне поле, стають неконкурентоспроможними і тим самим погіршують свій імідж на міжнародній арені. Також зовнішній образ держави можуть зумовлювати суб'єкти міжнародної політики, задаючи міжнародні стандарти відповідного розвитку для країн. Образ країни визначається як на

різних рівнях влади, стосунках з іноземними партнерами, інвесторами, так і на рівні поведінки самих українців. Який з цих рівнів є вирішальним, установити неможливо, адже вони доповнюють один одного.

Другим питанням, а саме вивченням внутрішнього іміджу країни, що є проявом самооцінки суспільства в середині держави, займаються вчені І. Грабовська, Ю. Нестеряк, О. Стражний, С. Стуканов, О. Шиприкевич. Так, досліджуючи проблеми стереотипізації, не менш значущим аспектом є виявлення національних гетеростереотипів (Ю. Сілецький, О. Шиприкевич, О. Шмиглюк) та автостереотипів (О. Вакуленко, М. Курушина). Спільним у наукових доробках науковців є те, що автостереотип, на відміну від гетеростереотипу, переважно є позитивним, оскільки інформаційна політика сучасності орієнтована на закріплення самоідентифікації кожного громадянина як українця, тоді як гетеростереотипам властива стійкість, хоча чимало характерних ознак етнічні гетеростереотипи отримали внаслідок суттєвих політичних, соціальних і демографічних потрясінь.

Образ України – це результат низки дій влади. У методології дослідження соціальних комунікацій превалує метод контент-аналізу, що є прикладом кількісно-якісного методу вивчення матеріалу. Контент-аналізу піддаються офіційні документи, книги, статті, оголошення, телевізійні виступи, кіно- і відеозаписи, фотографії, гасла, твори мистецтва, а також за допомогою цього методу можна виявити провідні напрямки ЗМІ, рейтинг лідерів, фірм, організацій, ставлення ЗМІ до певних діячів, подій тощо⁵.

У журналістських дослідженнях контент-аналіз проводиться в декілька етапів. Так, на першому відбувається відбір джерельної бази для подальшого опрацювання фактологічного матеріалу.

⁵ Степко О. М. Методи аналізу при проведенні комунікативних кампаній. *Науковий вісник Національного авіаційного університету. Серія: Політологія.* 2010. № 1. С. 169.

Другим етапом стає пошук контенту, що побудований з використанням фраз із ключовим словом і контекстними блоками з певними оцінними знаками. Третій етап полягає в якісному аналізі публікацій та виокремленню тематичних та оцінних суджень журналіста, що згодом стають нав'язаними образами про те чи інше питання чи проблему.

Розглядаючи вибір каналів передачі інформації, що є інформаційними ресурсами при формуванні національних стереотипів і на вітчизняному, і на міжнародному рівнях, необхідно враховувати соціальні медіа, які здатні радикально змінити образ країни й полегшити шлях передачі інформації. Це досягається відкритістю платформ до комунікації зі своїми читачами, за умови якої кожен може брати участь в обговоренні певних тем, ділитися думками, ідеями, знаннями. Так, соціальні медіа належать до нових електронних і вебканалів зв'язку, таких як блоги, підкасти, чати, форуми, RSS-канали, вебсайти, соціальні мережі та ін. Нові ЗМІ збільшують обсяг, швидкість потоку спілкування, об'єднуючи людей, даючи їм право голосу й можливість бути почутим, стимулюючи дискусії за темами, що становлять спільний інтерес.

При відборі джерельної бази слід звернути увагу на цільову аудиторію того чи іншого ЗМІ та на мету його роботи. Так, аналіз аудиторії інформаційних ресурсів передбачає дослідження кількості читачів, переглядів, коментарів до новинних публікацій і ґрунтується на вивченні рейтингу інформаційних ресурсів.

Інтернет Асоціація України (ІнАУ) опублікувала рейтинг новинних сайтів суспільно-політичної тематики за травень 2019 р.⁶, який було складено за місячним охопленням української інтернет-аудиторії для новинних сайтів, що мають власну редакцію й генерують власний контент. Сюди увійшов і сайту «Української правди».

⁶ Інтернет Асоціація України «Рейтинг ТОП-100 новинних ресурсів суспільно-політичної тематики за травень 2019 р.

Для дослідження була застосована медіа-панель чисельністю 5 тис. осіб, яка репрезентує українську аудиторію інтернет-користувачів старше 15 років. Ще одним каналом комунікаційної стратегії, яким послуговується ресурс «Українська правда», є розділ «Підкасти». У цій рубриці висвітлюються різні теми: від політичної ситуації в країні до рекомендацій письменникам-початківцям. Вони виходять щоденно в обсязі не більше одного підкаста. Так було обрано сайт «Українська правда», що має охоплення інтернет-аудиторії сайту та редакції та генерує контент суспільно-політичної тематики.

«HromadskeUA» був основою для аналізу аудиторії соціальних мереж. Цей інформаційний ресурс позиціонує себе як неприбуткова незалежна організація, створена журналістами для неупередженого інформування суспільства через усі доступні медійні канали. Одним із таких каналів є соціальні мережі. За допомогою кількісного аналізу було вивчено кількість підписників найбільш відомих мереж, у яких представлений названий інформаційних ресурс:

- Facebook – 723 420 вподобань;
- Instagram – 36 000 підписані;
- Telegram – 19 347 підписників;
- Youtube – 392 000 підписок;
- Twitter – 929 000 підписників.

Інформаційні ресурси можуть самостійно надавати статистику щодо аудиторії їхнього сайту. «УНІАН» проводить власний аналіз ресурсу, який наданий ПР-відділом сайту, а в розділі «Реклама» пропонує повний звіт за своєю аудиторією (див. Табл. 1.1).

Отже, зважаючи на аналіз аудиторії інформаційних ресурсів, можна стверджувати, що вони популярні, а тому впливають на суспільну думку громадян і міжнародних ЗМІ. Кожен із досліджуваних інформаційних ресурсів має свій сайт, свої сторінки в соціальних мережах «Facebook» та «Twitter». За допомогою соціальних мереж новину вдається швидко розповсюджувати, а також прослідкувати думку аудиторії.

Таблиця 1.1

Аналіз аудиторії інформаційного ресурсу «УНІАН»

| | | | |
|-----------------------|-----------|--------------------|------------|
| Унікальні відвідувачі | 1 636 936 | Перегляди сторінки | 11 978 266 |
| мобільні | 803 656 | мобільні | 5 214 200 |
| ПК | 833 280 | ПК | 6 764 066 |

Джерело: розроблено на основі⁷

Відбір джерельної бази диктує необхідність у визначенні мети та завдань, які ставлять перед собою інформаційні ресурси. Саме тому для актуального контент-аналізу було відібрано такі інформаційні ресурси, які позиціонують себе не як провладні, а як громадсько-орієнтовані засоби масової інформації («УНІАН», «Українська правда», «HromadskeUA»). Від мети та цільової аудиторії залежить й те, що ці ЗМІ інформують, висвітлюють у публікаціях, які завдання їм необхідно виконати та які цілі можна досягти.

У формуванні авто- та гетеростереотипів України можна виокремити такі складові мети:

- робота з уявленням про Україну, культуру, суспільство, територію на вітчизняному просторі;
- покращення вже сформованого іміджу України у світі або формування нового її образу.

Для досягнення тієї чи іншої мети перед ЗМІ постає ряд завдань. Так, інформаційні ресурси задовольняють потреби не лише в інформуванні суспільства, але й в освіті й розвагах. Дослідники соціально-комунікаційних процесів С. Блек, Ф. Буарі, М. Маклюен вважають, що завдання ЗМІ мають більш розширені характеристики та виділяють такі:

- поширення знань про дійсність;
- соціальне орієнтування;
- інтеграція суспільства;

⁷ УНІАН. URL: <https://www.unian.ua/static/advertising/audience> (дата звернення: 16.09.21).

- саморегулювання суспільства;
- формування громадської думки;
- виховання;
- реалізація соціальної активності членів суспільства;
- поширення культури.

Для аналізу реалізації поставлених завдань було обрано рубрику «Блог» на всіх інформаційних ресурсах, яка є каналом передачі інформації за допомогою авторської думки журналіста.

Так, наприклад, публікація журналіста В. Головка (HromadskeUA) *«Расизм, сльози та негостинна Україна – як уболівальники «Динамо» забули про футбол»* показує досить негативну реальність життя України. Згідно з матеріалом, расизм, шовінізм та інші нетолерантні ідеологічні погляди є частиною українського суспільства. Однак автор тексту намагається наголосити на тому, що боротьба з ними в країні вже ведеться: *«З расизмом на стадіонах боротися доведеться. Робитимуть це чиновники Української асоціації футболу, керівники клубів і навіть поліція, але нам і самим варто частіше приглядатися до себе»*. Та ця публікація виконала два важливих завдання ЗМІ – інформування та соціальне орієнтування суспільства.

У статті *«Платформа здоров'я. Наша стратегія успіху»* з блогу громадського діяча Т. Бадікова (<https://blogs.pravda.com.ua/authors/badikov/> «Українська правда») висвітлено досягнення проєктів, які сприяють реалізації реформи медицини. Автор показує, як лікарі можуть отримати додаткові знання (*«Українські та іноземні експерти продовжують допомагати нашим лікарям опанувати немедичні навички у сферах маркетингу, бізнесу, інноваційних каналів ведення комунікації з пацієнтами тощо»*), як працює платформа eHealth (*«проведення глобального та ретельного аудиту системи з подальшими висновками та формуванням Національної стратегії розвитку eHealth»*), як її розвивати (*«рухатись далі по шляху трансформації охорони здоров'я», «провести аудит того,*

що вже реалізовано, і зробити висновки, які проблемні зони необхідно відкоригувати та які корективи варто внести в заплановану роботу»). Вся подана інформація спрямована на розвиток саморегуляції суспільства, його залучення до вирішення проблем медицини разом із громадськими проектами, а також на формування громадської думки («звернути увагу сотень тисяч небайдужих батьків до важливості щеплень», «формуючи відповідальність громадян до питань імунізації»).

Стаття А. Кучкіної (УНІАН) «Перереєструйся, а то не проголошуєш» була написана з метою інформування громадян про порядок перереєстрації у випадку голосування не за місцем проживання. Обравши стандартну тему, яка мала розповісти про те, що робити, якщо під час виборів перебуваєш на території не свого виборчого округу, перетворилася у звинувачення неорганізованості адміністративного ладу країни: «Мне «повезло». Сменить место голосования удалось «всего» за четыре часа. И это в первый же день, когда открылась такая возможность! Полагаю, что в последующие дни ситуация вряд ли кардинально изменилась».

Отже, таким чином виконуються завдання та, як наслідок, досягається мета комунікаційних стратегій позиціонування країни та підтримка або створення національних стереотипів у вітчизняних ЗМІ. Усі вони мають і негативний, і позитивний вплив на образ країни. Крім того, зауважимо, що будь-якій соціальній системі, у нашому випадку – країні, притаманний певний менталітет, ідеологія, масова свідомість, що і впливає на образ країни, а потужним фактором впливу на менталітет є ЗМІ з певним набором лексичних одиниць, які характеризують той чи інший проблемний аспект у підходах позитивізму чи негативізму.

Для формування або підтримки менталітету державі необхідна ідеологія, яка є обов'язковою ознакою державності взагалі і всякої конкретної її форми зокрема. Державна ідеологія становить собою свого роду комунікаційний простір для всієї множини існуючих

у ньому «приватних» ідеологій і передбачає процедури пошуку компромісу між політичними суб'єктами.

Так, тематика заголовкового комплексу новин є однією зі складових комунікаційних стратегій інформаційних ресурсів і головним тригером у досягненні мети публікації. Для з'ясування актуальних тем, що визначають проблематику комунікаційних стратегій серед вітчизняних інформаційних ресурсів («УНІАН», «Українська правда», «HromadskeUA»), було проведено кількісний аналіз за день. Так, наприклад, аналіз новин 21 листопада 2019 року за розділом «Новини» показав, що всього за добу було опубліковано на «УНІАН» 257 новин, «HromadskeUA» – 105, «Українська правда» – 79. З усіх публікацій було обрано ті, що стосуються іміджу України, тобто мають за ключовим пошуком слово морфологічної видозміни «україн» (див. Табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Тематика публікацій інформаційних ресурсів

| Теми | «УНІАН» | Українська правда» | «HromadskeUA» |
|-----------------|---------|--------------------|---------------|
| Війна в Україні | 13 | 5 | 3 |
| Життя українців | 24 | 5 | 39 |
| Влада країни | 37 | 21 | 17 |

Джерело: розроблено автором

Як бачимо з таблиці, якісні характеристики вивчених новин свідчать про те, що акцент зроблений на дуальній оцінці політики країни. З одного боку, заголовковий блок аналізованих публікацій містить такі негативні контекстні акценти: *«вручили підозру»*, *«Справам Майдану – труба»*, *«суд визнав неконституційним законопроект Зеленського»*, а з іншого – позитивні: *«Будьмо з вами єдині»*, *«суд зобов'язав Кабмін переглянути прожитковий мінімум»*, *«Іванісов заявив про відсутність судимості»*. Щоденні заяви Президента України, які публікують ЗМІ, стосуються переважно тем боротьби

з корупцією або свавілля депутатів. Отже, образ країни будується на негативних темах, які стосуються влади чи міжнародних відносин із Росією, в яких Україна зображується жертвою («бойовики 7 разів відкривали вогонь, 7 українських військових отримали поранення») та героєм («на Донбасі було знищено двох окупантів»).

Тематика новин присвячена й здобуткам країни в різних сферах життя: «В українській районній лікарні вперше трансплантували нирку», «30 метрів і 100 тонн: якою буде головна ялинка країни», «найдовший в Україні трамвай почав курсувати в Одесі».

Контент новин інформаційних ресурсів використовується на досягнення першої мети формування авто- та гетеростереотипів України. Так, наприклад, формування уявлення про Україну відбувається за допомогою статті з рубрики «Актуально» сайту УНІАН: в статті «В Києве откроется интерактивная выставка Ukraine WOW» описується можливість подивитися на культурні пам'ятки України за допомогою інтерактивних технологій, що створює позитивний образ країни, яка розвивається. Публікація з рубрики «Суспільство» сайту HromadskeUA «Інвестиції у «зелену» енергетику в Україні сягнули \$4,8 млрд за останні 5 років» підвищує довіру до пріоритетної політики України загалом, оскільки автор показує, що уряд підтримує всі ініціативи щодо будівництва електростанцій, які працюють на відновлювальних джерелах енергії. Тобто проблема екології, яка є першочерговою у світі, викликає впевненість у позитивних намірах українських посадовців і суспільства, яке бореться з проблемами глобальних витрат енергії планети.

Неможливо оминати той факт, що основні повідомлення в досліджуваних інформаційних ресурсах збігаються. Це видно за рубрикою «Новини», де тематика повідомлення практично ідентична. Така проблема виникає через несамостійність ЗМІ, адже джерелами інформації зазвичай є національні організації, прес-секретаріати та інші владні структури, які підконтрольні окремій структурі тіньової влади.

Отже, критерієм, необхідним для аналізу автостереотипу країни, є робота з ідеологією, що розкривається через висвітлення досягнень українців у культурній, науковій, спортивній сфері. Інформаційні ресурси протягом аналізованого періоду не містять матеріалів про перемоги на міжнародних змаганнях українців, успіхи науковців, досягнення на світовій арені, натомість контекстна основа публікацій присвячена темам президентства та нового апарату в парламенті, розведення військ, переговорів із Росією та реформам. Тобто на рівні формування автостереотипу підтверджується факт просування України як «держави третього світу», слабкої, недосвідченої, постраждалої від революцій та війни країни, яка ніяк не оговтається від Чорнобильської катастрофи, голодомору, терору комунізму.

Водночас на рівні міжнародної комунікації створюється образ країни-споживача, яка показує слабкі місця, щоб отримати допомогу від міжнародних організацій, і мешканці якої вмотивовано виїждять в інші країни в пошуках кращого життя. Кожен інформаційний ресурс має свої рубрики «Блог» чи «Думки», де автори гостро й чітко висловлюють своє ставлення до будь-якої теми, що стосується не лише політичного стану країни (як кожен українець може вберегти себе від інформаційного впливу), а також світових процесів (як змінюється клімат).

Отже, засоби масової інформації доносять розроблену ідеологію до громадян країни, не пропонуючи нову. Позитивно на формування стереотипу та образу країни впливають проекти самих інформаційних ресурсів. Наприклад, HromadskeUA висвітлили спецпроект «Дзензелівка музична», за допомогою якого показано багате культурне життя України («Оскільки у тата і мами господарство і вони не можуть приїхати в Київ у філармонію, щоб послухати музику, то він привіз її у Дзензелівку» – цитата, яка описує українців не лише працьовитими, але й відкритими до творчості, мобільними та енергійними).

Інформаційний ресурс подав історію створення фестивалю класичної музики на Черкащині, показав, з якими труднощами стикалися при його проведенні. Під час ознайомлення з матеріалом читач може зануритися в життя селища, відчутти, як організатори хвилюються за свою справу (*«Телефон завжди тримає під рукою. Потрібно знайти електрогенератор і спосіб підключити до живлення – після дощу зникла електрика в будинку культури»*). Ще яскравіше атмосферу фестивалю передає фоторяд, що складається з репортажних фото, світлих та стилізованих.

Але і тут можна виділити проблему: для української версії сайту HromadskeUA проекти дуже різнопланові, вони мають велику популярність серед читачів, однак, на жаль, в англійській версії сайту цей матеріал не дублюється, а інформаційні блоки стосуються переважно тем війни, жертв, полонених і політичних рішень провладних органів, які здебільшого критикуються. Цей факт негативно впливає на образ країни, зокрема сприяє формуванню негативного національного стереотипу на міжнародній арені. Показовим є матеріал *«No Eurovision in 2019, but a Lot of Corruption in Defense»* (*«Немає Євробачення, але багато корупції натомість»*), який нівелює навіяний образ людей, які є поціновувачами мистецтва, а на рівні національної стереотипізації створює навколо українців образ політизованого суспільства, яке поступається участю в пісенному конкурсі через грошові оборудки провладних органів і політичну ситуацію в країні (*«Ukraine's history of politicizing the song contest»* / *«історія української політизації пісенного конкурсу»*).

Необхідно визнати й такий факт, що ЗМІ України (за аналізований період) майже не приділяють уваги політиці формування позитивного образу держави. Зазвичай всі вітчизняні засоби масової інформації мають тенденцію до комерціалізації, адже вони фінансово залежать від політичної еліти країни. Такі умови роботи призводять до розповсюдження інформації, яка дезінформує суспільство.

Інформаційні ресурси, що мають свої іноземні агенції чи подають новини англійською мовою, слугують потужними засобами формування національних стереотипів на міжнародному рівні. Інформаційні ресурси мають великий вплив на суспільство і його свідомість. Як приклад, під час Майдану HromadskeUA першим висвітлювало події з центру Києва, чим підбурювало суспільство до зміни влади у країні. Зважаючи на це, можна стверджувати про підвищення відповідальності українських ЗМІ, які причетні до формування національного образу. Важливим це є й тому, що закордонні журналісти використовують українські інформаційні ресурси як джерело інформації.

Передумовою ефективної діяльності держави на міжнародній арені, як відомо, є її здатність використовувати переваги наявних матеріальних і нематеріальних ресурсів для захисту своїх національних інтересів і досягнення своїх цілей. У сучасних умовах глобалізації комунікацій одним із ключових нематеріальних чинників, що дозволяє державі отримувати цілком матеріальні результати, є її національний стереотип в очах міжнародної спільноти, тобто образ, який асоціюється при згадці України на заходах різного рівня. Відповідно, активне просування на міжнародній арені інформації про потенціал і перспективи розвитку України, про позитивні зрушення в українському суспільстві має стати важливим напрямом зовнішньої політики України.

Для України як держави, що розвивається, важливо сформувати позитивний образ, щоб:

- просувати національні інтереси;
- гарантувати державі безпеку від зовнішньої загрози;
- утримувати високий геополітичний статус.

За формування позитивного образу України, згідно з Конституцією, відповідають такі державні органи: Верховна Рада України (ВР), Президент України, Міністерство закордонних справ України (МЗС), Кабінет Міністрів України (КМ), Рада національної безпеки

і оборони України (РНБО). У «Державній цільовій програмі формування позитивного міжнародного образу України» наголошується, що Україна недостатньо представлена в інформаційному просторі інших держав, в іноземних ЗМІ побутує велика кількість помилкових уявлень. У цій концепції представлені два способи формування позитивного образу держави на міжнародній арені, а саме:

- створення спеціалізованого державного органу, на який покладаються функції з розповсюдження позитивних відомостей про державу в міжнародному інформаційному просторі;
- створення цільової програми, до реалізації якої підключається велика частина органів державної влади⁸.

Влада України визнала більш ефективним саме другий спосіб формування позитивного міжнародного образу. Відповідно до концепції нереалізованим залишився процес євроінтеграції України. Ще одним важливим каналом для створення позитивного образу держави є співпраця з міжнародними організаціями, які, зі свого боку, впливають на формування світової громадської думки. На жаль, у концепції не врахована четверта гілка влади, а саме ЗМІ.

З розвитком і розширенням технічних можливостей міждержавні комунікації переміщуються в Інтернет сферу. Офіційні сайти українських державних органів, що відповідають за зовнішню політику, істотно впливають на формування національних стереотипів держави. Важливо, щоб ці сайти мали крім україномовної версії, ще кілька, зокрема англomовну.

Що стосується офіційних сайтів українських державних органів, зауважимо, що офіційні сайти Президента України, ВР, КМ, МЗС підтримують україномовну й англomовну версії (окрім сайту РНБО, який має тільки україномовну версію).

⁸ Про затвердження Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/554-2009-п#Text> (дата звернення: 20.08.2021).

Для просування національних інтересів і зовнішньої політики України загалом потрібно створити сильний інформаційний простір. Оскільки образ України формувався стихійно, то для його корекції важливим чинником є необхідність збільшення міжнародних публікацій про країну зокрема, які можна розміщувати у вільному доступі в мережі Інтернет.

Але, як зазначає Т. Грінберг, інформація повинна формуватися не тільки в певній ідеологічній парадигмі, але й бути конкурентоспроможною, а також відповідати прийнятим стандартам у медіасередовищі⁹. Міжнародна думка стає центральним елементом у формуванні відносин між країнами, а роль ЗМІ тут дуже велика. Медіа-простір здатний маніпулювати й задавати напрямок у міжнародній політиці.

Узявши до уваги найбільш популярні інформаційні ресурси, можна виявити, що вони орієнтовані більше на те, щоб кожен читач, незалежно від статусу, освіти тощо, міг зрозуміти їхній контент. Але є й інші категорії ЗМІ – якісні. Такі засоби масової комунікації інформують читачів з аналітичним підходом. Їхнє головне завдання – зробити контент із підтвердженою інформацією, із залученням експертів, які можуть розтлумачити складні теми. Такі ЗМІ найчастіше є монопольними, тому й мають такий вплив на світову політику, що можуть починати й закінчувати війни. Однак «якісні» ЗМІ не завжди мають на меті маніпулювати свідомістю користувачів. Потужні розвинені держави володіють можливістю впливати на ринок інформації інших країн, тим самим створюючи їхній образ, згадуючи про них у своїх публікаціях.

Образ України, сформований іншими країнами, – це ряд елементів, що насичені стереотипами, динамічними утвореннями, наприклад, думкою адресних груп, які цікавляться життям України.

⁹ Грінберг Т. Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели. *Медиаскоп*. 2008. Вып. 2. URL: <http://www.mediascope.ru/образ-страны-или-имидж-государства-поиск-конструктивной-модели> (дата обращения: 20.08.2021).

Політика країни є основою у формуванні уявлень про державу. Це реалізується через висвітлення політичної ситуації, повідомлення з характерним піаром, а також через конструювання ЗМІ конкретного національного стереотипу. Щоденно негативні повідомлення про Україну з'являються в медіапросторі всього світу, зокрема про зловживання демократичними нормами, порушення прав людини, напруженість соціально-економічної сфери в українському суспільстві та ін. Джерелом таких негативних матеріалів часто є самі ж українські ЗМІ, адже іноземних кореспондентів замала кількість на території України.

Український інститут у Лондоні проводить моніторинг публікацій про Україну в іноземних ЗМІ. Як повідомляє директор інституту М. Песенті, в міжнародних ЗМІ негативних повідомлень про Україну близько 80 %. Серед негативних характеристик, які даються Україні, найбільш поширеними є опис бідності країни, її політичної нестабільності. Більш за все заплямовує репутацію політика країни, а також війна на Сході.

Так, для наочності був узятий аналіз повідомлень за такими країнами, як Великобританія, Німеччина, США, Польща, Росія. Зібрані вони з 32 сайтів іноземних ЗМІ, зокрема з 21 сайту західних ЗМІ та з 11 – російських. Загальна кількість відібраних для аналізу матеріалів за окреслений період складає 185 повідомлень, опублікованих російськими ЗМІ та 122 – західними ЗМІ, що у відсотковому відношенні становить 60,3 % та 39,7 % відповідно (див. Рис. 1.5.).

Якісний аналіз інформаційного поля продемонстрував, що іноземні ЗМІ найбільше обговорювали проблеми російсько-українського конфлікту, насамперед обмін полоненими, що відбувся 7 вересня. Обмін було проведено у форматі «35 на 35»: до України повернулося 24 українських військовополонених моряків та ще 11 в'язнів, серед них український режисер із Криму О. Сенцов. Тональність, у якій мас-медіа описували цю подію, різна, зокрема, західні ЗМІ оцінювали повернення полонених позитивно, а російські – нейтрально.

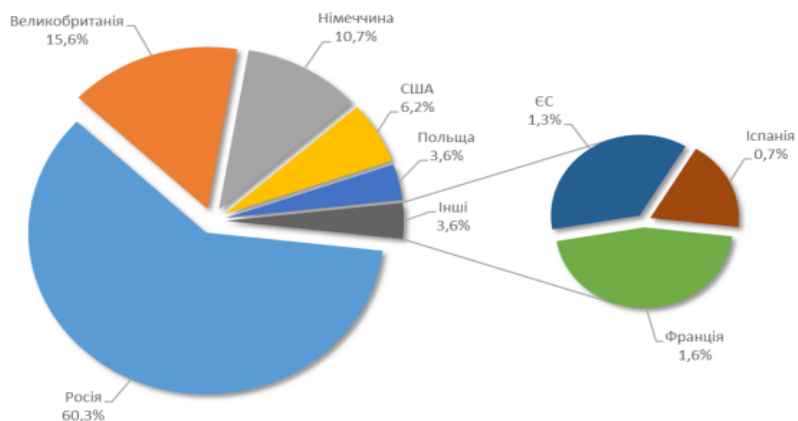


Рис. 1.5. Співвідношення кількості публікацій про Україну за країнами

Джерело: розроблено на основі¹⁰

Російсько-українські відносини залишаються часто обговорюваними в інфопросторі російських медіа: інформація здебільшого нейтральна або балансна, без висновків і пропозицій.

Проблеми збройного конфлікту на Сході України та анексованого Криму наявні в інформаційному полі і західних, і російських мас-медіа, проте ці повідомлення констатують лише факти й не несуть оціночних суджень коментаторів, тобто є нейтральними.

У зарубіжних медіа було виявлено суттєву кількість повідомлень, що стосувалися міжнародних відносин України з іншими країнами світу. Публікації західних ЗМІ про відносини України з США містять як роз'яснення, так і звинувачення, інформація журналістами подається з балансною тональністю, тобто містить і позитив, і негатив; для російських медіа характерна інформативність з нейтральною

¹⁰ Берегелський А. Полтавець Т. Україна у фокусі іноземних ЗМІ (1–15 квітня 2019). *Громадська думка про правотворення*. 2019. № 8 (173). С. 18.

позицією. Матеріали про відносини України з Європейським Союзом протягом аналізованого періоду були зафіксовані переважно на російських сайтах. Газотранспортні проблеми, що безпосередньо стосуються України, роз'яснюють західні мас-медіа, натомість російські лише констатують факти.

Економічні проблеми та перспективи України зарубіжні ЗМІ оцінюють негативно і позитивно, у публікаціях наявна оцінка стану країни, критика, прогнози, пояснення.

Актуальними темами, що висвітлюються в обраних інформаційних ресурсах про Україну впродовж 2019 року, є:

- вплив Америки на політику України, вибори в країні;
- перемовини президентів України та США;
- грошова допомога країні від Міжнародного та Європейського банків.

Концентрування уваги на подібних темах посилює інформаційну напруженість, підвищує використання вкорінених, стереотипних поглядів на українську політику й українське суспільство як бідну державу, яку постійно потрібно підтримувати, якій потрібна допомога.

Для аналізу національного стереотипу України в міжнародних інформаційних ресурсах було обрано авторитетні американські та європейські видання: «The New York Times», «Die Zeit», «The Guardian», «The USA Today», «Suddeutsche Zeitung».

Електронні ресурси «The Guardian» та «The USA Today» за 2019 рік характеризуються таким: новини про Україну мають більш негативну конотацію, висвітлюють воєнні події, політичну, економічну й гуманітарну кризи, екологічну катастрофу.

Видання «The Guardian» у рубриці «The Observer» публікує матеріал на тему «*Чорнобиль, Україна: варіант ядерної відпустки*», де зображає ситуацію з туризмом до забороненої зони. Ілюстрації з покинутих осель, а також текст створюють картину смутку й безперспективності. Автор статті приїздить на екскурсію разом

із власником турагентства, що організував її («*The zone is punctuated with radiation hotspots and only the reckless wander off the verified and agreed track*» / «Зона розділена точками випромінювання і лише нерозважливі збиваються з перевіреної дороги»). Фотографії передають усю моторошну атмосферу місця, адже зруйновані атракціони, мертві міста не можуть не зачепити читача, особливо тоді, коли змальований образ українця, який продовжує жити на забороненій території («*I saw people trying to arrange the surroundings to better fit their pre-existing idea of what it should be like*» / «Я бачив людей, які намагалися облаштувати своє житло на краще, принаймні, їм так здавалося»). Тобто, з одного боку, матеріал подається в апокаліптичному стилі та використовує слова «*disaster*» / «катастрофа», «*bizarre*» / «дивний», «*ghost city*» / «місто привид», «*profiting from tragedy*» / «наживаються на трагедії», однак, з іншого – показує, що із зоною працюють, захищають її від занепаду і перетворюють на туристичний центр для іноземних туристів та українців («*busloads of visitors arrive on an almost daily basis*» / «вантажівки з туристами прибувають щоденно»).

Європейські ЗМІ також пильно стежать за життям України. Так, німецька газета «*Suddeutsche Zeitung*» пише, що Німеччині необхідно підтримувати вже експрезидента Петра Порошенка, оскільки послаблення його влади призведе до посилення негативного впливу Росії не лише на Україну, але й на території Європи. «*Немає ніяких сумнівів, що режим українського президента Порошенка пов'язаний з важкими правовими порушеннями ... Проте, яким би він не був, в інтересах Берліна – допомогти Порошенкові в його протистоянні з Кремлем, щоб Путін не зміг втілити в життя свої імперіалістичні мрії*», – підкреслює автор статті. Журналіст також зауважує, що конфлікт в Україні призведе до відчутного зростання енергетичної залежності від Росії.

З обранням нового президента навесні 2019 р. Україна ще не підняла свій рейтинг в очах міжнародного медіа-простору. Так, уже

на початку політичної кар'єри В. Зеленського, а саме під час передвиборчої кампанії, видання «The New York Times» пише, що *«вільні вибори та можливий демократичний перехід влади в Україні також підкреслить можливість країни щодо тіснішої торгівлі та політичної інтеграції з Європейським Союзом, що було метою протестуючих, які вийшли на вулиці в 2014 р., протистояти російському авторитаризму»*. Але в цьому ж матеріалі автори наголошують на зв'язку Зеленського з олігархом Коломойським, а саме роблять акцент на тому, що президентство першого вигідно лише другому, а не країні загалом. Однак менш ніж через пів року, «The New York Times» припинили тему про В. Зеленського як коміка-президента, заговоривши про його вплив на можливий імпічмент їхнього діючого президента Д. Трампа. Ситуація розгорнулася навколо переговорів президентів телефоном, у якому президент США просив допомоги зі свідками у справі фальсифікації виборів (*«There's a lot of talk about Biden's son,» Mr. Trump told Mr. Zelensky, “that Biden stopped the prosecution and a lot of people want to find out about that.»* | *«Про сина Байдена багато говорять, – сказав пан Трамп Зеленському, – що Байден припинив переслідування, і багато людей хочуть про це дізнатися»*).

До Президента України в цій ситуації більшість ЗМІ ставиться нейтрально, але є й негативні відгуки. Так, «The New York Times» показує, що В. Зеленський є лише посередником у справі імпічменту Д. Трампа, його ж особистої думки не запитав жоден іноземний журналіст. Німецька ж газета «Die Zeit» наголосила на тому, що Київ причетний до скандалу, який вплине, якщо не визначить, майбутню президентську виборчу кампанію в США: *«Зеленський хотів використати інтерв'ю, а також телефонну розмову липня для просування своєї «нової України» та забезпечення підтримки президента США. З іншого боку, Трамп акцентував увагу на монолог про «полювання на відьом», демократа проти нього»*. Тому вважаємо, що Україна ніяк не виграє в такому піарі, а її образ, що тільки набирає світової популярності, очорниться.

Вивчення статей, які не висвітлюють тему політики, свідчить про те, що образ України є не менш негативним. «Die Zeit» підкреслюють бідність країни, акцентуючи увагу на своїй країні, яка допомагає Україні («Німеччина підтримує Україну з 2014 року, виділивши їй 1,4 мільярди євро. За даними лише федерального уряду, 544 мільйони євро були доступні для співпраці в галузі розвитку, – заявив федеральний уряд. – Зокрема, 110 мільйонів євро гуманітарної допомоги, 500 мільйонів євро фінансових кредитів, 25 мільйонів євро для стабілізаційних заходів, таких як моніторинг конфліктів і сприяння верховенству закону, та близько 200 мільйонів євро, виплачені Україні через Європейський Союз. Відповідно, згідно з новими даними ОЕСР, Німеччина буде третім найбільшим донором для України після ЄС та США»). Коротка стаття з великою кількістю статистичних даних, з фотографією жінки з чотирма дітьми на темному фоні підсилює уявлення про бідність українців. Такий контекст закріплює в іноземному суспільстві стереотип «Україна – країна третього світу».

«The New York Times» більшість своїх статей присвячує темі причетності України до міжнародних скандалів, політичних конфліктів, а також темі про тотальну бідність населення, проте без згадки на перспективи покращення, що також не найкраще впливає на імідж України загалом.

Проаналізувавши видання «The New York Times», «Die Zeit», «The Guardian», «The USA Today», «Suddeutsche Zeitung», виявлено, що інформація тут подається з негативного боку, що переважно збігається з думкою вітчизняних ЗМІ.

Головною метою міжнародних ЗМІ є: поширення відомостей про національну культуру, традиції, спосіб життя, рівень економічного розвитку, темпи впровадження технологічних інновацій та інші аспекти життєдіяльності різних країн. Одним із пріоритетних завдань міжнародних ЗМІ можна вважати швидке розповсюдження інформації, що викликає нові проблеми стосовно національної безпеки.

Отже, на основі аналізу контенту «The New York Times», «Die Zeit», «The Guardian», «The USA Today», «Suddeutsche Zeitung» визначено головні завдання саме цих міжнародних видань. Завдання інформатизації спрямоване на повідомлення суспільства про глобальні події з різних країн, наприклад, публікація «*The Champions: Artist Kseniya's 'brilliant' sandanimation wins last Golden Buzzer*» на вебсайті «The USA Today», що розповідає про перемогу української художниці в американському шоу талантів. Освітня функція передбачає вивчення й поширення знань про особливості життя країн та їхню культуру. Так, на сайті Die Zeit у матеріалі «*Der brutale Weg zur Freiheit*» описується, як змінилася Україна після Майдану, анексії Криму, як воює з Росією, а також наголошується, що суспільство не впало у відчай, а розвивається. Функція критики та контролю полягає у відборі й коментуванні інформації, яка стосується глобальних процесів, наприклад, у статті «*Ex-Envoy's Tale of Acid Attack Spot lights Ukraine's Anticorruption Wars*» з ресурсу «The New York Times» розповідається про вбивство української активістки К. Гандзюк, що є свідченням жорстокого ставлення людей, які борються за справедливість. Ще однією функцією є вплив на світові ЗМІ, міжнародну суспільну думку. Так, видання «The Guardian» у своїй публікації «*How Valeriy Lobanovskyi' sappliance of science won heart sandtrophies*» повідомляє про теорію перемоги в грі футбольної команди, яку створив український тренер В. Лобановський.

Дослідження формування образу України неможливе без аналізу аудиторії інформаційних ресурсів. Міжнародні ресурси мають велику кількість читачів як у своїй країні, так і в усьому світі. Важливим критерієм вивчення аудиторії інформаційних ресурсів є число відвідувань сайту. За допомогою ресурсу Similarweb було досліджено такі характеристики аудиторії: кількість, географія відвідувачів сайту, спосіб отримання інформації та її розповсюдження. Підтвердженням популярності та впливовості інформаційних ресурсів є показники рейтингу сайтів (див. Табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Рейтинг сайтів інформаційних ресурсів

| Інформаційний ресурс | Світовий рейтинг сайтів | Рейтинг у категорії «новини і медіа» | Рейтинг сайту в США та Європі |
|----------------------|-------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|
| usetoday.com | #343 | #60 | #86 |
| nytimes.com | #174 | #28 | #50 |
| theguardian.com | #145 | #23 | #107 |
| zeit.de | #345 | #123 | #145 |

Джерело: розроблено автором

Невід'ємною частиною формування того чи іншого образу країни є й спосіб передачі або донесення інформації до аудиторії. Як уже було зазначено вище, інформаційні ресурси використовують новітні електронні та вебканали зв'язку, зокрема блоги, підкасти, форуми, RSS-канали, вебсайти, соціальні мережі та ін.

Найбільш впливовим і популярним у міжнародному суспільстві каналом є соціальні мережі. Так, за допомогою кількісного аналізу, можна прослідкувати, найбільш популярні інформаційні ресурси у соціальних мережах, і як наслідок найвпливовіших (див. Рис. 1.6.).

Отже, отримання інформації для читачів стає простішим, вони навіть не відкривають вебсайти інформаційних ресурсів, а заходять у свої новинні стрічки, де отримують лінки на статті. Доступним каналом передачі інформації є також авторські блоги журналістів, громадських діячів та інших медійних особистостей.

На кожному ресурсі є окремий розділ «Blog» чи «Opinion», де автори висловлюють свою авторитетну думку, чим також формують уявлення про Україну. Так, до редакції «The New York Times» надходять листи, які розміщують у рубриці «Блог». Такі повідомлення є популярними на сайті. Наприклад, тему демократії в Україні інформаційний ресурс «The New York Times» висвітлює негативно або нейтрально. Але після виборів 2019 р. думка змінилася (публікація «*Democracy and Ukraine. Oleh*

Shamshur» містить слова з позитивною тональністю: «Рішення про дострокові парламентські вибори, оголошене указом президента, ясно продемонструвало його відданість демократичним цінностям»). Також висвітлюються публікації про допомогу Україні («*Teaching in Ukraine*» розповідає про досвід поїздки до України з волонтерською місією: «...Відвідавши 5 міст України, послі доброї волі отримали загалом позитивну реакцію, надію молоді України на демократичне майбутнє. США також повинні продовжувати спонсорувати інших американців у ролі послів доброї волі в Україні»).

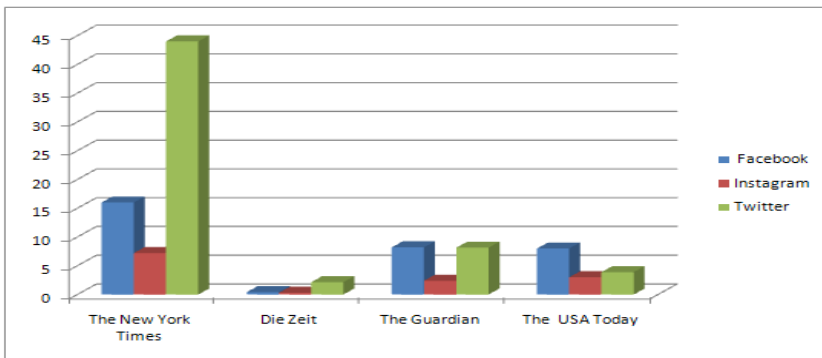


Рис. 1.6. Аналіз соціальних мереж інформаційних ресурсів
(підписки рахуються тис.)

Джерело: розроблено автором

Наступним яскраво представленим каналом у міжнародних ЗМІ є фотопроекти, які передають усі переживання та атмосферу подій, що, на жаль, не завжди позитивні в країні. Прикладом є дослідження фото часів Майдану «*Visualising the Ukrainian revolution using Instagram*» професором нью-йоркського наукового центру «The Graduate Center» Л. Мановичем.

На сайті «The Guardian» була опублікована стаття, в якій повідомлялось, що для створення візуалізації було використано понад 13 000 фотографій з Instagram, зроблених протягом 144 годин української революції в лютому. Серед революційних сцен, які охопили столицю України в лютому, зафіксовано й звичне життя людей. Однак проект акцентує увагу на негативному іміджу України, оскільки на багатьох світлинах зображені сцени насильства.

У сучасному світі можливості технологічного прогресу дозволяють ЗМІ використовувати ще один канал обміну інформацією – відео. Розвиток технологій у сфері відео і звукозапису, доступність відповідного обладнання, розвиток системи доставки інформації, каналів передачі відео, можливість онлайн переглядів – усе це веде до створення численного відеоконтенту.

Для аудиторії важлива мобільність при отриманні інформації, тобто можливість зі свого гаджету виходити в Інтернет для пошуку потрібної інформації. Важливо розуміти, що перегляд відео не тільки зручний для сучасної аудиторії, а й полегшує процес пояснення й розуміння багатьох процесів.

Візуальне і слухове сприйняття набагато сильніше впливає на індивіда. Аналізовані ЗМІ мають на своїх інформаційних ресурсах рубрики «Video» (не говорячи вже про сторінки на YouTube), які адаптовані для перегляду з будь-якого пристрою.

Для аналізу відео було обрано інформаційний ресурс «Die Zeit». Матеріали відеоряду вони виробляють самостійно, публікуючи на своєму сайті та на каналі «YouTube».

Є відео, які присвячені Україні, що не може не впливати на її міжнародний образ. Прикладом є відео «*Impeachment ... deswegen?*», його автори – А. Порта і Р. Хавертс. Тут за допомогою нарізок із виступів Д. Трампа, В. Зеленського та його ставлення до України журналіст малює ситуацію, яка склалася у зв'язку з переговорами двох президентів. Стимулює інтерес до матеріалу та його сприйняття й анімаційний ролик, що показує, як відбувається процедура

імпічменту. Також автори використовують ретроспективний метод аналізу, повертаючи глядачів у минуле, до імпічменту інших президентів США. Україна в цьому контексті представлена нейтрально, адже акцент робиться саме на президенті Д. Трампі.

Цікавим є і відеоматеріал журналістки А. Бот «*Die Ukraine ist längst nicht so zerrissen wieangenommen*», який показує біль українців після трагічних події на Майдані, того ж інформаційного ресурсу «Die Zeit». Авторка розповідає, що на Майдані досі збирається велика кількість людей, щоб протестувати і згадувати загиблих тут героїв Небесної Сотні. Трагедію події підсилює аудіоряд.

Зауважимо, що саме за допомогою міжнародних журналістів, які висвітлювали події Революції Гідності, образ України став впізнаним на міжнародній арені і вже не асоціюється з Росією.

Отже, аналіз міжнародних інформаційних ресурсів свідчить про те, що ЗМІ подають інформацію як у світлі власних версій подій, так і на основі проведеного ґрунтовного їхнього вивчення. На жаль, щоденне збільшення кількості негативних новин у медіа-просторі погіршують образ України з кожним переглядом, лайком тощо. Така ситуація допомагає розвивати стереотипи та міфологічні уявлення про країну. Як наслідок, відбуваються гальмівні процеси у проведенні реформ, а у самих громадян викликає байдужість через втрату надії на краще життя.

ЗМІ залишаються посередником між державою та громадськістю в сьогоденних моделях медіакомунікацій. Найбільш гострою проблемою є відхід медіа від маніпуляційних методів управління масовою свідомістю до демократичного діалогу. Для цього необхідно досліджувати потреби аудиторії, виявляти реальні проблеми, які впливають на різні соціальні групи.

Якщо порівнювати вітчизняні та міжнародні ЗМІ, то можна стверджувати, що теми й актуальні питання, які вони висвітлюють, більшою мірою збігаються. Неякісні ЗМІ дозволяють собі копіювати новини на міжнародних ресурсах і подавати як власні.

В іноземних ЗМІ розвинена всебічна викладка матеріалу, тобто читач може і подивитися відео, і послухати аудіопідкаст, і продивитися інфографіку та фотопроєкти за однією й тією ж темою, а ось вітчизняні ЗМІ, на жаль, досі віддають перевагу текстовим повідомленням із невеликим фоторепортажем. Звичайно, це не стосується всіх інформаційних ресурсів, але в більшості випадків ситуація залишається такою.

Для формування позитивного іміджу держави необхідно використовувати стратегії комунікації, а саме: не висвітлювати події в Україні однобічно, надавати широку інформацію не лише про економічне й політичне життя, а й популяризувати здобутки українців у культурній, науковій та інших сферах. Україна вже не перший рік на міжнародній арені, і зараз ми маємо можливість покращити свій образ, будучи в топі новин, діаметрально повернувши уявлення про Україну.

Отже, питання стратегічного нарративу тісно пов'язане зі стратегічними комунікаціями, які є основою для важливих суспільних зрушень: політичних, культурних, геополітичних. ЗМІ відіграють роль посередника між замовником (державою) та споживачем (населенням), а оскільки людина сприймає емотивно забарвлені повідомлення набагато краще, аніж статистику, то дієвим засобом впливу на кожного українця є повідомлення або текст із стереотипом.

Список використаної літератури:

Берегельський А., Полтавець Т. Україна у фокусі іноземних ЗМІ (1–15 квітня 2019). *Громадська думка про правотворення*. 2019. № 8 (173). С. 18–26.

Войтко О., Пащенко Т., Солонников В. Обґрунтування реалізації стратегічного нарративу держави. *Modern Information Technologies in the Sphere of Security and Defence*. 2020. № 1(37). С. 203–212.

Галумов Э. А. PR в международных отношениях. *Информация. Дипломатия. Психология*. Москва : Известия, 2002. 616 с.

Гаркавенко Ю. С. Мас-медійні джерела гетеростереотипізації України: комунікаційний аспект : автореф. дис. ... канд. н. із соц. ком. : 27.00.01. Дніпро. 2019. 19 с.

Гринберг Т. Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели. *Медиаскоп*. 2008. Вып. 2. URL: <http://www.mediascope.ru/образ-страны-или-имидж-государства-поиск-конструктивной-модели> (дата обращения: 20.08.2021).

Ковпак В. А. «Радіо «Свобода»: післявоєнний інформаційно-комунікаційна стратегія. Діалог: медіа-студії. 2014. Вип. 18-19. С. 92–107.

Куліченко Т. С., Лебідь Н. М. Аналіз аудиторії міжнародних інформаційних ресурсів. Наука та інновації – 2019: теорія, методологія та практика : матеріали міжнародної мультидисциплінарної наукової конференції (м. Запоріжжя, 6 грудня 2019). Запоріжжя : МЦНД, 2019. Том 3. С. 76–77.

Павлюх М. Стереотипи й образи України та українця у сучасній польській журналістиці. *Вісник Львів. Ун-ту. Серія: Журналістика*. 2007. Вип. 30. С. 253–261.

Піскорська Г. Український стратегічний нарратив: пошук практичних рішень. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3862 (дата звернення: 20.09.2021).

Про затвердження Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/554-2009-п#Text> (дата звернення: 20.08.2021).

Степко О. М. Методи аналізу при проведенні комунікативних кампаній. *Науковий вісник Національного авіаційного університету. Серія: Політологія*. 2010. № 1. С. 169–173. URL: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwj3tIjJ_PzAhVG_rsIHYTDB4YQFnoECAIQAQ&url=https%3A%2F%2Fjrn1.nau.edu.ua%2Findex.php%2FIMV%2Farticle%2Fview%2F2957%2F2918&usg=AOvVaw021wRtuiGsBUc5pC8-EJOX (дата звернення: 17.08.2021).

Стратегічні комунікації: [словник] / за заг. ред. В. А. Ліпкана.
Київ : ФОРМ О. С. Ліпкан, 2016. 417 с.

УНІАН. URL: <https://www.unian.ua/static/advertising/audience> (дата звернення: 16.09.21).

Чеховська М., Рагнев А. Стратегічний наратив у системі стратегічних комунікацій. *Право і суспільство*. 2018. № 5. Ч. 2. С. 32–37.

РОЗДІЛ 2

Стратегічні комунікації як інструмент реалізації інтересів політичних суб'єктів

2.1 Національні інтереси держави: поняття та функції

В умовах сучасної політичної дійсності питання сталого розвитку та безпеки функціонування набуває значної актуальності, оскільки рівень її ефективності сприяє забезпеченню суверенітету, територіальної цілісності держави, підвищенню рівня суб'єктності в міжнародному політичному просторі, задоволеності потреб громадян. Ключовим аспектом ефективного функціонування держави як політичного інституту є національні інтереси як сукупність важливих цінностей, потреб суспільства та держави, реалізація яких сприяє поступальному державному розвитку та формуванню високого рівня суспільного блага.

Зміст поняття «національні інтереси» можна конкретизувати крізь призму таких підходів, як політичний реалізм (Г. Морґентау, К. Уолц, Р. Арон) та ідеалізм (В. Вільсон, Г. Кларк, Л. Сон). На думку Г. Морґентау, в політичній сфері завжди існує великий рівень конфліктності інтересів, що формується внаслідок боротьби держав за ресурси та владний вплив¹. Національні інтереси пов'язані з досягненням високого рівня безпечності та сталості розвитку конкретної держави. Відтак, здатність держави чітко визначати національні інтереси та адекватно реагувати на потенційні загрози

¹ Morgenthau H. Six principles of political realism. URL: <https://www.mtholyoke.edu/acad/intrel/morg6.htm> (last accessed 03.05. 2021).

є передумовою формування її лідерства у світовій політиці. Моргентгау акцентував увагу на тому, що національні інтереси бувають первинні та вторинні. У першому випадку мова йде про інтереси, що визначають життєву стійкість функціонування держави. Це, передусім, суверенітет, територіальна цілісність, суб'єктність у міжнародному політичному просторі. Вони є незмінними, а їх захист передбачає використання всіх доступних способів і ресурсів, необхідних для збереження стійкості державно-політичного розвитку. У другому випадку мова йде про інтереси, непов'язані з суверенітетом, а тому вони можуть видозмінюватися, доповнюватися в залежності від політичної ситуації чи позиції правлячої еліти.

Національні інтереси виступають своєрідним стандартом, що визначає основні напрями та методи діяльності правлячої еліти. Актуалізація національних інтересів зумовлюється впливом поточної політичної ситуації, домінуючими цінностями політичної культури, наявним рівнем суб'єктності держави у міжнародній політиці. Відтак, кожна держава має різний потенціал для реалізації національних інтересів, що підвищує рівень конфліктності міжнародного політичного простору.

К. Уолц дійшов висновку, що реалізація національних інтересів забезпечує стійкість і безпечність розвитку держави². Цьому сприяють наступні фактори: 1) чітка усвідомленість змісту національних інтересів; 2) наявність економічних і політичних ресурсів, необхідних для їх реалізації; 3) здатність реагувати на ймовірні загрози зовнішнього середовища. В основі реалізації національних інтересів має бути баланс дипломатичних і військових дій, що здійснюються з урахуванням особливостей політичної ситуації, можливих наслідків її впливу на внутрішню та зовнішню політику держави. В умовах глобального розвитку, реалізуючи національні інтереси,

² Waltz K. *Theory of International Politics*. Berkeley: University of California, Addison-Wesley Publishing Company. P. 134.

держави мають враховувати реакцію інших політичних суб'єктів чи міжнародних інституцій з метою мінімізації ймовірних загроз.

На думку Р. Арона, наявність різних груп, що мають власні інтереси та постійно прагнуть максимізувати вигоду при мінімізації затрат, певною мірою унеможливило раціональне трактування поняття «національні інтереси»³. Водночас, їх зміст може визначатися особливостями політичного режиму, інтересами та цінностями груп громадськості, способами та методами політичної діяльності правлячої еліти. Вказані складові не є сталими, оскільки зміна політичної ситуації може сприяти їх трансформації, що впливає на зміст національних інтересів. Зазвичай, вони реалізуються на внутрішньому та зовнішньому рівнях. У першому випадку мова йде про досягнення суспільного блага, а в другому – про політичну та військову могутність держави. Зміна політичної ситуації є визначальним фактором активізації протиборства політичних суб'єктів за реалізацію своїх інтересів, оскільки кожен прагне використати доступний ресурсний потенціал для отримання перемоги.

На думку представника політичного ідеалізму В. Вільсона, в умовах наростання протиріч між державами, що багато в чому визначаються приватними інтересами правлячих еліт, світове співтовариство має зосередитися на пошуку спільних механізмів мирного співіснування. Вони повинні забезпечувати рівний доступ держав до прийняття ключових рішень колективної безпеки та міжнародні стандарти розв'язання спірних питань⁴. Відтак, зміст національних інтересів має корелюватися з таким ключовими принципами як стійкий економічний розвиток, забезпеченість прав та свобод громадян, розв'язання існуючих глобальних проблем.

³ Арон Р. Мир и война между народами / под общ. ред. В. Даниленко. Москва: NOTA BENE, 2000. С. 346–348.

⁴ Peace Without Victory. Address of President Woodrow Wilson to the U.S. Senate 22 January 1917. URL: <http://web.mit.edu/21h.102/www/Wilson%20Peace%20Without%20Victory.htm> (last accessed: 03.05. 2021).

Г. Кларк та Л. Сон вважали, що основним інтересом держав є відмова від насильницьких методів ведення політики⁵. Принципи міжнародного права мають стати основою прийняття рішень на національному та глобальному рівнях. Світова спільнота повинна усвідомити відповідальність за мирне співіснування політичних суб'єктів різних рівнів, спрямовуючи зусилля на формування системи колективної безпеки. Посилення процесів демократизації сприяє зростанню значущості таких універсальних цінностей як свобода, безпека, толерантність, справедливість, а тому формування дієвої системи захисту вказаних цінностей має стати ключовим інтересом кожної з держав.

В умовах демократичного розвитку розширюються можливості держави органічно поєднувати національні та колективні інтереси. З одного боку держава артикулює та агрегує приватні інтереси громадян, надаючи пріоритетності інтересам щодо захисту суверенітету, забезпечення конкурентоспроможності національної економіки, підвищення рівня добробуту громадян, виступаючи гарантом задоволеності прав та свобод громадян. З іншого боку, потреба підвищення рівня суб'єктності у міжнародному політичному просторі вимагає від держави включення у формування значущих для людського буття матеріальних та культурних цінностей, а також стандартів поведінки, що визнаються світовою спільнотою⁶. Відтак, відбувається синхронізація національних і колективних інтересів, що впливає на вибір методів їх реалізації та розподіл ресурсів.

Посилення тенденцій глобалізації, наявність нових викликів для сучасних держав сприяють змістовній трансформації розу-

⁵ Кларк Г., Сон Л. Достижение всеобщего мира через мировое право: два альтернативных плана / Теория международных отношений: хрестоматия / Сост., науч. ред. П.А. Цыганков. Москва : Гардарики, 2002. С. 115–130.

⁶ Кэрбуне Р. Концепция национального интереса в теории международных отношений. URL: <https://radjcarbune.wordpress.com/2015/09/03/концепция-национального-интереса-в-т/> (дата обращения: 15.05.2021).

міння національних інтересів. У цьому контексті мова йде про синтез ідей згаданих підходів. По-перше, кожна держава, виходячи з історичних, політичних, культурних особливостей розвитку, зацікавлена у конкретизації змісту національних інтересів. Він визначається сукупністю ключових потреб державного та суспільного розвитку, реалізація яких підвищує рівень добробуту громадян та суб'єктності держави у міжнародному політичному просторі.

По-друге, нові виклики сучасності вимагають від світової спільноти спільного реагування та пошуку механізмів розв'язання глобальних проблем. Це передбачає готовність конкретної держави брати на себе колективну відповідальність за розробку та прийняття політичних рішень на глобальному рівні управління. Відтак, формується передумова кореляції національних інтересів з колективними заради досягнення загального суспільного блага.

Зміст національних інтересів розкривається у взаємозв'язку наступних характеристик:

- системність, тобто наявність певної ієрархії інтересів, їх взаємообумовленість і підпорядкованість нагальним потребам суспільства та держави в цілому;
- причинна обумовленість такими факторами, як географічне та геополітичне положення, ресурсний та науково-технічний потенціал, рівень економічного розвитку та добробуту, наявні загрози та можливості адекватного реагування на них;
- усвідомленість, що проявляється у високому рівні суспільного консенсусу щодо пропонованих політичними суб'єктами цінностей, напрямів діяльності, реалізація яких сприятиме підвищенню рівня загального блага та суб'єктності держави у міжнародному політичному просторі;
- інтегрованість, тобто відповідність легітимізованим в конкретній політичній системі правилам і нормам взаємодії, а також створення умов для реалізації національних інтересів

із залученням ресурсного потенціалу правлячої еліти, опозиції, стейкхолдерів та громадянського суспільства;

- історичність, тобто обумовленість історичними та політичними особливостями розвитку, культурними традиціями, спільними цінностями та рівнем національної ідентичності⁷.

Можна констатувати, що національні інтереси формуються у процесах державотворення, в ході яких вони трансформуються під впливом традицій, культури, глобальних тенденцій розвитку. У громадській думці відбувається кристалізація ключових потреб держави та суспільства, способів і методів їх реалізації з метою забезпечення високого рівня суспільного блага та безпеки, національної ідентичності та консолідації, сталого економічного розвитку та здатності відстоювати свої позиції у міжнародному політичному просторі, залучаючи ресурси стейкхолдерів.

На думку Дж. Франкеля, цілісність і стійкість національних інтересів забезпечується взаємозв'язком наступних сегментів:

- цільового, тобто наявністю сталих національно орієнтованих констант, що сформувалися в ході історичного, політичного, культурного розвитку та виступають стратегічними пріоритетами держави;

- операційного, орієнтованого на вибір способів і методів діяльності щодо реалізації інтересів держави, які відповідають поточним просторово-часовим параметрам, сприяючи адаптації до викликів глобального розвитку;

- полемічного, спрямованого на легітимацію рішень правлячої еліти відносно визначення змісту та методів реалізації національних інтересів, а також мобілізацію суспільного потенціалу⁸.

⁷ Трухачёв В. Сущность и содержание политических механизмов формирования и реализации национальных интересов. URL: <http://journals.rudn.ru/international-relations/article/download/10638/10089> (дата обращения: 15.05.2021).

⁸ Frankel J. National Interest. Key Concepts in Political Science. London: Palgrave Macmillan, 1970. 173 p.

Водночас, сприйняття значущості тих чи інших інтересів визначається впливом таких факторів, як поточний стан функціонування держави, політична ситуація, наявність/відсутність загроз суверенітету, рівень суб'єктності у міжнародній політиці.

Національні інтереси слугують своєрідним орієнтиром для правлячої еліти у контексті ініціювання стратегій державного розвитку, визначення їх відповідності наявним ресурсам, технологіям політичної діяльності. Вони також виступають певним мотивом національної консолідації заради досягнення поставлених цілей та завдань поступального розвитку держави та реалізації її геополітичного потенціалу. Можна погодитися з Р. Ароном, що національні інтереси з одного боку спонукають громадян до ідентифікації з відповідною політичною спільнотою, а з іншого – покликані нагадувати правлячій еліті про потребу захисту інтересів держави з метою поступального розвитку та набуття стійкості у мінливому міжнародному політичному просторі⁹. На думку А. Колодій, у кожній державі в ході політичного та історичного розвитку формується певна ієрархія національних інтересів¹⁰. Їх зміст визначається груповими інтересами, що відповідають існуючій соціальній структурі суспільства та рівню економічного розвитку. Вони можуть класифікуватися за різними критеріями, але у кожній державі формується власне розуміння механізмів та технологій політичної діяльності, спрямованих на їх реалізацію.

Виділяють декілька підходів до класифікації національних інтересів. По-перше, за сферами діяльності, де формуються ключові потреби та інтереси держави, реалізація яких сприятиме підвищенню рівня суб'єктності та досягненню суспільного блага (див. Табл. 2.1).

⁹ Арон Р. Мир и война между народами. / под общ. ред. В. Даниленко. Москва : NOTA BENE, 2000. С. 145.

¹⁰ Колодій А. Нація як суб'єкт політики. URL: <https://res.in.ua/naciya-yak-subyekt-politiki.html?page=2> (дата звернення: 15.05.2021).

Таблиця 2.1

Класифікація національних інтересів

| Сфера діяльності | Характеристика інтересів |
|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Політика | Сталий політичний розвиток та модернізація, співробітництво та комунікація з стейкхолдерами, включеність у світові процеси інтеграції, формування партнерських взаємовідносин, необхідних для досягнення визначних цілей та завдань державного розвитку. |
| Економіка | Сталий економічний розвиток, інвестиційна привабливість, конкурентоздатність національних продуктів і послуг, підвищення рівня добробуту громадян. |
| Безпека | Захист державного суверенітету, територіальної цілісності, захист прав та свобод людини і громадянина, розвиток дієвих оборонних і безпекових інституцій. |
| Культура | Розвиток людського потенціалу, включеність у процеси міжкультурної комунікації, національна самосвідомість, популяризація національних цінностей та традицій. |

Джерело: розроблено на основі¹¹

Слід зазначити, що визначення та трансформація змісту національних інтересів зумовлюється впливом таких факторів, як поточна та прогнозована політична ситуація, ресурсний потенціал держави, особливості стратегування державного розвитку правлячою елітою, вибір технологій політичної діяльності, тенденції глобального розвитку.

По-друге, національні інтереси можна також класифікувати за певними загальними критеріями (див. Табл. 2.2).

Внутрішні інтереси обумовлюються такими потребами як формування безпечного середовища функціонування держави у визначених кордонах, забезпечення державного суверенітету, гарантування прав і свобод людини та громадянина, створення умов для ефективного розвитку та національної консолідації громадянського суспільства. Зовнішні інтереси спрямовані на підвищення рівня суб'єктності держави у міжнародному політичному просторі.

¹¹ Шукруллозода Р. Национальные интересы во внешней политике Республики Таджикистан : монография. Душанбе : Дониш, 2020. С. 152–154 с.

Таблиця 2.2

Класифікація національних інтересів

| Критерії | Основні види |
|--------------------|----------------------------------|
| Вид політики | Внутрішні та зовнішні |
| Масштабність | Глобальні, регіональні, локальні |
| Термін дії | Постійні, тимчасові |
| Ступінь черговості | Головні та другорядні |

Джерело: розроблено на основі¹²

Сучасні держави з високим рівнем економічного та технологічного розвитку мають необхідний ресурсний потенціал для реалізації глобальних національних інтересів. Мова йде про реалізацію стратегії глобального лідерства, що передбачає високий рівень суб'єктності держави у прийнятті політичних рішень, пов'язаних з розв'язанням актуальних проблем, а також здатність здійснювати вплив на інших суб'єктів міжнародного політичного простору. Відтак, національні інтереси на глобальному рівні корелюються з потребами справедливого світоустрою та мирного співіснування держав, забезпечення плюралізму ідей та цінностей, розширення можливостей партнерської співпраці та міжкультурної комунікації. Регіональні інтереси відображають потреби та можливості держави реалізовувати власні проекти з залученням ресурсів потенційних стейкхолдерів у певному регіоні. Локальні інтереси обумовлюються специфічними потребами державного розвитку.

Постійні інтереси формуються у процесах державотворення на основі синтезу актуальних потреб суспільства, задоволення яких забезпечує відповідний рівень суспільного блага. Тимчасові інтереси визначаються змістом конкретної політичної ситуації чи діями інших політичних суб'єктів. Головні національні інтереси

¹² Ситник Г. Державне управління у сфері національної безпеки (концептуальні та організаційно-правові засади). Київ : НАДУ, 2012. С. 77.

пов'язані, передусім, із забезпеченням суверенітету держави та територіальної цілісності, а другорядні можуть слугувати своєрідними засобами їх досягнення.

На думку А. Вендта, національні інтереси є об'єктивними за своєю природою, оскільки існують незалежно від сприйняття правлячих еліт чи різних груп інтересів. Вони визначають необхідний рівень безпеки держави та добробуту громадян, а також конкретизують способи та методи діяльності правлячої еліти щодо досягнення загального блага. Відтак, можна говорити про чотири основні види національних інтересів:

- стійкість, орієнтована на збереження територіальної цілісності та суверенітету;
- автономність, тобто здатність політичної системи розподіляти ресурси, забезпечувати ефективну діяльність еліти як політичного інституту, суверенність у прийнятті рішень на внутрішньому та зовнішньому рівнях;
- економічний добробут, тобто сталий економічний розвиток держави, що здатна всебічно забезпечувати потреби та інтереси громадян;
- колективна самоповага, тобто високий рівень національної ідентифікації громадян, здатність до мобілізації заради досягнення загального блага¹³.

Реалізація вказаних інтересів сприяє формуванню відповідного рівня безпеки функціонування держави, визначаючи можливі рамки діяльності у внутрішній та зовнішній політиці. Політична ситуація та поточний баланс сил у світовій політиці можуть вимагати розстановки пріоритетів у досягненні національних інтересів з метою уникнення конфліктів, але в довгостроковій перспективі вони мають бути реалізовані.

¹³ Wendt A. *Social Theory of International Politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. P. 233–237.

Зважаючи на значну кількість класифікацій інтересів держави, Т. Робінсон запропонував систематизувати їх згідно двох ключових критеріїв¹⁴. Перший з них – це, власне, національні інтереси, що включають:

- основні, спрямовані на збереження фізичної сталості, політичної та культурної ідентичності держави;
- вторинні, орієнтовані на захист прав і свобод громадян та дипломатичних представництв;
- постійні, що відображають стратегічну зацікавленість держави у певних зонах впливу чи ресурсах політичної діяльності;
- змінні, що синтезують спільну точку зору громадськості, політичних лідерів, партій, окремих груп інтересів на зміст і способи реалізації національних інтересів;
- загальні, відображають зацікавленість держави в економічній, політичній, культурній співпраці з іншими політичними суб'єктами заради розв'язання глобальних проблем;
- конкретні, що визначаються поточною політичною ситуацією.

Другий критерій – це міжнародні інтереси, що є ключовими для функціонування держави. Серед них Робінсон виокремлює наступні:

- інтереси ідентичності, тобто вдале позиціонування у міжнародному політичному просторі;
- інтереси взаємного доповнення, орієнтовані на створення коаліцій з метою розв'язання гостроактуальних питань;
- інтереси конфліктності, зміст і наслідки яких необхідно враховувати в реалізації відповідних аспектів внутрішньої та зовнішньої політики.

Можна констатувати, що Т. Робінсон прагнув синтезувати наявні підходи до класифікації національних інтересів крізь призму національного та міжнародного рівнів їх реалізації.

¹⁴ National Interest: Meaning, Components and Methods. URL: <https://www.yourarticlelibrary.com/international-politics/national-interest-meaning-components-and-methods/48487> (last accessed: 15. 08. 2021).

Сучасні держави можуть мати розгалужену ієрархію національних інтересів, а тому мова йде про вибір найбільш пріоритетних у визначеному просторі та часі, на які необхідно скерувати зусилля органів державної влади та наявні ресурси. Пріоритетність національних інтересів можна визначати, виходячи з наступних параметрів:

- рівня актуальності та критичності для життєдіяльності суспільства проблеми, яка корелюється з конкретним національним інтересом, потребує оперативності дій суб'єкта політики, відповідних технологій політичної діяльності та ресурсів;

- рівня кореляції значущості інтересу в системі національних інтересів держави, її здатності забезпечувати високий рівень суб'єктності у прийнятті державно-політичних рішень на внутрішньому та зовнішньому рівнях реалізації конкретного інтересу¹⁵.

Врахування вказаних параметрів сприятиме ранжуванню національних інтересів згідно просторово-часових характеристик політичної ситуації, враховуючи їх значущість у задоволенні ключових інтересів, потреб громадян і держави в цілому. Це дозволить скоординувати зусилля суб'єктів політики та стейкхолдерів у розробці процедури та виборі технологій політичної діяльності, спрямованих на оптимізацію процесу реалізації національних інтересів та підвищення рівня суб'єктності держави у міжнародному політичному просторі.

Загалом національним інтересам притаманний ряд функцій, що визначають їх місце в процесах державотворення, визначенні ключових засад внутрішньої та зовнішньої політики держави (див. Табл. 2.3).

Вказані функції розкривають зміст своєрідної декларації держави щодо напрямів діяльності, способів і методів досяг-

¹⁵ Саламатов В. Методологія узагальненої оцінки стану реалізації національних інтересів країни. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej5/txts/07svonik.htm> (дата звернення: 16.09.21).

нення мети, що відповідають контексту політичної ситуації¹⁶. Це дозволяє структурувати інтереси, виходячи з пріоритетності та ресурсозабезпеченості, надати послідовності процесу їх реалізації, визначити та пояснити зміст загальних аспектів внутрішньої та зовнішньої політики держави для громадськості, конкретизувати відповідальність політичних суб'єктів за здійснювану діяльність. Декларування національних інтересів є своєрідною дорожньою картою держави, яка готова їх відстоювати та захищати адекватними поточній ситуації способами і методами, що відповідають загальновизнаним міжнародним стандартам. Відтак, перед сучасними державами постає завдання визначення ключових національних інтересів, реалізація яких сприятиме забезпеченню суверенітету, територіальної цілісності, національно-культурної самобутності та прогресивному розвитку держави в цілому.

Таблиця 2.3

Функції національних інтересів

| Функції | Характеристика |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Гносеологічна | Усвідомлення інтересів та можливостей їх реалізації конкретними суб'єктами |
| Аксіологічна | Розуміння всього комплексу інтересів як вищої цінності, зміст якої розкриває потенціал держави і суспільства до саморозвитку |
| Мотиваційна | Спрямованість на задоволення потреб та інтересів, мобілізація колективних зусиль і ресурсів |
| Діяльнісна | Визначення цілей та завдань, вибір політичних технологій для реалізації інтересів, згідно наявних просторово-часових характеристик |

Джерело: розроблено на основі¹⁷

¹⁶ Троицкий М. Зачем нужны национальные интересы? URL: <https://mgimo.ru/about/news/experts/270236/> (дата обращения: 12.06.2021).

¹⁷ Радченко Л. М. Політичні інтереси: поняття, функції, типологія. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/64445/108-Radchenko.pdf?sequence=1> (дата звернення: 12.06.2021).

На думку Ю. Горбуліна й А. Качинського, національні інтереси взаємопов'язані з національними цінностями та цілями, формуючи систему національної безпеки держави¹⁸. Національні цінності відображають певні переконання, норми, стандарти, спрямовані на розуміння змісту політики та інструментів її реалізації на різних рівнях. Вони формуються в процесах державотворення, під впливом особливостей розвитку матеріально-духовної культури суспільства, а тому їм притаманний високий рівень стійкості. Національні цінності можна класифікувати на особисті (індивідуалізм, патріотизм, права та свободи людини), суспільні (добробут, справедливість, толерантність), державні (національна безпека, суверенітет, конституціоналізм). Вказана система цінностей формує фундамент національних інтересів держави, враховуючи тенденції глобального розвитку. Національні цілі конкретизують напрями та технології політичної діяльності політичних суб'єктів щодо захисту національних інтересів, що обумовлені поточною та прогнозованою політичною ситуацією, а також ресурсним потенціалом держави. Вони можуть бути короткостроковими, середньостроковими та довгостроковими. Врахування часового фактору сприяє визначенню ключових завдань політичних суб'єктів, оптимізації ресурсного потенціалу держави щодо їх реалізації.

Формулювання національних цілей, спрямованих на реалізацію національних інтересів синхронізується з процесом здійснення у державі політики загалом¹⁹. У цьому контексті можна виокремити наступний алгоритм:

- наявність об'єктивних потреб суспільства, що в ході історичного та політичного розвитку трансформуються в усвідомлені потреби;

¹⁸ Стратегічне планування: вирішення проблем національної безпеки : монографія / В. Горбулін, А. Качинський. Київ : НІСД, 2010. С. 19–43.

¹⁹ Улитин Р. Соотношение понятий «национальный интерес» и «национальная безопасность» в трудах западных и отечественных исследователей. URL: http://www.unn.ru/pages/e-library/vestnik/9999-0200_West_MO_2003_1/16.pdf (дата обращения: 31.05.2021).

- формування змісту національних інтересів та конкретизація методів їх реалізації у внутрішній та зовнішній політиці;
- визначення поточного та прогнозованого ресурсного потенціалу, як у внутрішній, так і у зовнішній політиці, необхідного для реалізації національних інтересів;
- аналіз ймовірних загроз та визначення можливостей адекватного реагування на їх прояв;
- внутрішньополітична та зовнішньополітична діяльність владних суб'єктів щодо реалізації поставлених цілей та завдань державного розвитку;
- моніторинг отриманих результатів, їх впливу на рівень стабільності функціонування держави.

Ефективність реалізації національних інтересів зумовлюється синхронізацією мотиваційного та політико-практичного аспектів²⁰. Мотиваційний аспект легітимізує для громадськості актуальні ідеї, цінності, а також поточні та потенційні засоби діяльності у внутрішній та зовнішній політиці, спрямовані на захист національних інтересів. Політико-практичний аспект конкретизує цілі та завдання, технології політичної діяльності владних суб'єктів, спрямовані на реалізацію ключових потреб громадян конкретної держави, що корелюються з національними інтересами.

Водночас, вибір способів і методів реалізації національних інтересів може ускладнюватися рівнем їх значущості для конкретного політичного суб'єкта²¹. Якщо мова йде про національні інтереси, які співпадають (дотримання міжнародних норм і принципів, формування системи колективного захисту, розвиток міжнародних торгівельних відносин), то держави орієнтовані на діалог, координацію

²⁰ Трухачёв В. Сущность и содержание политических механизмов формирования и реализации национальных интересов. URL: <http://journals.rudn.ru/international-relations/article/download/10638/10089> (дата обращения: 15.05.2021).

²¹ Кэрбуне Р. Концепция национального интереса в теории международных отношений. URL: (дата обращения: 15.05.2021).

зусиль і співробітництво щодо їх реалізації. Інтереси, які не співпадають можуть бути задоволені державами на основі наявного ресурсного потенціалу, або за допомогою ресурсів конкретних стейкхолдерів, що ситуативно залучаються до співробітництва. Наявність взаємовиключних інтересів формує передумови підвищення рівня напруги у взаємодії відповідних держав, оскільки їх задоволення одним суб'єктом може відбуватися з використанням силових методів впливу.

У цьому контексті актуалізується потреба використання дієвих засобів і способів впливу на ключові аспекти процесів державотворення та соціально-психологічні структури суспільства. Мова йде про комплексний підхід до конкретизації змісту національних інтересів як складової системи національної безпеки, їх позиціонування на внутрішньому та зовнішньому рівнях функціонування держави та залучення необхідних ресурсів для реалізації. Не менш важливим є врахування особливостей внутрішньої та зовнішньої громадськості у контексті сприйняття та усвідомлення цінності визначених інтересів, консолідації зусиль, спрямованих на їх задоволення з метою досягнення відповідного рівня суспільного блага.

Отже, в умовах сучасної політичної дійсності актуалізується потреба залучення ресурсного потенціалу стратегічних комунікацій до процесів державотворення, ключовими аспектами яких є реалізація національних інтересів та забезпечення сталого розвитку сучасних держав. Стратегічні комунікації як сукупність відповідних інструментів політико-комунікативного впливу сприяють узгодженості позицій ключових суб'єктів політики відносно цінностей чи алгоритмів діяльності, розширюючи можливості партнерського діалогу та співробітництва у розв'язанні гостроактуальних питань на внутрішньому та зовнішньому рівнях взаємодії.

Список використаної літератури:

Арон Р. Мир и война между народами / под общ. ред. В. Даниленко. Москва : NOTA VENE, 2000. 880 с.

Кэрбуне Р. Концепция национального интереса в теории международных отношений. URL: (дата обращения: 15.05.2021).

Кларк Г., Сон Л. Достижение всеобщего мира через мировое право: два альтернативных плана / Теория международных отношений : хрестоматия / сост., науч. ред. П. А. Цыганков. Москва : Гардарики, 2002. С. 115–130.

Колодій А. Нація як суб'єкт політики. URL: <https://res.in.ua/naciya-yak-subyekt-politiki.html?page=2> (дата звернення: 15.05.2021).

Радченко Л. М. Політичні інтереси: поняття, функції, типологія. URL: <http://dSPACE.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/64445/108-Radchenko.pdf?sequence=1> (дата звернення: 12.06.2021).

Саламатов В. Методологія узагальненої оцінки стану реалізації національних інтересів країни. URL: http://academy.gov.ua/ej/ej5/txts/07_svonik.htm (дата звернення: 16.09.21).

Ситник Г. Державне управління у сфері національної безпеки (концептуальні та організаційно-правові засади). Київ : НАДУ, 2012. 544 с.

Стратегічне планування: вирішення проблем національної безпеки : монографія / В. Горбулін, А. Качинський. Київ : НІСД, 2010. 288 с.

Троицкий М. Зачем нужны национальные интересы? URL: <https://mgimo.ru/about/news/experts/270236/> (дата обращения: 12.06.2021).

Трухачёв В. Сущность и содержание политических механизмов формирования и реализации национальных интересов. URL: <http://journals.rudn.ru/international-relations/article/download/10638/10089> (дата обращения: 15.05.2021).

Улитин Р. Соотношение понятий «национальный интерес» и «национальная безопасность» в трудах западных и отечественных

исследователей. URL: http://www.unn.ru/pages/e-library/vestnik/9999-0200_West_MO_2003_1/16.pdf (дата обращения: 15.05.2021).

Шукруллозода Р. Национальные интересы во внешней политике Республики Таджикистан : монография. Душанбе : Дониш, 2020. 320 с.

Frankel J. National Interest. Key Concepts in Political Science. London: Palgrave Macmillan, 1970. 173 p.

Morgenthau H. Six principles of political realism. URL: <https://www.mtholyoke.edu/acad/intrel/morg6.htm> (last accessed 03.05.2021).

National Interest: Meaning, Components and Methods. URL: (last accessed: 15. 08. 2021).

Peace Without Victory. Address of President Woodrow Wilson to the U.S. Senate 22 January 1917. URL: <http://web.mit.edu/21h.102/www/Wilson%20Peace%20Without%20Victory.htm> (last accessed 03.05. 2021).

Waltz K. Theory of International Politics. Berkeley: University of California, Addison-Wesley Publishing Company, 1979. 250 p.

Wendt A. Social Theory of International Politics. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. 428 p.

2.2 Стратегічні комунікації в політиці: підходи до розуміння та основні види

В умовах глобального розвитку доцільність використання стратегічних комунікацій сучасними політичними суб'єктами (державами, міжнародними інституціями) обумовлюється:

- потребою формування репутації відповідального суб'єкта політичного простору та презентування власних переваг з метою залучення ресурсного потенціалу стейкхолдерів до розв'язання актуальних проблем чи прийняття ефективних політичних рішень;
- посиленням впливу діджиталізації на сучасні процеси економічного та політичного розвитку, що вимагають оптимізації внутрішніх і зовнішніх комунікацій, підвищення рівня продуктивності за рахунок технологічних інновацій;
- доцільністю поглиблення взаємодії з стейкхолдерами, у контексті розуміння їх ключових потреб, цінностей з метою формування довгострокового партнерського співробітництва;
- необхідністю здійснення цілеспрямованого комунікативного впливу, що забезпечує формування атмосфери довіри, взаємопозитивного впливу та спільної відповідальності за прийняття рішень¹.

Важливою характеристикою стратегічних комунікацій є їх спрямованість на координацію зусиль організації чи інституту щодо популяризації своїх цінностей, програм діяльності за допомогою залучення лідерського потенціалу керівників, розширення каналів комунікативної взаємодії, результатом чого є формування довгострокового партнерського співробітництва між суб'єктами.

Досить активно поняття «стратегічні комунікації» почало використовуватися у 2000-х роках у військово-політичній сфері США.

¹ Hallahan K., Holtzhausen D., Ruler B., Verčič D., Sriramesh K. Defining Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*. № 1. 2007. С. 3–35. URL: https://www.researchgate.net/publication/241730557_Defining_Strategic_Communication (last accessed: 14.06. 2021).

Провідний експерт RAND Corporation К. Пол вважає, що стратегічні комунікації, передусім, спрямовані на реалізацію національних інтересів держави через інформування та переконання їх значущості для різних стейкхолдерів². Стратегічна складова комунікацій розкривається у формуванні урядовими структурами відповідного поточній політичній ситуації змісту інформаційних повідомлень, що корелюється з цілями державного розвитку. Подальше управління інформаційними потоками сприяє виробленню певного алгоритму дій та розширює можливості їх усвідомленого сприйняття громадською думкою.

До основних характеристик стратегічних комунікацій, на думку експерта Державного департаменту США Е. Голдман, відносять: 1) орієнтованість на різні групи громадськості, їх потреби та інтереси; 2) перманентність; 3) синхронність і відповідність заяв чи дій цілям державної політики³. Їх реалізація має корелюватися з такими принципами:

- масовість охоплення інформуванням внутрішньої та зовнішньої громадськості, що забезпечується синхронізацією змісту повідомлень, їх відповідністю національним інтересам;
- об'єктивність, тобто націленість на врахування потреб громадськості та адекватне реагування на зміну громадської думки;
- цілісність, зумовлена функціонування сприятливого інформаційного середовища, що забезпечує синхронність заяв і дій;
- швидкість реагування на інформаційні впливи та дії супротивника;
- доцільність, що проявляється в ефективному використанні наявних ресурсів у визначених просторово-часових межах;

² Cornish P., Lindley-French J., Yorke C. Strategic Communications and National Strategy. *Chatham House Report*. September 2011. P. 4. URL: (last accessed: 02.07.2021).

³ Goldman E. Strategic Communication: A Tool for Asymmetric Warfare. URL: <https://smallwarsjournal.com/blog/strategic-communication-a-tool-for-asymmetric-warfare> (last accessed: 08.07.2021).

- адаптованість до нових викликів зовнішнього та внутрішнього середовища, вчасне реагування на них;
- синхронність управління інформаційними потоками глобального, національного, регіонального рівнів;
- безпечність, тобто формування політики партнерського діалогу та співпраці між стейкхолдерами, ресурсний потенціал яких може сприяти реалізації національних інтересів;
- чіткість і зрозумілість змісту інформаційних повідомлень, конкретних рішень або дій для громадськості.

Вказані принципи забезпечують стратегічність внутрішніх і зовнішніх процесів комунікації, спрямовуючи їх на артикуляцію, агрегацію та подальшу реалізацію національних інтересів держави.

Ефективність стратегічних комунікацій, на думку Е. Голдман, зумовлена їх реалізацією у чотирьох сферах: фізичній, інформаційній, соціальній та когнітивній (див. Рис. 2.1.).

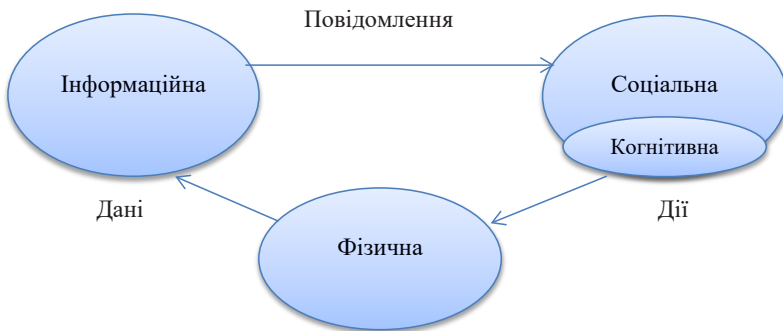


Рис. 2.1. Сфери реалізації стратегічних комунікацій

Джерело: Goldman E.⁴

⁴ Goldman E. Strategic Communication: A Tool for Asymmetric Warfare. URL: <https://smallwarsjournal.com/blog/strategic-communication-a-tool-for-asymmetric-warfare> (last accessed: 08.07.2021).

В інформаційній сфері відбувається артикуляція й агрегація ключових національних ідей та цінностей, що трансформуються в конкретні повідомлення. За допомогою різних каналів комунікації вони транслюються в соціальну сферу, де відбувається їх розкодування на основі політичного, історичного, культурного досвіду життєдіяльності суспільства. Відтак, у когнітивній сфері засвоюються ключові аспекти змісту інформаційного повідомлення на рівні масової свідомості. Це сприяє формуванню громадської думки, виробленню зрозумілих більшості алгоритмів діяльності, мобілізації ресурсного потенціалу стейкхолдерів і мотивує до відповідальності суб'єктів прийняття державно-політичних рішень.

На думку радника заступника міністра оборони США Р. Брукс, поява стратегічних комунікацій, обумовлена усвідомленням того, що будь-яка дія чи бездіяльність може бути інтерпретована у різних контекстах тією чи іншою аудиторією⁵. Відтак, перед державними структурами актуалізується потреба здійснювати вплив на формування змісту інформаційних повідомлень та їх подальшу інтерпретацію громадськістю через конкретні канали комунікації. У цьому контексті стратегічні комунікації спрямовані на формування внутрішньої та зовнішньої громадської думки відносно політики держави чи діяльності її високопосадовців з метою подальшої конкретизації стратегій державного розвитку. До основних інструментів реалізації стратегічних комунікацій належать зв'язки з громадськістю, публічна дипломатія, інформаційні операції.

У доповіді Королівського інституту міжнародних відносин (Chatham House) стратегічні комунікації визначено як «систематичну серію послідовних дій, що реалізуються на стратегічному, оперативному, тактичному рівнях з метою розуміння цільової аудиторії, а також конкретизації ефективних каналів комуні-

⁵ Brooks R. Confessions of a Strategic Communicator. Tales from Inside the Pentagon's Message Machine. *Foreign Policy*. December 6, 2012. URL: <http://foreignpolicy.com/2012/12/06/confessions-of-a-strategiccommunicator/> (last accessed: 02.07.2021).

кації та підтримки певних типів поведінки»⁶. Автори доповіді розширюють інструментарій реалізації стратегічних комунікацій, додавши психологічні операції. На їх думку, зв'язки з громадськістю, публічна дипломатія, інформаційні та психологічні операції мають наступні спільні риси: 1) спрямованість на інформування, вплив та переконання внутрішньої та зовнішньої громадськості; 2) посилення синхронізації зусиль урядових структур щодо прийняття рішень чи розв'язання нагальних питань; 3) поглиблення взаємодії з стейкхолдерами з метою залучення їх ресурсного потенціалу. Виходячи з цього, даний інструментарій розширює можливості політичних суб'єктів у представленні власної позиції відносно актуальних питань державного розвитку, пошуку стейкхолдерів та оптимізації технологій політичної діяльності, спрямованих на реалізацію національних інтересів.

Значну увагу визначенню змісту стратегічних комунікацій, в умовах сучасної політичної дійсності, приділяють в НАТО. Актуалізація їх використання пов'язана з посиленням тенденцій глобалізації, інформатизації, а також потребою адекватного реагування на виклики зовнішнього середовища з метою позиціонування та захисту інтересів організації. Стратегічні комунікації розглядаються як «скоординоване використання комунікативних можливостей НАТО (зв'язків із громадськістю, військових зв'язків із громадськістю, публічної дипломатії, інформаційних і психологічних операцій), адекватних конкретній ситуації, спрямованих на підтримку політики, операцій, діяльності Альянсу та досягнення поставлених цілей»⁷. Слід зазначити, що саме це визначення лягло в основу трактування сутності стратегічних комунікацій в умовах української політичної дійсності, що знайшло відображення в низці документів.

⁶ Cornish P., Lindley-French J., Yorke C. Strategic Communications and National Strategy. *Chatham House Report*. September 2011. P. 4. URL: (last accessed: 02.07.2021).

⁷ Tatham S, Le Page R. NATO Strategic Communication: More to be Done? Riga: National Defence Academy of Latvia, Center for Security and Strategic Research, 2014. С. 1.

У загальних положеннях Доктрини інформаційної безпеки України (2017) акцентується увага на стратегічних комунікаціях як сукупності комунікативних можливостей держави щодо протидії інформаційним загрозам національним інтересам та безпеці. До пріоритетних напрямів їх використання віднесено наступні: розвиток системи стратегічних комунікацій в Україні, оптимізація функціонування національного інформаційного простору та використання інформаційно-комунікаційних технологій, протидія інформаційно-психологічним впливам, формування позитивного іміджу держави у світі⁸. Стратегічні комунікації розглядаються в комплексі з стратегічним наративом, урядовими та кризовими комунікаціями.

У Воєнній доктрині (2015) у загальних положеннях було надано визначення стратегічних комунікацій, а також окреслено можливі напрями їх використання державою у військово-політичній сфері: узгодження політико-силових, інформаційних і дипломатичних інструментів протидії актуальним військовим загрозам, інформаційно-психологічним операціям противника, оптимізація інформаційної політики у воєнній сфері⁹. Це свідчить про важливість врахування Україною передового досвіду використання стратегічних комунікацій та поглиблення співпраці з НАТО в різних сферах, що є ключовими для забезпечення національної безпеки.

На думку Д. Дубова, введення в сферу публічного управління України поняття стратегічних комунікацій має підкріплюватися конкретними діями органів влади щодо синхронізації зусиль у використанні їх ресурсного потенціалу для вирішенні ключових завдань внутрішньої та зовнішньої політики держави¹⁰. У цьому

⁸ Доктрина інформаційної безпеки України (від 25.02.2017). URL: <https://www.president.gov.ua/documents/472017-21374> (дата звернення: 19.07.2021).

⁹ Воєнна доктрина України (від 24.09.2015). URL: <https://www.president.gov.ua/documents/5552015-19443> (дата звернення: 19.07.2021).

¹⁰ Дубов Д. В. Стратегічні комунікації: проблеми концептуалізації та практичної реалізації. *Стратегічні пріоритети*. Серія : Політика. 2016. № 4. С. 9–23.

контексті необхідно вжити заходів щодо підготовки фахівців із стратегічних комунікацій, а також залучення експертів чи аналітичних структур до розробки планів комунікативних кампаній та здійснення консалтингового супроводу процесу їх реалізації в сфері публічної політики та реалізації національних інтересів. Цьому має сприяти підписана між Україною та НАТО Дорожня карта Партнерства у сфері стратегічних комунікацій, спрямована на досягнення наступних цілей: 1) розширення можливостей органів влади у формуванні та реалізації системи стратегічних комунікацій; 2) надання консультативної підтримки та підвищення рівня комунікативної взаємодії урядових та неурядових структур в реалізації національних інтересів держави; 3) забезпечення дотримання етичних стандартів у здійсненні політико-комунікативної діяльності¹¹. Їх реалізація має відбуватися на стратегічному (надання консультативної підтримки щодо використання стратегічних комунікацій в реалізації національних інтересів) та операційному (поглиблення співпраці органів влади та стейкхолдерів у реалізації комунікативної політики) рівнях взаємодії.

Використання стратегічних комунікацій в діяльності НАТО обумовлюється поєднанням двох підходів: 1) процесуального, що акцентує увагу на дотриманні визначеної процедури координації комунікативних зусиль суб'єкта; 2) аналітичного, спрямованого на використання ресурсного потенціалу експертів-аналітиків з метою оптимізації досягнення поставлених цілей на основі партнерського діалогу та співпраці¹². У першому випадку мова йде про визначення процедури реалізації стратегічних комунікацій в цілях НАТО, конкретизації необхідних операцій, ресурсів і суб'єктів

¹¹ Дорожня карта Партнерства у сфері стратегічних комунікацій між Радою національної безпеки і оборони України та Міжнародним секретаріатом НАТО. URL: <http://stratcom.nuou.org.ua> (дата звернення: 03.07.2021).

¹² NATO strategic communication handbook. Ver 1.0 – September 2017. URL: <http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2020/01/NATO-STRATEGIC-COMMUNICATION-HANDBOOK.pdf> (last accessed: 03.07.2021).

діяльності. У другому – про постійний аналітичний та консалтинговий супровід процесу практичної реалізації стратегічних комунікацій. Серед основних принципів їх реалізації виділяють наступні: 1) відповідність визначеним військово-політичним цілям діяльності та цінностям НАТО; 2) всебічне дослідження інформаційного середовища; 3) підвищення авторитету та довіри до діяльності НАТО; 4) синхронність заяв і дій; 5) залучення ресурсного потенціалу стейкхолдерів.

Стратегічні комунікації використовуються у контексті конкретної військово-політичної ситуації та спрямовані на: 1) підвищення рівня успішності виконання операцій, місій НАТО за рахунок синхронізації військового, політичного, комунікативного принципів їх планування; 2) підтримку партнерського діалогу між членами Альянсу щодо ініціювання та прийняття рішень; 3) формування позитивної громадської думки щодо політики НАТО серед зовнішньої та внутрішньої громадськості; 4) сприяння підвищенню рівня поінформованості міжнародної спільноти про цілі та принципи діяльності НАТО¹³.

У ході співпраці військово-політичних експертів США та НАТО було визначено дві базові моделі стратегічних комунікацій. Перша модель є найбільш простою, оскільки орієнтована на формування інформаційного повідомлення та трансляцію обраними каналами його змісту від суб'єкта А до конкретної аудиторії В (див. Рис. 2.2.).

Основна мета цієї моделі – сформуванню в аудиторії позитивне сприйняття інформації та суб'єкта трансляції, мотивувати до здійснення відповідних дій. Ефективність використання моделі впливу повідомлення обумовлюється активною позицією ініціатора комунікативного процесу, вдалим вибором каналу інформування та вчасним реагуванням на можливі інформаційні шуми.

¹³ About Strategic Communications. URL: https://stratcomcoe.org/about_us/about-strategic-communications/1 (last accessed: 03.07.2021).

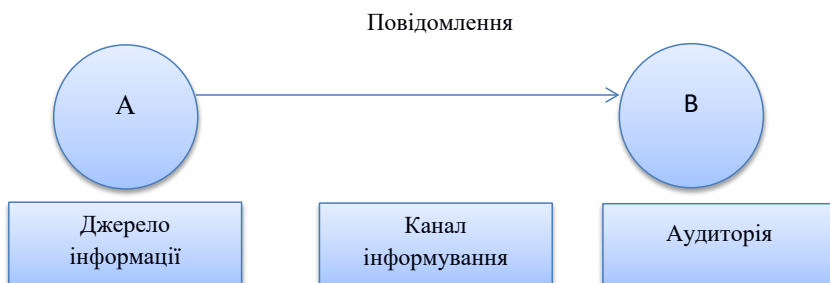


Рис. 2.2. Модель впливу повідомлення

Джерело: Tatham S, Le Page R.¹⁴

Водночас, існує більш складна – прагматична модель стратегічних комунікацій (див. Рис. 2.3.). Вона орієнтована на врахування впливу зовнішніх факторів на поведінку та політику суб'єкта А, формування відповідного відношення (позитивного, нейтрального, негативного) суб'єкта В до повідомлення, що може розширювати чи звужувати можливості позитивного/негативного сприйняття його змісту. У даній моделі через наявність різних факторів впливу, аудиторія має більше можливостей для здійснення усвідомленого вибору щодо потреби діяти чи не діяти, згідно запропонованих алгоритмів.

Успішність цієї моделі залежить від здатності А враховувати особливості зовнішнього середовища, адаптувати власну поведінку та політику до наявних викликів. Це розширює можливості у формуванні змісту інформаційних повідомлень, що будуть зрозумілими для В та позитивно ним оцінені. Водночас, В не виступає лише об'єктом впливу, оскільки може приймати рішення відносно прийому чи відхилення інформації, що транслюється. Партнерський діалог суб'єктів А і В, їх націленість на взаємовигідне

¹⁴ Tatham S, Le Page R. NATO Strategic Communication: More to be Done? Riga: National Defence Academy of Latvia, Center for Security and Strategic Research, 2014. С. 16.

співробітництво є запорукою вироблення альтернативних ідей чи рішень, що відповідають взаємним інтересам.

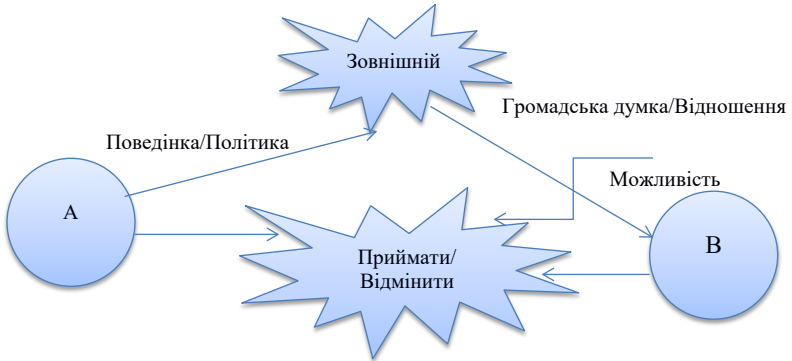


Рис. 2.3. Прагматична модель

Джерело: Tatham S, Le Page R¹⁵

На думку військово-політичних експертів Альянсу, стратегічні комунікації спрямовані на підтримку авторитету організації, формування інформаційного середовища, поглиблення координації зусиль із державними та недержавними структурами з метою досягнення поставлених цілей на стратегічному, тактичному, оперативному рівнях¹⁶. Процеси глобалізації посилюють значущість формування сприятливого інформаційного середовища реалізації військово-політичної діяльності. Його наявність сприяє активізації процесів аналізу та трансляції інформації, вибору ефективних каналів комунікації, координації зусиль стейкхолдерів, залученню

¹⁵ Tatham S, Le Page R. NATO Strategic Communication: More to be Done? Riga: National Defence Academy of Latvia, Center for Security and Strategic Research, 2014. С. 17.

¹⁶ NATO strategic communication handbook. Ver 1.0 – September 2017. URL: <http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2020/01/NATO-STRATEGIC-COMMUNICATION-HANDBOOK.pdf> (last accessed: 03.07.2021).

провідних експертів до здійснення комунікативної діяльності, виходячи з інтересів НАТО у відповідній політичній ситуації.

Практичній реалізації стратегічних комунікацій сприяє політика НАТО щодо створення спеціальних інституцій, покликаних здійснювати ґрунтовну освітню та практичну підготовку висококваліфікованих фахівців у цій сфері, а також аналітичний та консалтинговий супровід інформаційно-комунікативних кампаній. Серед них можна виокремити школу НАТО Обераммергау, центр передового досвіду НАТО по захисту від тероризму (Анкара), центр вивчення передового досвіду НАТО зі стратегічних комунікацій (Рига).

У Європейському Союзі стратегічні комунікації розглядаються, передусім, як важливий інструмент протидії гібридним загрозам. Вони спрямовані на піддрив демократичних цінностей та свобод сучасних держав, а також всебічне використання їх слабких сторін в цілях третіх суб'єктів. У цьому контексті ЄС занепокоєний посиленням впливу деструктивних інформаційних впливів з боку інших суб'єктів міжнародного політичного простору, спрямованих на дестабілізацію партнерського діалогу держав-членів, розмивання європейської ідентичності та цілісності інформаційного середовища. Відтак, координація зусиль у стратегічній комунікації ЄС і НАТО формує передумови стійкості та безпеки життєдіяльності громадян. Ефективна реалізація стратегічних комунікацій залежить від комплексного використання ресурсного потенціалу соціальних мереж, Інтернет-ресурсів і традиційних медіа. Планування стратегічної комунікації з метою успішної протидії гібридним загрозам здійснюється на рівні ключових структур ЄС, рекомендації яких повинні враховуватися кожною державою-членом на національному рівні¹⁷. Відтак, стратегічні комунікації розуміються як систематичне інформування громадськості про гібридні загрози

¹⁷ Joint Framework on countering hybrid threats a European Union response. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52016JC0018> (last accessed: 07.07.2021).

та їх наслідки, що створює передумови швидкого реагування на них відповідних структур ЄС та інших стейкхолдерів.

У прийнятій Європейським парламентом Резолюції «Стратегічні комунікації ЄС як протидія пропаганді третіх сторін»¹⁸, зроблено спробу розширити зміст стратегічних комунікацій. По-перше, стратегічність комунікації розглянуто крізь призму поєднання таких її аспектів як визначення порядку денного, оптимізація діяльності ЗМІ та експертів-аналітиків у сфері мас-медіа з метою формування сприятливого інформаційного середовища. По-друге, констатовано необхідність поглиблення координації зусиль і вироблення певної процедури реалізації стратегічних комунікацій в інтересах ЄС. По-третє, визнано за доцільне використовувати трактування стратегічних комунікацій, представлене у доповіді Королівського інституту міжнародних відносин (Chatham House). По-четверте, наголошено на необхідності поглиблення співпраці у сфері стратегічної комунікації з НАТО з метою координації зусиль та ресурсів у протидії гібридним загрозам сучасності. По-п'яте, визначено політико-практичний та оперативний рівні реалізації стратегічних комунікацій. У першому випадку мова йде про використання ресурсів публічної дипломатії, потенціалу мас-медіа та управління інформаційними повідомленнями. У другому – про вчасне реагування на події чи дії, а також здійснення інформування на випередження.

Стратегічна комунікація має бути спрямована на сталий розвиток у контексті таких тенденцій сучасного розвитку як діджиталізація, технологізація, інноваційність, що є запорукою всебічного розкриття та реалізації лідерського потенціалу ЄС. Комунікативні кампанії повинні відповідати таким критеріям: своєчасність,

¹⁸ European Parliament resolution of 23 November 2016 on EU strategic communication to counteract propaganda against it by third parties. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/578008/EXPO_IDA\(2016\)578008_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/578008/EXPO_IDA(2016)578008_EN.pdf) (last accessed: 07.07.2021).

точність, узгодженість, орієнтованість на ключову аудиторію та її інтереси, мінімізація затрат при максимізації вигоди¹⁹. Відтак, стратегічні комунікації розглядаються очільниками ЄС як важливий інструмент реалізації глобального лідерського потенціалу та протидії гібридним загрозам.

ЄС не тільки активно співпрацює з НАТО в контексті практичної реалізації стратегічних комунікацій, але й створює власні спеціальні інституції: 1) групи зі стратегічних комунікацій ЄС («East StratCom Task Force», Arabic StratCom Task Force); 2) Європейський центр протидії гібридним загрозам. Основна мета їх діяльності – формування та позиціонування позитивного іміджу ЄС серед зовнішньої громадськості, поглиблення співробітництва з різними стейкхолдерами, розробка заходів щодо протидії сучасним гібридним загрозам.

На думку В. Ліпкана, основні інструменти стратегічних комунікацій можна класифікувати наступним чином: 1) інтеракціоністські – публічна дипломатія, залучення лідерів думок, зв'язки та комунікація з органами влади, громадськістю та ЗМІ; 2) інформаційно-психологічні – інформаційні, психологічні, спеціальні операції; 3) технічні – кібербезпека, протиборство в електромагнітному просторі; 4) військові – цивільно-військове співробітництво, демонстрація сили, документування подій²⁰. Відтак, дієвість стратегічних комунікацій зумовлена наявністю широкого комплексу технологічного інструментарію, що синхронно може використовуватися в різних сферах функціонування держави чи міжнародних інституцій. Проаналізуємо більш детально деякі інструменти реалізації стратегічних комунікацій, а саме публічну

¹⁹ Communication Strategic Plan. URL: <https://ec.europa.eu/research/participants/documents/downloadPublic?documentIds=080166e5b15e10c9&appId=PPGMS> (last accessed: 08.07.2021).

²⁰ Ліпкан В.А. Поняття та структура стратегічних комунікацій на сучасному етапі державотворення. URL: <https://goal-int.org/ponyattya-ta-struktura-strategichnix-komunikacij-na-suchasnomu-etapi-derzhavotvorennya/> (дата звернення: 17.07.2021).

дипломатію, зв'язки з громадськістю, залучення лідерів думок, цивільно-військове співробітництво.

Публічна дипломатія розширює можливості держави у формуванні актуального порядку денного, що відповідає національним інтересам та тенденціям глобального розвитку, сприяючи залученню зацікавлених сторін до її реалізації на засадах співпраці та взаєморозуміння. На думку Г. Хайда, основна мета публічної дипломатії – актуалізувати для світової спільноти важливість таких цінностей, як безпека, свобода, процвітання, створивши передумови колективних дій щодо їх реалізації²¹. Публічна дипломатія, акцентує увагу М. Леонард, реалізується в економічній, військово-політичній, соціокультурній сферах. Використання інструментів публічної дипломатії здійснюється на трьох рівнях: 1) реагування на актуальні події, що відповідають національним інтересам, роз'яснення їх значущості для внутрішньої та зовнішньої громадськості; 2) формування міжнародного порядку денного для здійснення впливу на громадську думку; 3) встановлення стійких взаємовідносин з різними суб'єктами міжнародної політики для координації зусиль у реалізації національних інтересів²². Водночас, саме держави з високим рівнем економічного розвитку здатні ефективно використовувати інструменти публічної дипломатії у вказаних трьох сферах, сприяючи реалізації національних інтересів. Серед основних інструментів публічної дипломатії можна виокремити наступні: формування порядку денного та відповідних йому інформаційних повідомлень, організація спеціальних подій, політичний діалог між суб'єктами взаємодії тощо.

²¹ Hyde H. J. The message is America rethinking U.S. public diplomacy. Hearing before the committee on International Relation House of representatives. Retrieved from: http://commdocs.house.gov/committees/intrel/hfa76189.000/hfa76189_of.htm last accessed: 15.03.2021).

²² Leonard M. Public diplomacy. London: The Foreign Policy Centre, 2002. 183 с.

Зв'язки з громадськістю (PR) спрямовані на конкретизацію для внутрішньої та зовнішньої громадськості додаткових аргументів вибору ідей, цінностей, алгоритмів діяльності, що обумовлені можливостями отримання культурних, соціальних, гуманітарних, екологічних переваг. Викликані емоції та переживання формують у масовій свідомості впевненість у доцільності зробленої дії, її відповідності власній системі цінностей та інтересів²³. Активне здійснення PR-впливу розширює можливості політичних суб'єктів у позиціонуванні ключових аспектів бренду, налагодженні дієвої системи внутрішніх і зовнішніх комунікацій, необхідних для формування ефективного інформаційно-комунікативного середовища. У контексті внутрішніх комунікацій відбувається обмін інформацією, ідеями, цінностями конкретних суб'єктів політичної діяльності, внаслідок чого формуються програми та стратегії національного розвитку. Зовнішні комунікації спрямовані на формування культури діалогу та партнерства з різними суб'єктами міжнародного політичного простору, залучення додаткових ресурсів стейкхолдерів до реалізації національних інтересів.

Умовно інструменти PR-впливу можна класифікувати на два види: 1) інформаційні, орієнтовані на інтенсифікацію взаємодії зі ЗМІ (підготовка матеріалів у вигляді прес-релізів, прес-досьє, прес-кітів, звітів, заяв для преси, що розповсюджуються на прес-конференціях, брифінгах); 2) організаційні, що визначають процедуру проведення спеціальних PR-подій (презентацій, публічних виступів, виставок)²⁴. Їх активне використання сприяє підвищенню рівня розуміння внутрішньою та зовнішньою громадськістю запропонованих програм та стратегій національного розвитку, розширює можливості активного включення стейкхолдерів

²³ Аксеновский Д. PR для заказчика: принципы работы с PR-специалистом. URL: <http://pr-axiz.okis.ru/index.html>. (дата обращения: 05.03.2021).

²⁴ Шишкина М. А. Паблик рилейшнз в системе социального управления. Санкт-Петербург: Изд-ва «Паллада-медиа», СЗРЦ «РУСИЧ». 2002. С. 290.

у реалізацію ключових інтересів держави. Успішність PR-впливу в реалізації національних інтересів держави обумовлюється врахуванням структурного, часового, процесуального аспектів²⁵. Структурний аспект спрямований на конкретизацію ключових інтересів для громадськості, що корелюються з поточною політичною ситуацією, визначення ресурсів досягнення поставлених цілей та завдань. Часовий аспект визначає доцільність використання існуючих засобів PR-впливу, а процесуальний – їх адекватність стратегіям національного розвитку.

В умовах сучасної політичної дійсності формування дієвого інформаційного середовища та здійснення комунікативної взаємодії неможливе без всебічного врахування громадської думки. Вона є ключовим механізмом суспільно-політичної мобілізації громадськості щодо захисту національних цінностей, прав та свобод, а також задоволення потреби у безпеці життєдіяльності. Владні суб'єкти зобов'язані не тільки активно включатися в процеси її формування, але й вчасно реагувати на зміну її динаміки, аби ефективно управляти ключовими комунікативними потоками внутрішньої та зовнішньої політики держави.

Виділяють наступні режими взаємодії влади та громадської думки: придушення громадської думки з боку владних структур; ігнорування громадської думки; патерналізму влади щодо громадської думки; партнерська співпраця; тиск громадської думки на владу; диктат громадської думки. У ході реалізації національних інтересів найбільш оптимальним є режим партнерської співпраці, оскільки він забезпечує реалізацію потенціалу громадської думки відносно розв'язання гостроактуальних проблем. Цього вдається досягти завдяки наявності: 1) високого рівня демократичності виборчого процесу та законодавства, що забезпечують

²⁵ Кузнецов В. Связи с общественностью: теория и технологии. Москва : Аспект Пресс, 2007. С. 135–136.

доступ до оцінювання та пролонгування діяльності еліти на відповідних посадах; 2) законодавчо закріплених механізмів реалізації соціально-політичних функцій; 3) розгалуженій системі каналів вираження громадської думки; 4) відкритої дискусії між владою та громадською думкою з приводу спірних питань; 5) динаміки реагування влади на громадські звернення; 6) результативних дій; 7) розгалуженої системи методів і каналів дослідження громадської думки²⁶.

Режим партнерської співпраці сприяє формуванню демократичних політичних інститутів і закріпленню правових гарантій включеності громадян в їх діяльність на основі врахування потреб громадської думки. До основних умов його реалізації відносять: 1) верховенство права; 2) відповідність політичних рішень встановленій процедурі та доступ до інформації; 3) оперативність; 4) орієнтацію на консенсусно-компромісні форми взаємодії; 5) результативність та ефективність, проявом яких є високий рівень задоволення суспільних потреб; 6) формування атмосфери взаємної довіри та відповідальності²⁷. Це розширює можливості реалізації національних інтересів на різних рівнях управління, сприяючи рівноправності дискусій влади та громадськості відносно доцільності наявних стратегій та тактик, що підкріплюється суспільним оцінюванням та внесенням узгоджених коректив.

Відтак, правляча еліта має докладати зусиль для створення необхідних умов функціонування режиму партнерської співпраці. Він сприятиме: 1) легітимації ініційованих стратегій державного розвитку, що корелюються з ключовими національними інтересами; 2) всебічному інформуванню громадськості про способи та методи реалізації національних інтересів; 3) врахуванню

²⁶ Гавра Д. П. Общественное мнение и власть: режимы и механизмы взаимодействия. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 1998. Том 1. № 4. С. 62.

²⁷ Взаємодія держави і суспільства в процесах публічної політики: наук. розробка / авт. кол. : С. О. Телешун, І. В. Рейтерович, С. В. Ситник та ін. Київ : НАДУ, 2013. С. 35.

громадського оцінювання в процесах прийняття політичних рішень і внесенню за потреби коректив; 4) здійсненню контролю громадськістю за діяльністю владних суб'єктів; 5) наданню консультативних рекомендацій щодо оптимізації досягнення стратегій державного розвитку²⁸.

На думку П. Лазерсфельда, успішність формування громадської думки залежить від наявності лідера думки, який виступає своєрідним посередником у трансляції інформації²⁹. Відтак, мова йде про двоступінчасту комунікацію, орієнтовану на пошуку лідерів думок для відповідної групи громадськості. Вони, завдяки власному авторитету та налагодженій системі комунікації, доступно доносять потрібну інформацію до громадськості, пояснюють зміст ідей чи стратегій, мобілізуючи її ресурсний потенціал, спонукаючи до дії, згідно представлених алгоритмів.

У контексті протидії інформаційним загрозам, що постають перед сучасними державами, лідери думок можуть розглядатися в інституційному та суб'єктному аспектах³⁰. У першому випадку мова йде про інформаційно-аналітичні інституції, що продукують інформаційні повідомлення та поширюють їх через наявні канали комунікації, а в другому – про конкретних політичних чи громадських лідерів, які використовують свій особистісний потенціал харизми у процесах інформаційно-комунікативної взаємодії. Можна констатувати, що лідер є «політичним діячем, який повинен мати чітке уявлення про стан розвитку та потреби суспільства; ... усвідомлювати, які цілі за наявних обставин можуть бути практично реалі-

²⁸ Гавра Д. П. Общественное мнение и власть: режимы и механизмы взаимодействия. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 1998. Том 1. № 4. С. 68–71.

²⁹ Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice : How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign. URL: https://canvas.harvard.edu/files/2618993/download?download_frd=1&verifier=LBnQ37UoEjl4EiX5isP4CFPWkPQN8MDw0ofirLV9 (last accessed: 19.07.2021).

³⁰ Мірошніченко П. В., Нестеренко А. А. Суспільна значущість лідера думок під час інформаційного протистояння. *Держава та регіони. Сер. Соціальні комунікації*. 2015. № 4. С. 36–41.

зовані, а які необхідно відкласти; ... бути обізнаним в основних аспектах історичного розвитку держав та суспільств для кращого розуміння доцільності чи недоцільності конкретних рішень...»³¹. В умовах сучасної політичної дійсності саме загальнонаціональні лідери активно приймають участь у формуванні повістки дня, в рамках якої актуалізуються ключові національні інтереси. Не менш важливою є активна їх залученість до використання різних технологій політичної діяльності з метою реалізації національних інтересів, забезпечення поступального розвитку держави.

Посилення напруги у протистоянні інтересів різних суб'єктів міжнародного політичного простору актуалізує потребу використання цивільно-військового співробітництва. Особлива увага даному виду співробітництва приділяється в діяльності НАТО, що спрямована на розширення можливостей його використання у розв'язанні політичних конфліктів і реалізації ключових інтересів. Цивільно-військове співробітництво спрямоване на системну та цілеспрямовану взаємодію військових з відповідними об'єктами цивільного середовища з метою оптимізації військових і невійськових засобів досягнення поставлених цілей та завдань.

Серед основних принципів цивільно-військового співробітництва виділяють наступні: моніторинг стану цивільних об'єктів; усвідомлення цілей та завдань діяльності владно-політичних суб'єктів, органів влади та місцевого самоврядування; прозорість і правдивість інформування; двостороння комунікація. Ефективність інформаційно-комунікативної взаємодії досягається шляхом планування та організації на постійній основі зустрічей, брифінгів, спільних дій цивільних і військових суб'єктів³². Відтак,

³¹ Кузьмин П. Роль политического лидера в возрождении общества (ретроспективный анализ). *Культура народов Причерноморья*. 2005. № 69. С. 125.

³² Доктрина «Цивільно-військове співробітництво». URL: http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2020/10/doktryna_cyvilno_vijskovogo_spivrobotnyctva.pdf (дата звернення: 19.07.2021).

цивільно-військове співробітництво спрямоване на формування культури діалогу та співпраці військових, політичних і цивільних суб'єктів. Особливої значущості дана співпраця набуває в умовах політичного конфлікту, адже синхронність дій, відкритість і доступність інформації, націленість на співробітництво сприяє мінімізації загроз для цивільного населення.

Отже, в умовах сучасної політичної дійсності стратегічні комунікації є важливим інструментом реалізації інтересів різних суб'єктів на глобальному, національному та регіональному рівнях. Вони сприяють адаптації до глобальних викликів сучасності, оскільки орієнтовані на формування безпечного інформативно-комунікативного середовища, діалог та партнерське співробітництва стейкхолдерів у вирішенні нагальних питань через синхронізацію заяв і зусиль урядових та міжнародних структур, а також розширення їх можливостей в реагуванні на актуальні загрози.

Список використаної літератури:

Аксеновский Д. PR для заказчика: принципы работы с PR-специалистом. URL: <http://pr-axiz.okis.ru/index.html> (дата обращения: 05.03.2021).

Взаємодія держави і суспільства в процесах публічної політики : наук. розробка / авт. кол. : С. О. Телешун, І. В. Рейтерович, С. В. Ситник та ін. Київ : НАДУ, 2013. 44 с.

Воєнна доктрина України (від 24.09.2015). URL: <https://www.president.gov.ua/documents/5552015-19443> (дата звернення: 19.07.2021).

Гавра Д. П. Общественное мнение и власть: режимы и механизмы взаимодействия. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 1998. Том 1. № 4. С. 53–77.

Доктрина інформаційної безпеки України (від 25.02.2017). URL: <https://www.president.gov.ua/documents/472017-21374> (дата звернення: 19.07.2021).

Доктрина «Цивільно-військове співробітництво». URL: http://stratcom.nuou.org.ua/wpcontent/uploads/2020/10/doktryna_suvilno_vijskovogo_sprivrobotnytstva.pdf (дата звернення: 19.07.2021).

Дорожня карта Партнерства у сфері стратегічних комунікацій між Радою національної безпеки і оборони України та Міжнародним секретаріатом НАТО. URL: <http://stratcom.nuou.org.ua> (дата звернення: 03.07.2021).

Дубов Д. В. Стратегічні комунікації: проблеми концептуалізації та практичної реалізації. Стратегічні пріоритети. Серія : Політика. 2016. № 4. С. 9–23.

Колодій А. Нація як суб'єкт політики. URL: <https://res.in.ua/naciya-yak-subyekt-politiki.html?page=2> (дата звернення: 15.05.2021).

Кузьмин П. Роль политического лидера в возрождении общества (ретроспективный анализ). *Культура народов Причерноморья*. 2005. № 69. С. 122–125.

Кузнецов В. Связи с общественностью: теория и технологии. Москва : Аспект Пресс, 2007. 302 с.

Ліпкан В. А. Поняття та структура стратегічних комунікацій на сучасному етапі державотворення. URL: <https://goal-int.org/ponyattya-ta-struktura-strategichnix-komunikacij-na-suchasnomu-etapi-derzhavotvorennya/> (дата звернення: 17.07.2021).

Мірошниченко П. В., Нестеренко А. А. Суспільна значущість лідера думок під час інформаційного протистояння. *Держава та регіони. Сер. Соціальні комунікації*. 2015. № 4. С. 36–41.

Шишкіна М. А. Паблік рилейшнз в системі соціального управління. Санкт-Петербург : Изд-ва «Паллада-медиа», СЗРЦ «РУСИЧ». 2002. 444 с.

Шукруллозода Р. Национальные интересы во внешней политике Республики Таджикистан : монография. Душанбе : Дониш, 2020. 320 с.

About Strategic Communications. URL: https://stratcomcoe.org/about_us/about-strategic-communications/1 (last accessed: 03.07.2021).

Brooks R. Confessions of a Strategic Communicator. Tales from Inside the Pentagon's Message Machine. *Foreign Policy*. December 6, 2012. URL: <http://foreignpolicy.com/2012/12/06/confessions-of-a-strategiccommunicator/> (last accessed: 02.07.2021).

Communication Strategic Plan. URL: <https://ec.europa.eu/research/participants/document/downloadPublic?documentIds=080166e5b15e10c9&appId=PPGMS> (last accessed: 08.07.2021).

Cornish P., Lindley-French J., Yorke C. Strategic Communications and National Strategy. *Chatham House Report*. September 2011. P. 4. URL: <https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/r0911stratcomms.pdf> (last accessed: 02.07.2021).

European Parliament resolution of 23 November 2016 on EU strategic communication to counteract propaganda against it by third parties. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/578008/EXPO_IDA\(2016\)578008_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/578008/EXPO_IDA(2016)578008_EN.pdf) (last accessed: 07.07.2021).

Goldman E. Strategic Communication: A Tool for Asymmetric Warfare. URL: <https://smallwarsjournal.com/blog/strategic-communication-a-tool-for-asymmetric-warfare> (last accessed: 08.07.2021).

Hyde H. J. The message is America rethinking U.S. public diplomacy. Hearing before the committee on International Relation House of representatives. URL: http://commdocs.house.gov/committees/intlrel/hfa76189_000/hfa76189_of.htm last accessed: 15.03.2021).

Joint Framework on countering hybrid threats a European Union response. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52016JC0018> (last accessed: 07.07.2021).

Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice : How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign. URL: https://canvas.harvard.edu/files/2618993/download?download_frd=1&-verifier=LBnQ37UoEjl4EiX5isP4CFPWkPQN8MDw0ofirLV9 (last accessed: 19.07.2021).

Leonard M. Public diplomacy. London: The Foreign Policy Centre, 2002. 183 c.

NATO strategic communication handbook. Ver 1.0 – September 2017. URL: <http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2020/01/NATO-STRATEGIC-COMMUNICATION-HANDBOOK.pdf> (last accessed: 03.07.2021).

Tatham S., Le Page R. NATO Strategic Communication: More to be Done? Riga : National Defence Academy of Latvia, Center for Security and Strategic Research, 2014. 55 с.

2.3 Суб'єктність політичної еліти у реалізації стратегічних комунікацій

Глобальні виклики сучасності актуалізують потребу інституціоналізації еліти в політичній системі, що сприяє формуванню чітких процедур діяльності та прийняття політико-управлінських рішень, направлених на досягнення суспільного блага та реалізацію національних інтересів. Високий рівень інституціоналізації підвищує ефективність виконання функцій щодо стратегування розвитку держави, вибору необхідних технологій політико-комунікативної діяльності та залучення потенціалу громадянського суспільства до реалізації різних проектів національного розвитку. На думку С. Хантінгтона, політичні інститути є дієвим інструментом формування порядку, розв'язання існуючих протиріч. Інституціоналізація виступає «процесом за допомогою якого організації та процедури набувають цінності та стабільності»¹. Чим вищий рівень інституціоналізованості політичної еліти, тим більше можливостей встановлення правил і процедур, що відповідають потребам суспільства та сприяють реалізації національних інтересів держави.

Можна виокремити наступні ознаки, що притаманні еліті як політичному інституту: 1) наявність суспільної потреби у правилах взаємодії та процедурах діяльності, спрямованих на реалізацію національних інтересів; 2) формалізованість діяльності, визначена результатами виборів та рівнем легітимності; 3) об'єктивація, тобто створення інституціональних бар'єрів з метою оптимізації досягнення мети; 4) самостабілізація, тобто просторово-часові рамки діяльності; 5) структурно-функціональні компоненти, спрямовані на формування та регулювання всього спектру суспільно-політичних відносин².

¹ Хантінгтон С. Политический порядок в меняющихся обществах. Москва : Прогресс-Традиция, 2004. С. 32.

² Рыбаков, А., Татаров, А. Политические институты: теоретико-методологический аспект анализа. *Социально-гуманитарные знания*, 2002. № 1. С. 139–150.

Процеси політичної інституціоналізації сприяють формуванню нових якостей організацій та процедур взаємодії в рамках політичної системи з метою забезпечення важливої потреби суспільства в соціальному порядку через проведення необхідних змін. У ході інституціоналізації відбувається закріплення елітних груп у системі владної ієрархії, формуються її структурно-функціональні характеристики, а також конкретизується наявний ресурсний потенціал. Ефективність процесів інституціоналізації еліти обумовлює її здатність до формування загальних принципів функціонування політичної системи та ініціювання стратегій національного розвитку, актуальних сучасним глобальним викликам і запитам суспільства³.

На думку К. Шмітта, суб'єктність знаходить своє вираження в політичній волі суверена, тобто суб'єкта, що наділений владними повноваженнями для прийняття стратегічних рішень. Вони стосуються ініціювання змін, що порушують існуючий порядок, вибору векторів розвитку держави та конкретизації суб'єктів взаємодії на внутрішньому та зовнішньому рівнях. У ситуаціях стабільності суб'єктність обумовлюється діями в рамках законодавчої бази, а в ситуаціях невизначеності чи змін – політичною волею. Саме вони визначають здатність політичного суб'єкта (суверена) до ефективної політико-управлінської діяльності, що відповідає потребам ситуації та спрямована на досягнення поставленої мети. При цьому політична воля суверена, його компетентність дозволяють йому легітимізувати, запропонований «новий порядок», залучивши суспільний ресурс для оптимізації досягнення цілей.

М. Фуко вважав, що динамічність політичної сфери, необхідність вчасно реагувати на виклики зовнішнього та внутрішнього

³ Хорішко Л. С. Інституціоналізація еліти в процесах модернізації політичних систем : монографія. Запоріжжя : КСК-Альянс, 2018. 400 с.

середовища актуалізують потребу владних суб'єктів у технологізованому управлінні⁴. Відповідно, політична суб'єктність передбачає наявність доступу владного суб'єкта до спеціалізованих організацій, що професійно здійснюють дослідження й аналіз ситуації, формуючи практичні рекомендації щодо стратегій державного розвитку в контексті їх відповідності національним інтересам. За таких умов суб'єктність носіїв влади направлена на моніторинг потреб суспільства, пошук механізмів їх задоволення. Результатом чого є здійснення комплексу політичних змін, що відповідають національним інтересам, забезпечуючи високий рівень безпеки та добробуту громадян.

У цьому контексті можна визначити особливості формування суб'єктності політичної еліти. У ході інституціоналізації вона набуває нових ознак, що визначають структурно-функціональний зміст і основні процедури комунікативної взаємодії в політичній системі з метою забезпечення стабільності її функціонування через проведення ефективних модернізаційних змін, які корелюються з національними інтересами. Інституціоналізація сприяє формуванню статусно-рольової сітки владної ієрархії, розподілу ресурсів і визначенню наявних можливостей здійснення політико-комунікативної діяльності на внутрішньому та зовнішньому рівнях. Її динаміка буде обумовлюватися впливом суб'єктивних (політична компетентність, мотивація, відповідальність) і об'єктивних факторів (структурні складові поточної політичної ситуації)⁵.

Політична компетентність проявляється у здатності аналізувати, оцінювати динаміку політичних процесів, а також приймати на основі цього ефективні політичні рішення, направлені на

⁴ Макарычев А. Суверенитет, власть и политическая субъектность: две линии критической теории. URL: <http://www.politex.info/content/view/757/30/> (дата обращения: 22.05.2021).

⁵ Хорішко Л. С. Інституціоналізація еліти в процесах модернізації політичних систем : монографія. Запоріжжя : КСК-Альянс, 2018. 400 с.

задоволення потреб суспільства і реагування на виклики зовнішнього чи внутрішнього середовища. Структурні компоненти політичної компетентності наступним чином сприяють становленню суб'єктності еліти:

- пізнавальні елементи (політичні знання, судження, переконання, інтерес до політики тощо) формують загальну модель розуміння сутності національних інтересів, визначаючи рівень кореляції з актуальними тенденціями глобального розвитку;
- мотиваційні елементи (політичні потреби, цінності, настанови) спонукають до адекватного реагування на внутрішні та зовнішні виклики, використовуючи необхідний політико-технологічний інструментарій;
- діяльнісні елементи (політична активність, поведінка, позиція) визначають стратегічні орієнтири та тактичні дії щодо реалізації національних інтересів держави.

Стратегічний аспект політичної компетентності проявляється у:

- вмінні визначати пріоритетні напрями розвитку політичної системи в умовах глобального розвитку;
- здатності обирати національно орієнтовану модель політичного розвитку, що відповідає внутрішнім і зовнішнім потребам;
- спроможності запропонувати суспільству ефективну систему національних цінностей та ідеалів.

Тактичний аспект політичної компетентності включає:

- здатність адекватно обирати способи досягнення поставлених цілей та завдань, виходячи з наявних ресурсів та особливостей політичної ситуації;
- вміння формувати ефективне інституціональне середовище взаємодії в процесах державотворення;
- здійснення контролю над політичною ситуацією;
- апелювання до національної символіки з метою активізації громадської думки та політичної активності.

Мотив діяльності еліти характеризується наявністю відповідного спонукання до дії, обумовленого актуальними потребами та інтересами суспільства, а також поточною політичною ситуацією. Виділяють наступні мотиви політичної діяльності:

- мотив влади, тобто прагнення еліти відігравати провідну роль у процесах державотворення, що може проявлятися у вигляді задоволення власних потреб панування, а також досягнення стратегічних цілей державного розвитку;

- мотив успіху, тобто досягнення відповідного рівня реалізації національних інтересів, що забезпечує адекватність реагування на виклики глобального розвитку;

- мотив взаємодії з стейкхолдерами, тобто встановлення стійких форм внутрішніх і зовнішніх взаємодій, спрямованих на формування політичного діалогу та співробітництва у контексті реалізації ключових національних інтересів.

Політична компетентність і мотивація тісно пов'язані з відповідальністю еліти за ініціювання та впровадження державно-політичних рішень. Політичну відповідальність характеризує рівень усвідомленості ключових національних інтересів держави, які корелюються з потребами більшості суспільства, що реалізується в практичній діяльності, направлений на їх задоволення на основі наявного досвіду та передбачення можливих наслідків. Її проявом виступає здатність виробляти ефективну політику, приймаючи стратегічні рішення щодо досягнення суспільного блага.

Зміст політичної відповідальності розкривається у процесі формування стійкої взаємодії між суб'єктом здійснення політичної діяльності та предметом впливу. Водночас, важливим є також наявність певних правил поведінки, невиконання яких виступає основою для настання негативних наслідків для суб'єкта. Вони бувають формальні (базуються на правилах, що мають правову основу) та неформальні (враховують симпатії й антипатії громад-

ської думки, етичних норм) інстанції, що визначають критерії та здійснюють оцінювання⁶.

Політична відповідальність поєднує в собі комунікативний та етичний аспекти. Політична еліта має можливість позиціонувати свої наміри, програми дій в політичному просторі, мотивуючи суспільство до участі в політичній діяльності. При цьому суспільство формує вимоги до суб'єктів діяльності, щодо її відповідності морально-етичним нормам. У цьому контексті політична відповідальність певною мірою формалізує взаємовідносини політичної еліти та суспільства, створюючи систему комунікативних зв'язків, що відповідають нормам політичної діяльності⁷. Відповідно, вона є способом усвідомлення актуальних потреб державного розвитку, спрямованих на реалізацію національних інтересів.

Формування політичної суб'єктності еліти зазнає впливу об'єктивних факторів, тобто складових поточної політичної ситуації. Серед основних можна виокремити наступні:

- динаміка функціонування політичної інфраструктури (сукупність організацій та суб'єктів, що активно беруть участь у процесах прийняття рішень, виробленні формальних і неформальних правил гри), рівень їх участі в реалізації національних інтересів;
- рівень інституціоналізації еліти в політичній системі, що визначає доступ до ресурсів ініціювання та здійснення політики;
- мотиви поведінки, ресурси, технології діяльності, що можуть використовуватися різними політичними суб'єктами;
- рівень легітимності суб'єктів політико-комунікативної діяльності;

⁶ Политическая ответственность. Теоретические основы и избранные аспекты современных политических практик. Доклады Центра проблемного анализа и государственно-управленческого проектирования / отв. ред. А. Каменский. Москва : Научный эксперт, 2013. Вып. 6. 56 с.

⁷ Політична відповідальність державно-управлінської еліти як чинник підвищення ефективності державного управління: наук.-метод. розробка / за заг. ред. В. А. Ребкала, В. А. Шахова. Київ : НАДУ, 2011. 44 с.

- зовнішні фактори впливу та наявні альтернативи стратегій державного розвитку;

- відповідність здійснюваних перетворень суспільним потребам і зовнішнім викликам в умовах глобального розвитку.

Окреслені об'єктивні та суб'єктивні умови впливають на формування змістовних характеристик суб'єктності еліти, що визначають її роль у процесах державотворення загалом. Серед основних характеристик можна виділити наступні:

- високий рівень інституціоналізації у політичній системі, підтверджений законодавчими процедурами, які чітко регламентують правила та рамки діяльності, надаючи їм загальнообов'язкового характеру;

- наявність статусно-рольової сітки, тобто системи статусів і ролей, що визначають правила поведінки та взаємодії конкретних суб'єктів, а також санкції щодо порушників;

- чітка система розподілу функціонального навантаження в рамках заданої статусно-рольової сітки, обумовлена критеріями політичної відповідальності на всіх етапах реалізації національних інтересів;

- внутрішньоелітна самоідентифікація, що сприяє чіткому усвідомленню правил і принципів політичної комунікації, необхідних для досягнення поставлених цілей та завдань;

- зовнішня та внутрішня легітимація рішень, що забезпечують результативність державотворчих процесів;

- політична компетентність у виборі правил, процедур, конкретних технологій діяльності, а також ініціювання їх змін з метою ефективного реагування на виклики зовнішнього та внутрішнього середовища у відповідній політичній ситуації;

- визначеність інституціональних політичних практик, обумовлена чіткістю поставлених цілей та завдань державного розвитку, наявністю умінь і знань щодо їх реалізації в умовах сучасної політичної дійсності;

- стейкхолдери, які визнають легітимність правлячої еліти та готові надавати власні ресурси з метою оптимізації політичної діяльності;

- наявність (або відсутність) політичного лідера, здатного проявляти ініціативу та брати на себе відповідальність.

Ефективна реалізація національних інтересів держави потребує кристалізації політичної волі суб'єкта відносно ініціювання та практичного втілення необхідних державно-політичних рішень. Лідерська складова політичної суб'єктності еліти поєднує інституціональну та суб'єктивно-особистісну складову. Передусім, мова йде про загальнонаціональне лідерство. Інституціональна складова вказує на відповідне місце та наявний функціонал у владній ієрархії політичної системи. Це проявляється в інституціональному закріпленні лідерського статусу, отриманні доступу до ресурсів, необхідних для розробки, прийняття та реалізації політичних рішень.

На думку Ж. Блонделя, політичні інститути забезпечують структуру політичної сфери, надаючи можливість політичним лідерам визначати межі реалізації конкретних функцій та рівень відповідальності за наслідки їх практичного втілення⁸. Це сприяє постійному пошуку нових методів оптимізації взаємодії з суспільством на основі налагодження контактів інституціонального та індивідуального характеру (консультації, переговори, прийняття рішень), а також дієвих допоміжних каналів зворотного зв'язку (проведення спільних заходів з громадсько-політичними організаціями).

Суб'єктивно-особистісна складова акцентує увагу на важливості особистих якостей та здібностей політичного лідера, необхідних для мобілізації інституціонального та суб'єктивного ресурсного потенціалу. Суб'єктні якості лідера спрямовані на

⁸ Блондель Ж. Политическое лидерство. Путь к всеобъемлющему анализу. URL: http://grachev62.narod.ru/blondel/ch_7.htm. (дата обращения: 25.05.2020).

завоювання, утримання влади, а також управління політико-комунікативними процесами. Ці якості сприяють виробленню у політичного суб'єкта особистісного потенціалу, який відповідає вимогам даної сфери діяльності, формуючи, при цьому, відповідний рівень професіоналізму.

Можна констатувати, що високий рівень суб'єктності розширює можливості політичної еліти в реалізації національних інтересів держави, сприяючи залученню ресурсного потенціалу стейкхолдерів. У ході політичної інституціоналізації еліта набуває структурно-функціональних характеристик, необхідних для розробки та впровадження національних стратегій розвитку, а також формування дієвої системи стратегічних комунікацій як інструменту практичної діяльності щодо досягнення поставлених цілей та завдань.

У цьому контексті можна виокремити характеристики, що розкривають зміст політичної суб'єктності еліти у формуванні системи стратегічних комунікацій, спрямованих на реалізацію національних інтересів держави⁹. До них відносять:

- наявність інституціоналізованого статусу, підтвердженого відповідними актами чи процедурами, що підвищує рівень відповідальності та легітимності прийнятих рішень;
- внутрішньоелітна консолідація, націленість на досягнення поставлених цілей та завдань;
- усвідомлення змісту національних інтересів та визначення цілей політико-комунікативної діяльності, спрямованих на їх досягнення;
- наявність політичного лідера, здатного презентувати національні інтереси внутрішній та зовнішній громадськості, а також брати на себе відповідальність за їх реалізацію;

⁹ Скопин А., Климов А., Зайцев Д. Акторный поход в современных социальных науках: экономике, социологии и политологии. URL: <http://surl.li/atnkb> (дата обращения: 23.05.2021).

- компетентність у формуванні системи стратегічних комунікацій, спрямованих на розширення можливостей держави у відстоюванні національних інтересів;
- узгодженість процедури та інструментів реалізації стратегічних комунікацій з національними інтересами;
- партнерське співробітництво з стейкхолдерами, залучення їх ресурсного потенціалу.

Виходячи з цього, планування системи стратегічних комунікацій має здійснюватися на трьох рівнях:

- стратегічному, орієнтованому на розробку комплексного підходу до змісту та можливих напрямів використання ресурсного потенціалу стратегічних комунікацій у процесах державотворення;
- практичному, що передбачає формування ключових інформаційних повідомлень, вибір інструментарію політико-комунікативної діяльності та каналів комунікації з внутрішньою та зовнішньою громадськістю;
- оперативно-тактичному, орієнтованому на розповсюдження змісту інформаційних повідомлень в усній, письмовій формі та поведінковій комунікації¹⁰.

Слід зазначити, що кожен із вказаних рівнів передбачає чітке визначення рівня відповідальності політичної еліти. На першому та другому рівнях мова йде про координацію зусиль еліти національного та регіонального рівнів, а на третьому – залучення ресурсного потенціалу стейкхолдерів. На думку О. Кушніра, при плануванні стратегічних комунікацій політичній еліті як суб'єкту дії слід фокусуватися на наступних аспектах: 1) що є проблемою та які її можливі наслідки; 2) потенційні дії суб'єкта та можлива реакція об'єкта впливу; 3) ресурсний потенціал суб'єкта реалізації стратегічних комунікацій; 4) ключові канали комунікації

¹⁰ Reding A., Weed K., Ghez J. NATO's Strategic Communications concept and its relevance for France. URL: https://www.rand.org/pubs/technical_reports/TR855z2.html (last accessed: 19.07.2021).

з громадськістю¹¹. Це дозволить скорегувати план і визначити необхідні інструменти політико-комунікативної діяльності в контексті реалізації ключових національних інтересів держави.

На думку експертів НАТО, представники політичної еліти мають активно включатися у процедуру розробки та реалізації стратегічних комунікацій, що оптимізують досягнення національних інтересів держави. Орієнтований алгоритм застосування стратегічних комунікацій передбачає наявність ряду етапів:

- ситуаційний аналіз інформаційного та політичного середовища, спрямований на конкретизацію наступних параметрів: просторово-часові умови функціонування, суб'єкти політико-комунікативної діяльності, домінуючі у суспільній свідомості інтереси та цінності, моделі політичної діяльності;

- планування політико-комунікативної діяльності, що передбачає розробку національного концепту ключових інтересів, досягнення яких сприятиме прогресивному розвитку держави;

- систематична та синхронізована подієва комунікація, що максимізує охоплення ключової аудиторії, відповідає її актуальним цінностям і потребам, формує відповідний рівень довіри та взаємопорозуміння;

- координація зусиль органів влади національного, регіонального рівнів та місцевого самоврядування у контексті організації спеціальних подій та інформаційних ефектів;

- систематичне спілкування з внутрішньою та зовнішньою громадськістю на постійній основі¹².

Вказаний алгоритм акцентує увагу на потребі аналітичного супроводу процесу реалізації стратегічних комунікацій.

¹¹ Кушнір О. В. Поняття й сутність стратегічних комунікацій в сучасному українському державотворенні. *Право і суспільство*. 2015. № 6. С. 27-31.

¹² NATO strategic communication handbook. Ver 1.0 – September 2017. URL: <http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2020/01/NATO-STRATEGIC-COMMUNICATION-HANDBOOK.pdf> (last accessed: 03.07.2021).

Він розширює можливості політичної еліти у визначенні змісту ключових національних інтересів, плануванні системи стратегічних комунікацій, необхідних для оптимізації політико-комунікативної взаємодії з внутрішньою та зовнішньою громадськістю.

На думку американського експерта Е. Голдман, політична еліта відіграє провідну роль у систематизації та синхронізації зусиль щодо реалізації стратегічних комунікацій у чотирьох сферах: фізичній, інформаційній, соціальній та когнітивній¹³. По-перше, правлячій еліти необхідно чітко усвідомлювати потребу відповідальності за зроблені заяви та дії, пов'язані з їх реалізацією. Відсутність кореляції між поняттям «обіцяно-зроблено» негативно впливає на співробітництво зі стейкхолдерами, підриває рівень довіри до держави чи міжнародної інституції. По-друге, динамічність сучасних процесів інформатизації вимагає особливої уваги не тільки до каналів розповсюдження інформації, яким довіряє та чи інша громадськість, але й до лідерів громадської думки. Саме вони здатні презентувати та транслювати зрозумілу інформацію, зміст якої корелюється з національними традиціями та цінностями. Такими лідерами можуть бути представники національної чи регіональної еліти, громадські активісти. По-третє, необхідно враховувати ментальні особливості сприйняття інформаційних повідомлень, рівень довіри до каналів комунікації, швидкість суспільної мобілізації тощо. По-четверте, слід враховувати особливості функціонування соціокультурного середовища, що визначає культурні, соціальні, історичні умови формування колективної чи індивідуальної свідомості. Рівень ефективності комунікативної взаємодії підвищується за умови спільності цінностей та інтересів її учасників.

Використання стратегічних комунікацій вимагає від політичної еліти чіткого усвідомлення їх значущості в реалізації

¹³ Goldman E. Strategic Communication: A Tool for Asymmetric Warfare. URL: <https://smallwarsjournal.com/blog/strategic-communication-a-tool-for-asymmetric-warfare> (last accessed: 19.07.2021).

національних інтересів та необхідності реформування системи публічного управління¹⁴. Стратегічні комунікації повинні стати ключовим інструментом політико-комунікативної діяльності, спрямованої на визначення національних стратегій державного розвитку та управління кризовими ситуаціями. Їх використання має відповідати наступним принципам: 1) відкритість інформування; 2) двосторонній комунікативний зв'язок, спрямований на врахування інтересів і потреб зовнішньої та внутрішньої громадськості; 3) довіра та націленість на партнерське співробітництво; 4) систематичність організації спеціальних подій; 5) кореляція між обіцянками та їх практичною реалізацією. Ефективно діюча система стратегічних комунікацій забезпечує політичній еліті синхронізацію зусиль в реалізації стратегій та тактик державного розвитку, сприяє відкритості та систематичності комунікацій з громадськістю, легітимізує рішення та моделі поведінки, забезпечує мобілізацію суспільного потенціалу. Водночас, слід враховувати вплив нових медіа (інформаційних агентств, Інтернет-видань, соціальних мереж, блогерів) на формування інформаційного середовища¹⁵. Це дозволить більш ефективно використовувати потенціал стратегічних комунікацій.

Успішна реалізація стратегічних комунікацій можлива за наявності відповідного рівня професіоналізму, відповідальності, консенсусу представників гілок влади щодо їх змісту, напрямів використання. Відтак, урядові комунікації повинні мати чітку структуру та послідовний алгоритм виконання, направленість на вирішення ключових аспектів національного розвитку та реалізацію інтересів держави. Виходячи з цього, правляча еліта має за потреби здійснювати реорганізацію та оптимізацію функціонування сфери публіч-

¹⁴ Cornish P., Lindley-French J., Yorke C. Strategic Communications and National Strategy. *Chatham House Report*. September 2011. URL: (last accessed: 02.07.2021).

¹⁵ Дзьобань О. П. Стратегічні комунікації: до проблеми осмислення сутності. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2018. Вип. 2. С. 254–264.

ного управління з метою комплексного впровадження в політичну практику стратегічних комунікацій, підвищення рівня професіоналізму й освіченості державних службовців.

Отже, суб'єктність еліти як політичного інституту проявляється у наявності дієвої легітимізованої структури, що забезпечує формування інституціонального середовища взаємодії, сприяючи виконанню покладених функцій, розподілу ресурсів і вибору способів діяльності, необхідних для уточнення та реалізації національних інтересів. Розгортання політичної суб'єктності еліти відбувається під впливом об'єктивних (особливості поточної ситуації) та суб'єктивних (політична компетентність, мотивація, відповідальність) умов, що визначають її роль у процесах державотворення загалом. Структурно-функціональні характеристики політичної еліти дозволяють їй відігравати провідну роль у формуванні системи стратегічних комунікацій держави.

Список використаної літератури:

Блондель Ж. Политическое лидерство. Путь к всеобъемлющему анализу. URL: http://grachev62.narod.ru/blondel/ch_7.htm. (дата обращения: 25.05.2020).

Дзьобань О. П. Стратегічні комунікації: до проблеми осмислення сутності. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2018. Вип. 2. С. 254–264.

Кушнір О. В. Поняття й сутність стратегічних комунікації в сучасному українському державотворенні. *Право і суспільство*. 2015. № 6. С. 27–31.

Макарычев А. Суверенитет, власть и политическая субъектность: две линии критической теории. URL: <http://www.politex.info/content/view/757/30/> (дата обращения: 22.05.2021).

Рыбаков, А., Татаров, А. Политические институты: теоретико-методологический аспект анализа. *Социально-гуманитарные знания*, 2002. № 1. С. 139–150.

Скопин А., Климов А., Зайцев Д. Акторный поход в современных социальных науках: экономике, социологии и политологии. URL: <http://surl.li/atnkb> (дата обращения: 23.05.2021).

Политическая ответственность. Теоретические основы и избранные аспекты современных политических практик. Доклады Центра проблемного анализа и государственно-управленческого проектирования / отв. ред. А. Каменский. Москва : Научный эксперт, 2013. Вып. 6. 56 с.

Політична відповідальність державно-управлінської еліти як чинник підвищення ефективності державного управління : наук.-метод. розробка / за заг. ред. В. А. Ребкала, В. А. Шахова. Київ : НАДУ, 2011. 44 с.

Хантингтон С. Политический порядок в меняющихся обществах. Москва : Прогресс-Традиция, 2004. 480 с.

Хорішко Л. С. Інституціоналізація еліти в процесах модернізації політичних систем : монографія. Запоріжжя : КСК-Альянс, 2018. 400 с.

Cornish P., Lindley-French J., Yorke C. Strategic Communications and National Strategy. *Chatham House Report*. September 2011. URL: (last accessed: 02.07.2021).

Goldman E. Strategic Communication: A Tool for Asymmetric Warfare. URL: <https://smallwarsjournal.com/blog/strategic-communication-a-tool-for-asymmetric-warfare> (last accessed: 19.07.2021).

NATO strategic communication handbook. Ver 1.0 – September 2017. URL: <http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2020/01/NATO-STRATEGIC-COMMUNICATION-HANDBOOK.pdf> (last accessed: 03.07.2021).

Reding A., Weed K., Ghez J. NATO's Strategic Communications concept and its relevance for France. URL: https://www.rand.org/pubs/technical_reports/TR855z2.html (last accessed: 19.07.2021).

2.4 Зарубіжний досвід використання стратегічних комунікацій у політичній сфері

Глобальні виклики сьогодення актуалізують для сучасних політичних суб'єктів потребу пошуку ефективних інструментів адекватного реагування та мінімізації загроз ключовим інтересам. У цьому контексті стратегічні комунікації як сукупність відповідних інструментів політико-комунікативної діяльності сприяють розв'язанню ключових завдань внутрішньої та зовнішньої політики.

2.4.1 Особливості використання стратегічних комунікацій в реалізації ключових інтересів НАТО та ЄС.

Керівництво НАТО приділяє значну увагу розвитку інституцій, покликаних оптимізувати реалізацію стратегічних комунікацій в інтересах організації та забезпечити конструктивний діалог, співробітництво світової спільноти щодо їх використання у протидії глобальним викликам і загрозам. У структурі Альянсу створено підрозділ стратегічних комунікацій та публічної дипломатії. Директивою Союзного командування НАТО з операцій було окреслено основні напрями роботи цих підрозділів: 1) розширення можливостей використання ЗМІ для інформування партнерів про діяльність Альянсу; 2) формування позитивної громадської думки відносно цінностей та рішень організації; 3) сприяння функціонуванню інформаційного середовища діяльності військово-політичних суб'єктів та рішень, що ними ініціюються¹.

Успішно функціонує школа НАТО Обераммергау. Мета її діяльності – багатонаціональна підготовка експертів-аналітиків, здатних ініціювати актуальні проекти, використовувати сучасні технології військово-політичної та експертно-аналітичної діяльності, приймати ефективні рішення в умовах глобальних викликів, згідно існуючих

¹ Гребенюк М. В. Основи стратегічних комунікацій за стандартами НАТО : навч. посіб. Київ : НУОУ ім. Івана Черняхівського, 2017. С. 7.

цінностей, стандартів і доктрин Альянсу. Серед основних принципів діяльності школи визначені наступні: професіоналізм та відповідальність, орієнтація на стійкий розвиток та постійне вдосконалення засобів навчання, дотримання етичних принципів, інновації та критичність мислення². Слухачами відповідних освітніх програм можуть бути як професійні військові, так і цивільні слухачі у контексті наявних договорів про співпрацю НАТО з Світовим банком, структурними підрозділами ООН та Червоного Хреста, міжнародними інформаційними агентствами. Можна констатувати, що цілі діяльності школи синхронізуються з упровадженням аналітичного підходу до реалізації стратегічних комунікацій в інтересах НАТО.

Центр вивчення передового досвіду НАТО зі стратегічних комунікацій базується в Ризі. Він спрямовує свою діяльність на посилення партнерського діалогу та співпраці між державами-членами та партнерами Альянсу. У цьому контексті стратегічні комунікації виступають ключовим інструментом інформування про військово-політичні цілі та місію НАТО, глобальні загрози колективній безпеці та наявні ресурсні можливості протидії їх впливу.

Серед основних напрямів діяльності центру слід виокремити наступні: 1) сприяння розробці комплексної політики стратегічних комунікацій НАТО; 2) підвищення рівня освіченості різних суб'єктів у сфері стратегічних комунікацій; 3) розробка методології аналізу наративів та контрнаративних стратегій; 4) моделювання інформаційного середовища та прогнозування можливих загроз і можливостей протидії; 5) залучення різних каналів комунікації для підвищення рівня інформування внутрішньої та зовнішньої громадськості; 6) аналітичний та консалтинговий супровід реалізації стратегічних комунікацій в інтересах НАТО³. Ефективність діяльності

² NATO School Oberammergau. URL: <https://www.natoschool.nato.int/Organization/Corporate-Identity> (last accessed: 03.07.2021).

³ About NATO StratCom COE. URL: https://stratcomcoe.org/about_us/about-nato-stratcom-coe/5 (last accessed: 05.07.2021).

Центру вивчення передового досвіду НАТО зі стратегічних комунікацій базується на поєднанні багатонаціонального ресурсного потенціалу військового, цивільного та академічного секторів, використанні сучасних технологій та інструментів аналізу даних, необхідних для прийняття ефективних військово-політичних рішень.

В Анкарі функціонує центр передового досвіду НАТО по захисту від тероризму. Значна увага в його діяльності приділяється вивченню можливостей використання ресурсу стратегічних комунікацій у протидії тероризму. Зокрема, більшість експертів сходяться на думці, що успішність контртерористичних заходів обумовлюється не лише чіткістю та злагодженістю дій держав у реалізації стратегічного плану, виборі відповідних способів військової діяльності, але й необхідністю залучати дипломатичні, політичні, інформаційні ресурси на національному та наднаціональному рівнях антитерористичного співробітництва⁴. Використання цих ресурсів розширює можливості превентивного впливу на осередки терористичної діяльності та її окремих суб'єктів.

У рамках проведеної Центром передового досвіду НАТО конференції експертів по тероризму та захисту (2020) були обговорені такі ключові питання як перспективи НАТО у протидії терористичним загрозам, розширення можливостей використання невійськових засобів, особливості використання ЗМІ в антитерористичній діяльності. Військовий експерт С. Харлі висловив думку про необхідність підвищення рівня успішності контртерористичних заходів за рахунок поєднання військових та невійськових засобів протидії. Цього можна досягти за рахунок: 1) координації військових і політико-дипломатичних заходів, спрямованих на формування сприятливого інформаційного середовища, відповідного рівня розуміння та довіри до суб'єктів антитерористичної діяльності; 2) залучення

⁴ Jager J. Understanding the soil of terrorism. URL: http://www.coedat.nato.int/publication/course/LtcJager_ExeDATCourseArticle.pdf (last accessed: 05.07.2021).

лідерів громадської думки, які можуть виступати певними посередниками у здійсненні роз'яснювальної роботи між населенням територіальних осередків терористичної діяльності та представниками антитерористичних місій чи операцій; 3) використання усіх каналів комунікації з метою систематичного інформування, роз'яснення цілей та завдань, особливостей планування та проведення антитерористичної діяльності⁵.

На думку експертів А. Ашрафа та С. Фоггетт, ключовими принципами використання ЗМІ в антитерористичних операціях є: 1) всебічне інформування та створення платформ для дискусій стейкхолдерів; 2) формування культури партнерства та співробітництва у пошуках шляхів мінімізації ризиків терористичних загроз; 3) залучення ініціативи місцевого населення до партнерства та взаємодії; 4) активізація освітньо-просвітницьких кампаній у соціальних мережах⁶. Відтак, ресурсний потенціал стратегічних комунікацій є важливим інструментом координації зусиль НАТО та держав-партнерів у протидії терористичним загрозам.

Не менш важливим, на думку очільників НАТО, є використання конкретних інструментів стратегічних комунікацій з метою посилення ефективності військово-політичної співпраці держав-членів у реалізації інтересів організації. Значна увага приділяється розвитку цивільно-військового співробітництва. Це пояснюється тим, що сучасні політичні конфлікти мають складну структуру, зумовлену впливом етнічних, релігійних, культурних факторів, а тому їх розв'язання потребує поглиблення співпраці між військовими, політичними, цивільними суб'єктами. У цьому контексті НАТО реалізує комплексний підхід, орієнтований на координацію

⁵ Harley S. Hard Power, Soft Power and Smart Power: Civilian-Military Challenges in CT. URL: <http://www.coedat.nato.int/publication/tec2020/Abstracts/StephenHarley.pdf> (last accessed: 06.07.2021).

⁶ Ashraf A., Foggett S. Media and Counter-terrorism. URL: <http://www.coedat.nato.int/DrAshrafMsFoggett.pdf> (last accessed: 06.07.2021).

зусиль держав-членів, різних міжнародних інституцій щодо розв'язання конфліктних ситуацій військовими та невійськовими засобами. Реалізація цивільно-військового співробітництва здійснюється на трьох рівнях:

- стратегічному, орієнтованому на взаємодію з відповідними безпековими структурами ООН, державами та різними міжнародними організаціями;
- оперативному, що передбачає встановлення партнерської взаємодії з керівництвом держав, на території яких реалізуються військові операції;
- тактичному, орієнтованому на взаємовідносини з місцевою елітою, лідерами громадської думки, гуманітарними організаціями⁷.

Структури Альянсу беруть на себе відповідальність щодо координації наступних сфер: 1) планування та проведення військових операцій; 2) взаємодія з цивільним населенням; 3) обмін досвідом, військові навчання та освіта; 3) залучення різних інструментів стратегічних комунікацій. Значна увага зосереджується на налагодженні взаємодії з цивільним населенням, що має здійснюватися згідно наступних принципів:

- взаємоповага до цінностей, інтересів, культури місцевих громадян;
- заохочення до співпраці та інформаційної взаємодії;
- встановлення взаємовідносин із місцевою громадськістю та пошук лідерів громадської думки;
- орієнтація на використання невійськових методів за сприятливої військово-політичної ситуації⁸.

⁷ Калагін Ю. А. Феномен цивільно-військового співробітництва збройних сил України: концептуальні засади дослідження. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ukrsocj_2017_1-2_10. (дата звернення: 21.07.21).

⁸ CIMIC Field Handbook. URL: <https://www.handbook.cimic-coe.org> (last accessed: 21.07.2021).

Можна згадати, що реалізація Дейтонських угод передбачала широкий спектр цивільно-військової співпраці: 1) проведення регулярних зустрічей з представниками громадських організацій; 2) роз'яснювальна робота з залученням лідерів громадської думки та прес-офіцерів; 3) використання ресурсного потенціалу військових фахівців у процесах відновлення інфраструктури⁹. Це дозволило знизити рівень напруги та конфліктності серед місцевого населення та залучити його потенціал до мирного урегулювання конфлікту. Відтак, цивільно-військове співробітництво є одним з ключових інструментів стратегічних комунікацій, що використовується в реалізації інтересів НАТО.

Європейський Союз розглядає стратегічні комунікації як основний інструмент вирішення ключових питань внутрішньої та зовнішньої політики. Досить активно вони використовуються у протидії гібридним загрозам, що спрямовані на дестабілізацію ЄС та нівелювання ціннісного потенціалу. У цьому контексті були створені спеціальні інституції, діяльність яких спрямована на організацію системи стратегічних комунікацій, узагальнення світового досвіду їх використання.

У 2015 році була створена група стратегічних комунікацій «East StratCom Task Force», що є структурним підрозділом відділу стратегічних комунікацій та аналізу інформації Європейської служби зовнішніх зв'язків¹⁰. Її діяльність спрямована на протидію гібридним загрозам, а також посилення співпраці у цьому напрямі з країнами Східного партнерства. Серед основних завдань діяльності цієї групи – відкритість політики інформування про взаємовідносини ЄС і держав Східного партнерства, підтримка діяльності

⁹ Білошицький В. І. Цивільно-військові відносини в країнах НАТО: історія та сучасність. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKPI_soc_2013_4_2 (дата звернення: 21.07.21).

¹⁰ Questions and Answers about the East StratCom Task Force. URL: <https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/2116/-questions-and-answers-about-the-east-> (last accessed: 21.07.2021).

незалежних ЗМІ та свободи слова, формування ефективного медіа-середовища двосторонньої комунікації, вчасне реагування на дезінформаційні повідомлення. Експерти «East StratCom Task Force» приймають активну участь в організації інформаційних кампаній з метою роз'яснювальної роботи щодо переваг співпраці з інституціями ЄС, надають фінансово-технічну допомогу у здійсненні демократичних та ринкових реформ, сприяють функціонуванню незалежних ЗМІ, а також налагодженню двосторонньої комунікації з політичною елітою та групами громадянської держав Східного партнерства.

ЄС демонструє значну зацікавленість у діяльності цієї групи стратегічних комунікацій, свідченням чого є постійне збільшення фінансування її діяльності (див. Таблицю 2.4.1). Кошти спрямовуються на здійснення моніторингу ЗМІ та медіапростору, виявлення дезінформаційних повідомлень, організацію інформаційних кампаній національними мовами країн Східного партнерства щодо роз'яснення змісту дезінформації, проведення тренінгів щодо протидії гібридним загрозам.

Таблиця 2.4.1

Фінансування діяльності «East StratCom Task Force»

| Період | 2018 р. | 2019 р. | 2020 р. | 2021 р. |
|--------|--------------|------------|------------|---------------|
| Сума | 1,1 млн євро | 3 млн євро | 4 млн євро | 11,1 млн євро |

Джерело: розроблено автором на основі ¹¹

Зважаючи на зростання міграційного тиску на кордони ЄС, активізацію терористичних загроз та радикалізацію суспільних настроїв у третіх країнах, було ініційовано створення ще однієї групи стратегічних комунікацій «Arabic StratCom Task Force». Її діяльність

¹¹ Questions and Answers about the East StratCom Task Force. URL: <https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/2116/-questions-and-answers-about-the-east-> (last accessed: 21.07.2021).

спрямована на поглиблення взаємодії та взаємозв'язку з країнами Африки у таких напрямках: 1) економічне та освітньо-культурне співробітництво; 2) протидія пропаганді терористичних організацій, зокрема, ІДІЛ; 3) формування позитивного іміджу ЄС серед місцевих груп громадськості; 4) роз'яснювальна робота щодо сутності та змісту таких європейських цінностей, як демократія, свобода слова, права людини, міжконфесійний діалог. Група «Arabic StratCom Task Force» координує діяльність через взаємодію з регіональними представництвами, що функціонують у Марокко, Єгипті та Йорданії.

Серед основних форм роботи можна виділити наступні: 1) проведення опитування громадської думки, надання професійної підтримки журналістам і блогерам; 2) співпраця з громадськими та молодіжними організаціями; 3) формування міжкультурного діалогу через програми освітнього обміну; 4) організація культурних заходів. Наприклад, Європейським парламентом реалізується програма «Молодих політичних лідерів», спрямована на розширення діалогу та комунікації інституцій ЄС з молодими лідерами третіх країн, залучення їх до співпраці, формування цінностей демократичної політичної культури.

На період 2014–2020 рр., ЄС виділив близько 9,2 млрд євро, що були спрямовані на розвиток системи незалежних ЗМІ, інформаційної інфраструктури, програми культурно-освітнього обміну для молоді, поглиблення міжкультурного діалогу. Значна увага також приділяється фінансуванню програм по відновленню інфраструктурних об'єктів Лівії та Сирії, а також надання допомоги біженцям із цих країн¹². Отож, діяльність групи стратегічних комунікацій «Arabic StratCom Task Force» спрямована на поглиблення багатостороннього співробітництва з країнами Африки з метою формування позитивного іміджу ЄС та його ключових цінностей.

¹² EU strategic communication with the Arab world. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/581997/EPRS_BRI\(2016\)581997_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/581997/EPRS_BRI(2016)581997_EN.pdf) (last accessed: 21.07. 2021).

Європейський центр протидії гібридним загрозам був створений для координації зусиль та набуття необхідних практичних навичок у цьому напрямі між ЄС та НАТО. Основна мета його діяльності – узагальнення досвіду держав-учасниць у протидії гібридним загрозам. До основних напрямів діяльності можна віднести наступні: 1) розробка нових ідей та підходів до дослідження сучасних гібридних загроз; 2) обмін практичним досвідом адекватного реагування на існуючі виклики; 3) здійснення освітньо-просвітницької діяльності; 4) організація спеціальних подій для формування партнерського діалогу та презентування результатів діяльності.

В структурі Європейського центру протидії гібридним загрозам функціонують наступні підрозділи:

- з питань стратегії та оборони, орієнтований на вивчення змісту гібридних війн, їх наслідків для системи колективної безпеки, аналіз військово-політичної ситуації та розробку стратегії протидії гібридним викликам сучасності;

- з питань гібридного впливу, що займається дослідженнями поведінки, напрямів, інструментів діяльності державних і недержавних суб'єктів, прогнозуванням наслідків гібридного впливу для суверенітету національних держав та розробкою механізмів стримування та протидії¹³.

ЄС активно використовує потенціал стратегічних комунікацій для реалізації ключових аспектів внутрішньої та зовнішньої політики. Актуалізація міграційної проблематики для різних груп громадськості та закріплення її на міжнародному порядку денному відбувається за активного використання ресурсів публічної дипломатії. Представників Єврокомісії активно беруть участь у різних заходах, що є публічними платформами для озвучування ініціатив, активізації діалогу відносно пошуку механізмів і ресурсів їх

¹³ The European Centre of Excellence for Countering Hybrid Threats. URL: <https://www.hybridcoe.fi/about-us/> (last accessed: 22.07. 2021).

реалізації. Наприклад, було ініційоване обговорення проекту Пакту щодо міграції та притулку, основна мета якого знизити міграційний тиск на країни, що першими приймають біженців чи мігрантів¹⁴. Його ключові ідеї були озвучені на брифінгу У. фон дер Ляйен та єврокомісаром з внутрішніх справ І. Йоганссон: зміна процедури прийому мігрантів, диверсифікована система відповідальності держав-членів ЄС, посилення співпраці з країнами, звідки прибувають мігранти чи біженці.

Верховний представник ЄС Ж. Боррель, за підсумками зустрічі міністрів закордонних і внутрішніх справ, озвучив основні напрями сучасної міграційної політики ЄС: 1) координація та співпраця у вирішенні ключових питань щодо управління міграційними процесами; 2) посилення економічної, освітньо-культурної співпраці з країнами походження та транзиту; 3) збільшення фінансування¹⁵. На його думку, безпечність і керованість міграційних процесів є запорукою активізації багатостороннього співробітництва ЄС з іншими державам.

В умовах сучасної політичної дійсності саме координація зусиль і співпраця з державами поза межами ЄС розглядається як один із дієвих інструментів управління міграційними процесами. У цьому контексті можна згадати угоду між ЄС та Туреччиною від 2016 року, спрямовану на посилення співпраці у сфері управління міграційними процесами, зменшення ризиків нелегальної міграції. Вона також визначає основні засади перебування сирійських біженців на території Туреччини та фінансові зобов'язання ЄС щодо їх утримання. Водночас, наявність напруги у взаємовідносинах ЄС та Туреччини позначається на якості виконання взятих

¹⁴ New Pact on Migration and Asylum. URL: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/promoting-our-european-way-life/new-pact-migration-and-asylum_en (last accessed: 03.05. 2021).

¹⁵ Informal video conference of foreign affairs and home affairs ministers, 15 March 2021. URL: <https://www.consilium.europa.eu/en/meetings/fac/2021/03/15/> (last accessed: 10.05. 2021).

в рамках угоди зобов'язань¹⁶. Так, у березні минулого року рішення Р. Т. Ердогана щодо відкриття кордонів для біженців спровокувало міграційну кризову ситуацію в Греції. Представникам ЄС довелося докласти значних зусиль щодо надання допомоги Греції в розв'язання цієї ситуації. У. фон дер Ляйен і Ш. Мішель також провели зустріч з президентом Туреччини, в ході якої були обговорені проблемні питання й окреслені шляхи оптимізації двосторонньої взаємодії в управлінні міграційними процесами.

ЄС прагне поглиблювати співпрацю з окремими державами Африки щодо підвищення рівня двосторонньої відповідальності в управлінні міграційними процесами. По-перше, активно реалізується європейська програма переселення, що передбачає прийняття визначеної, згідно квоти, кількості біженців, які зазнали значних поневірянь. По-друге, розширено програму фінансування щодо покращення умов життя людей, боротьби з бідністю, створення робочих місць на території країни проживання.

Отже, публічна дипломатія є одним із інструментів управління міграційними процесами ЄС. Вона сприяє активізації міграційної проблематики на порядку денному, конкретизації каналів комунікації та змісту інформаційних повідомлень, спрямованих на роз'яснення для внутрішньої та зовнішньої громадськості потреби співпраці та координації зусиль в управлінні міграційними процесами.

Досить ефективно ресурсний потенціал стратегічних комунікацій використовується у формуванні бренду ЄС. Це один з ключових пріоритетів діяльності Європейської комісії на чолі з У. фон дер Ляйен. У затвердженому порядку денному (2019–2024), наголошено на потребі брендингу ЄС як відповідального суб'єкта міжнародної політики, що володіє необхідним потенціалом для реалізації глобального лідерства на засадах партнерської взаємодії

¹⁶ State of play of EU-Turkey political, economic and trade relations. URL: https://ec.europa.eu/neighbourhoodenlargement/sites/default/files/state_of_play_of_eu_turkey_relations_en.pdf (last accessed: 03.05.2021).

та взаємодопомоги. Серед пріоритетних напрямів реалізації брендингової стратегії визначено наступні: 1) посилення рівня довіри та відповідальності в економічних, політичних, соціальних зв'язках з партнерам; 2) формування ефективного безпекового середовища; 3) підтримка партнерського діалогу з Європейською Радою, Європарламентом з метою прийняття ефективних політичних рішень¹⁷. Відтак, ключовими ідеями брендингу є відповідальність, довіра, партнерство, взаємодопомога. Реалізації основних аспектів брендингової стратегії має сприяти відкрита та двостороння комунікація провідних інституцій ЄС з різними групами громадськості. У цьому контексті значна увага приділяється організації спеціальних PR-подій.

В умовах світової пандемії інституції ЄС за допомогою PR-впливу прагнуть синхронізувати взаємодію у реагуванні на існуючі виклики. На віртуальному саміті Європейської ради (березень, 2021) лідери ЄС обговорили поточну епідеміологічну ситуацію, ресурсні можливості виробництва вакцини та можливі механізми її розподілу. Було прийнято рішення про подальші кроки щодо поглиблення співпраці з партнерами в сфері охорони здоров'я¹⁸. У цьому контексті за сприяння Єврокомісії було організовано Глобальний саміт охорони здоров'я (травень, 2021), за результатами якого підписано «Римську декларацію»¹⁹. Вона закріпила спільні зусилля світової спільноти у протидії пандемії та організації процесу вакцинації. ЄС взяв зобов'язання щодо надання допомоги у вигляді 100 млн. доз вакцин державам з низьким рівнем розвитку.

¹⁷ Leyen U. A Union that strives for more. My agenda for Europe By candidate for President of the European Commission. URL: http://www.eunec.eu/sites/www.eunec.eu/files/attachment/files/political-guidelines-next-commission_en_kopie.pdf (last accessed: 05.05. 2021).

¹⁸ Video conference of the members of the European Council, 25 March 2021. URL: <https://www.consilium.europa.eu/en/meetings/european-council/2021/03/25/> (last accessed: 04.05. 2021).

¹⁹ Global health summit: Rome Declaration. URL: <https://reliefweb.int/report/world/global-health-summit-rome-declaration> (last accessed: 04.05. 2021).

Не менш важливим аспектом брендингу ЄС є постійне поглиблення партнерської взаємодії з різними суб'єктами з метою розв'язання актуальних проблем. Відбувається активна співпраця з державами Африки в рамках Партнерства Африканський Союз-ЄС щодо реалізації різних соціально-культурних проєктів, спрямованих на боротьбу з бідністю та продовольчою кризою, підвищення рівня освіченості громадян, створення додаткових робочих місць з метою зниження ризиків масової міграції молодого населення. У цьому контексті створено онлайн-платформу <https://africa-eu-partnership.org/en>, спрямовану на інформування стейкхолдерів про ключові аспекти співробітництва, залучення їх ресурсного потенціалу до реалізації соціально-культурних проєктів.

Потреба реагування на існуючі загрози деструктивного інформаційного впливу, можливі терористичні та кібератаки актуалізує для лідерів ЄС пошук ефективних механізмів формування колективної безпеки. Її ключові аспекти визначені в оновленій Стратегії безпеки ЄС (2020-2025), яка акцентує увагу на боротьбі з організованою злочинністю, транскордонному співробітництві в протидії тероризму, партнерській взаємодії у захисті цифрових даних²⁰. Відтак, ЄС націлений на інтенсифікацію міжнародного співробітництва в сфері безпеки та оборони.

У ході зустрічі Верховного представника ЄС Ж. Борреля з лідерами АСЕАН було обговорено напрями співробітництва у сфері захисту даних та можливості координації зусиль в протидії інформаційним загрозам. На думку політика, співробітництво ЄС та АСЕАН у сфері безпеки сприятиме розширенню спільних можливостей реагування на глобальні виклики, забезпеченню балансу

²⁰ A new way forward on internal security for the period 2020-2025. URL: https://ec.europa.eu/home-affairs/what-we-do/policies/internal-security_en (last accessed: 03.05. 2021).

сил в Індо-Тихоокеанському регіоні²¹. Можна констатувати, що ЄС прагне відігравати провідну роль у формуванні безпекового середовища, залучаючи потенціал різних стейкхолдерів. Ключові інституції ЄС активно включені в організацію спеціальних PR-подій для актуалізації основних ідей та напрямів діяльності в реалізації брендингової стратегії глобального лідерства.

Отже, НАТО та ЄС розглядають стратегічні комунікації як інструмент реалізації ключових інтересів. Значна увага приділяється формуванню та організації діяльності спеціальних інституцій, покликаних забезпечити консалтингово-аналітичний супровід використання стратегічних комунікацій в реалізації ключових цілей та завдань вказаних суб'єктів. НАТО використовує стратегічні комунікації для поглиблення військово-політичної співпраці та координації зусиль партнерів у протидії глобальним викликам сучасності. Провідні інституції ЄС активно залучають ресурсний потенціал стратегічних комунікацій до процесів управління міграційними потоками та реалізації брендингової стратегії глобального лідерства.

2.4.2 Стратегічні комунікації як інструмент реалізації національних інтересів держави (на прикладі Франції, Німеччини, Польщі).

В умовах сучасної політичної дійсності ресурсні можливості стратегічних комунікацій активно використовуються окремими державами у реалізації національних інтересів. Для Франції одним із ключових національних інтересів є посилення процесів екологічної модернізації. У цьому контексті очільник держави Е. Макрон досить активно актуалізує екологічну повістку дня на зовнішньому та рівнях. У своєму першому виступі з трибуни Генеральної Асамблеї ООН він назвав зміну клімату однією з основних загроз

²¹ Borrell J. Why I went to Jakarta and why the Indo-Pacific matters for Europe. URL: https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/99613/why-i-went-jakarta-and-why-indo-pacific-matters-europe_en (last accessed:14.05. 2021).

існування людства, наголосивши, що Франція всебічно підтримує виконання Паризької кліматичної угоди. «Ця угода не підлягає перегляду. Вона нас об'єднує... . Договір може бути збагачений за рахунок нових зобов'язань, нових вкладів. Ми не відступаємо»²².

За ініціативи Макрона в Парижі відбувся кліматичний саміт «Одна планета». У ході саміту представниками різних держав були обговорені актуальні проблеми захисту навколишнього середовища, механізми боротьби з глобальним потеплінням, створено суверенні фонди для підтримки діяльності щодо захисту клімату, а також сформована «Коаліція вуглецевої нейтральності»²³. Макрон у своєму виступі наголосив на незмінній позиції Франції у питаннях екологічної безпеки та поглибленні зусиль у міжнародній співпраці, анонсував припинення видачі нових ліцензій на видобуток нафти та газу, скорочення викидів вуглецю до допустимої норми, відмову від бензинових двигунів та поступове припинення виробництва електроенергії з вугілля.

Виступаючи в Європейському парламенті, президент Франції визначив екологічний суверенітет однією з основних складових європейського суверенітету. «Це те, чого очікують від нас громадяни, перед якими ми несемо відповідальність. Це добре для нашого економічного розвитку, адже це вибір, що відповідає нашим довгостроковим зобов'язанням»²⁴. На його думку, екологічний суверенітет має базуватися на основних принципах Паризької кліматичної угоди, а провідні інституції ЄС повинні всебічно сприяти поглибленню співпраці між державами у цьому напрямі.

²² Макрон Э. Парижское соглашение не подлежит пересмотру. URL: <https://news.un.org/ru/story/2017/09/1311091> (дата обращения 04.07. 2021).

²³ Рахимбекова С. Франция герой дня климатического фронта. URL: <https://greenkaz.org/index.php/category/item/2112-frantsiya-geroj-dnya-klimaticheskogo-fronta> (дата обращения: 10.05. 2021).

²⁴ Speech by Emmanuel Macron, President of the republic at European Parliament. URL: <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2018/04/17/speech-by-emmanuel-macron-president-of-the-republic-at-european-parliament.en> (last accessed: 15.08. 2020).

Екологічна безпека тісно взаємопов'язана з продовольчою, оскільки сприяє реалізації права громадян на безпечне середовище проживання та якісне харчування.

Можна зробити висновок, що політик приділяє велику увагу формуванню екологічного порядку денного на зовнішньому рівні. По-перше, в ході проведення різних заходів (саміти, форуми, засідання Європарламенту) дана проблематика завжди звучить у виступах Макрона. Він досить вдало акцентує увагу на взаємозалежності добробуту громадян ЄС від вдалих кроків у вирішенні екологічних проблем, оперує поняттями «екологічного та продовольчого суверенітетів» як складової суверенності та процесів модернізації ЄС в умовах сучасної політичної дійсності. Сформовано також певний список питань, які потребують уваги міжнародної спільноти: дотримання принципів Паризької кліматичної угоди, створення фондів для фінансування екологічних ініціатив, моніторинг безпеки проживання та харчування громадян тощо. Відповідно, за підтримки Франції було прийнято ряд рішень, спрямованих на боротьбу з кліматичними змінами.

Досить активно Макрон упроваджує екологічні ініціативи на внутрішньому рівні порядку денного. По-перше, його активна позиція сприяла схваленню Національною асамблеєю Франції пакету рішень з питань клімату та енергетики, направлених на виконання зобов'язань в рамках Паризької кліматичної угоди (зменшення викидів парникових газів та вуглецю до 2050 року)²⁵. Пізніше цей пакет був ухвалений сенатом. У цьому контексті урядом було ініційовано ряд заходів: 1) прийнято рішення щодо підвищення податків на викиди вуглецю для власників автомобілів; 2) анонсовано поступовий перехід державних службовців на користування екологічними видами транспорту (велоси-

²⁵ Раков И. На пути к зелёной экономике: опыт Италии и Франции. *Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований*. 2018. № 11-12. С. 389–397.

педи, потяги, електромобілі) та органічні продукти харчування; 3) заплановано зменшення використання виробів із пластику²⁶. За ініціативи Макрона прийнята довгострокова програма енергетичного розвитку Франції, що передбачає поступову відмову від ядерної енергетики та вугільних електростанцій, збільшення фінансування відновлюваних джерел енергії (вітрової та сонячної).

По-друге, перебуваючи з урядовою делегацією та провідними науковцями-екологами з робочим візитом біля Монблану, Макрон оголосив 2020 рік – роком боротьби із забрудненням навколишнього середовища та змінами клімату²⁷. За його ініціативи створено французьке бюро біорізноманіття, що здійснюватиме моніторинг та координуватиме заходи щодо відновлення природного середовища Франції. На думку Макрона, першочергові заходи цього бюро будуть пов'язані з створенням заповідної зони навколо Монблану та визначенням чітких правил її відвідування туристами з метою запобігання процесам танення льодовика.

По-третє, французький президент активно впроваджує екологічні ініціативи у військовій сфері²⁸. Наприклад, у структурі міністерства оборони діє спеціальний центр «Оборона-Клімат», метою якого є визначення впливу змін клімату на рівень міжнародної безпеки. Макрон також ініціював створення Ради з екологічної оборони, що переймається проблемами так званої «зеленої оборони»: зменшенням негативного впливу військової техніки на навколишнє середовище та процесами модернізації обслуговування військових об'єктів.

²⁶ Macron to get hybrid car as France steps up climate fight. URL: <https://apnews.com/6755a8b22e96d18403dfc057c92244be> (last accessed: 21.08. 2020).

²⁷ France's Macron vows to protect Mont Blanc from overcrowding. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-51487851> (last accessed: 11.05. 2021).

²⁸ Чихачёв А. На страже Пятой республики: военная политика Э. Макрона. URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/columns/la-france-du-macron/na-strazhe-pyatoy-respubliki-voennaya-politika-makrona/> (last accessed: 10.05. 2021).

Можна констатувати, що політик досить активно займається формуванням екологічного порядку денного на внутрішньому рівні. Екологічна проблематика є однією з основних тем заходів, у яких приймає участь Макрон (формальні та неформальні зустрічі, дебати). Він акцентує увагу на тому, що екологічна безпека є складовою добробуту громадян, їх особистим внеском у процвітання держави та набуття нею лідерського статусу в реалізації екологічних ініціатив. Серед ключових питань, які актуалізуються для громадськості, можна виділити наступні: зменшення викидів шкідливих речовин в атмосферу, використання енергозберігаючих технологій, перехід на відновлювану енергетику та формування культури споживання органічних продуктів.

Німеччина активно використовує публічну дипломатію у формуванні державного бренду. Ключовим ідеями брендингової стратегії Німеччини є сталий економічний розвиток, технологічність і діджиталізація, екологічність та енергоефективність, партнерський діалог і співробітництво. Органи державної влади Німеччини активно включені в процес ініціювання та реалізації рішень, що корелюються з брендинговою стратегією. Наприклад, федеральне міністерство транспорту та цифрової інфраструктури реалізує проект «German Mobility Award». Він спрямований на привернення уваги громадськості до цифрових інновацій та смарт-рішень, які розширюють можливості розвитку сфери бізнесу в Німеччині на засадах екологічності та діджиталізації. Комунікація міністерства та стейкхолдерів з громадськістю відбувається на онлайн-платформі <https://land-der-ideen.de/en/competitions/german-mobility-award>. Серед відзначених у 2020 році ініціатив можна виділити такі: 1) створення інтелектуальної системи обслуговування експресів Рейн-Рур, спрямована на підвищення рівня екологічності використання транспортної системи та комфортності подорожей пасажирів; 2) онлайн-сервіс Carré Mobility, що дозволяє в межах певної території синхронізувати потреби та можливості громадян

у швидкій комунікації з наявними виробниками товарів чи послуг, що оптимізує процес їх отримання споживачами, розширюючи можливості соціального дистанціювання в умовах COVID-19; 3) технологія автономного керування автомобілями, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності, мобільності логістичних компаній в умовах нестачі трудових ресурсів.

Активно до реалізації брендингової стратегії залучаються представники муніципалітетів, що свідчить про синхронізацію діяльності суб'єктів різних рівнів владного впливу. Наприклад, у форматі відеоконференції була проведена нарада А. Меркель з представниками муніципалітетів²⁹. Ключовою темою обговорення стала проблема боротьби з кліматичними змінами. Канцлер зазначила, що лише спільні зусилля уряду та муніципалітетів сприятимуть поступовому переходу до відновлювальної енергетики, розширять можливості використання SMART-технологій у задоволенні потреб громадян в екологічній безпеці.

Федеральне міністерство освіти та наукових досліджень у ході прямого ефіру підвело підсумки загальнонаціонального конкурсу «Видатні місця в країні ідей». Його спонсором був Німецький банк. Також була презентована книга «Сила ідей», в якій зібрані поради стейкхолдерів і переможців конкурсу стосовно практичної реалізації креативних ідей, особливостей взаємодії з органами влади та пошуку спонсорської підтримки. На онлайн-платформі <https://land-der-ideen.de/wettbewerbe/ausgezeichnete-orte-im-land-der-ideen> керівник відділу бренд-комунікації Німецького банку С. Руммель висловив думку, що такі загальнонаціональні проекти сприяють активізації громадської ініціативи у пошуку шляхів підвищення якості життя, розширюючи можливості економічного зростання держави на засадах інноваційності та технологічності.

²⁹ Kanzlerin Merkel bei der Videokonferenz mit dem Verband Kommunaler Unternehmen. URL: <https://www.bundeskanzlerin.de/bkin-de/aktuelles/merkel-kommunale-unternehmen-1873706> (last accessed: 08.04. 2021).

Ключові ідеї брендингової стратегії Німеччини постійно презентуються зовнішній громадськості. Виступаючи на Всесвітньому економічному форумі в Давосі, федеральний канцлер А. Меркель наголосила на потребі формування до 2050 року «кліматичного нейтралітету» Європи. Він передбачає спільну відповідальність європейської спільноти за зменшення викидів вуглецю в атмосферу, поступове заміщення традиційних джерел енергетики відновлювальними. У цьому контексті федеральний уряд Німеччини посилює зусилля в реалізації Climate Action Programme 2030, що передбачає скорочення викидів парникових газів, підвищення рівня енергоефективності інфраструктурних об'єктів та кліматичної мобільності³⁰.

Питання енергоефективності та кліматичної безпеки було визнано одним із ключових у період головування Німеччини у Євросоюзі (липень-грудень, 2020). На грудневому саміті ЄС вдалося досягти згоди країн-членів щодо реалізації програми «The European Green Deal», спрямованої на зменшення викидів вуглецю на 55 % до 2030 року. На думку президента Єврокомісії У. фон дер Ляйен, екологічні ініціативи ЄС сприятимуть пришвидшенню модернізації національних економік країн-членів і підвищенню екологічної безпеки громадян. Все це стане запорукою досягнення кліматичної нейтральності до 2050 року, створивши передумови сталого розвитку ЄС. Президент Єврокомісії також наголосила на синхронності та ефективності дій німецького уряду на чолі з А. Меркель у реалізації екологічних ініціатив, що стало запорукою прийняття компромісного рішення на саміті ЄС³¹.

³⁰ Climate Action Programme 2030. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-en/issues/climate-action> (last accessed: 08.04.2021).

³¹ Opening remarks by President von der Leyen at the joint press conference with President Michel and Chancellor Merkel following the European Council meeting of 11 December 2020. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/e%20n/statement_20_2383 (last accessed: 15.04.2021).

У ході цьогорічного німецько-українського форуму, А. Меркель наголосила на доцільності поглиблення партнерства у сфері діджиталізації. Це сприятиме розширенню можливостей розвитку бізнесу на засадах прозорості, партнерства, відповідального споживання, енергоефективності та оптимізації використання значних масивів даних³². Це свідчить про зацікавленість Німеччини у презентації ключових ідей державного брендингу у двохсторонніх відносинах з конкретними державами, що розширює можливості їх практичної реалізації. На думку А. Меркель, Україна має певні здобутки у сфері діджиталізації, що можуть бути актуальними для Німеччини. Можна констатувати дієвість використання ресурсного потенціалу публічної дипломатії у формуванні державного бренду Німеччини, наслідком чого є збереження протягом 2019–2020 років лідерської позиції у Nation Brands Index³³.

Ключовим національним інтересом Польщі є досягнення високого рівня енергетичної безпеки. Польські урядовці активно використовують ресурси публічної дипломатії для активізації взаємовигідної співпраці в енергетичній сфері з іншими державами. Наприклад, Польща та Данія реалізують проєкт «Baltic Pipe», спрямований на побудову інфраструктури для транспортування норвезького природного газу³⁴. Його успішна реалізація покращить конкурентоспроможність цін на газ на європейському ринку в цілому, а Польща отримає додаткове джерело постачання газу, що дозволить реалізовувати програму трьохфазного енергетичного

³² Rede von Bundeskanzlerin Merkel beim 4. Deutsch-Ukrainischen Wirtschaftsforum am 19. März 2021. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/rede-von-bundeskanzlerin-merkel-beim-4-deutsch-ukrainischen-wirtschaftsforum-am-19-maerz-2021-1879104> (last accessed: 15.04.2021).

³³ McGrath J. Germany Retains Top «Nation Brand» Ranking, the UK and Canada Round Out the Top Three. URL: <https://www.ipsos.com/en-ca/news-polls/Germany-Retains-Top-Nation-Brand-Ranking-the-United-Kingdom-emerges-ahead-of-Canada-to-Round-Out-the-Top-Three-US-and-China-Experience-Significant-Divide> (last accessed: 10.04.2021).

³⁴ Energy policy of Poland until 2040. URL: <https://www.gov.pl/web/klimat/polityka-energetyczna-polski-do-2040-r-przyjeta-przez-rade-ministrow> (last accessed: 23.07.2021).

переходу та зменшить рівень залежності національної економіки від постачання російського газу.

Виконавче агентство з питань інновацій та мереж підписало договір про надання гранту у розмірі 719,7 млн євро на реалізацію «The Baltic Synchronisation Project», у якому задіяні Польща, Естонія, Латвія та Литва³⁵. Основна мета проекту – синхронізація електромереж країн Балтії з континентальною Європою. Планується побудова так званої «Harmony Link» через Балтійське море між Польщею та Литвою, що стане основою формування системи відновлювальних джерел енергії. Вони забезпечать енергетичну стійкість всього регіону та розширять можливості держав-учасниць у реалізації програми ЄС «The European Green Deal», що передбачає зменшення викидів вуглецю в атмосферу на 55 % до 2030 року.

Отже, стратегічні комунікації є дієвим інструментом реалізації національних інтересів сучасних держав, оскільки сприяють координації зусиль владних структур щодо протидії глобальним викликам, які несуть загрозу суверенітету, культурній ідентичності та сталому розвитку. Ресурсний потенціал стратегічних комунікацій сприяє формуванню ефективної політико-комунікативної взаємодії політичної еліти з різними стейкхолдерами, спрямованої на реалізацію національних стратегій державного розвитку та підвищення рівня добробуту громадян.

Список використаної літератури:

Білошицький В. І. Цивільно-військові відносини в країнах НАТО: історія та сучасність. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKPI_soc_2013_4_2 (дата звернення: 21.07.21).

Гребенюк М. В. Основи стратегічних комунікацій за стандартами НАТО : навч. посіб. Київ: НУОУ ім. Івана Черняхівського, 2017.180 с.

³⁵ INEA signs €720 million grant agreement for the Baltic Synchronisation project. URL: <https://ec.europa.eu/inea/en/news-events/newsroom/inea-signs-720-million-grant-agreement-baltic-synchronisation-project> (last accessed: 23.07.2021).

Калагін Ю. А. Феномен цивільно-військового співробітництва збройних сил України: концептуальні засади дослідження. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ukrsocj_2017_1-2_10. (дата звернення: 21.07.21).

Макрон Э. Парижское соглашение не подлежит пересмотру. URL: <https://news.un.org/ru/story/2017/09/1311091> (дата обращения: 04.07. 2021).

Раков И. На пути к зелёной экономике: опыт Италии и Франции. *Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований*. 2018. № 11-12. С. 389–397.

Рахимбекова С. Франция герой дня климатического фронта. URL: <https://greenkaz.org/index.php/category/item/2112-frantsiya-geroj-dnya-klimaticheskogo-fronta> (дата обращения: 10.05. 2021).

Чихачёв А. На страже Пятой республики: военная политика Э. Макрона. URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/columns/la-france-du-macron/na-strazhe-pyatoy-respubliki-voenaya-politika-makrona/> (last accessed: 10.05. 2021).

About NATO StratCom COE. URL: https://stratcomcoe.org/about_us/about-nato-stratcom-coe/5 (last accessed: 05.07.2021).

A new way forward on internal security for the period 2020-2025. URL: https://ec.europa.eu/home-affairs/what-we-do/policies/internal-security_en (last accessed: 03.05. 2021).

Ashraf A., Foggett S. Media and Counter-terrorism. URL: <http://www.coedat.nato.int/DrAshrafMsFoggett.pdf> (last accessed: 06.07.2021).

Borrell J. Why I went to Jakarta and why the Indo-Pacific matters for Europe. URL: https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/99613/why-i-went-jakarta-and-why-indo-pacific-matters-europe_en (last accessed:14.05. 2021).

CIMIC Field Handbook. URL: <https://www.handbook.cimic-coe.org> (last accessed: 21.07.2021).

Climate Action Programme 2030. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-en/issues/climate-action> (last accessed: 08.04.2021).

Energy policy of Poland until 2040. URL: <https://www.gov.pl/web/klimat/polityka-energetyczna-polski-do-2040-r-przyjeta-przez-rade-mini-strow> (last accessed: 23.07.2021).

EU strategic communication with the Arab world. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/581997/EPRS_BRI\(2016\)581997_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/581997/EPRS_BRI(2016)581997_EN.pdf) (last accessed: 21.07. 2021).

France's Macron vows to protect Mont Blanc from overcrowding. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-51487851> (last accessed: 11.05. 2021).

Global health summit: Rome Declaration. URL: <https://reliefweb.int/report/world/global-health-summit-rome-declaration> (last accessed 04.05. 2021).

Harley S. Hard Power, Soft Power and Smart Power: Civilian-Military Challenges in CT. URL: [http://www.coedat.nato.int/publication/tec2020/Abstracts/Stephen Harley.pdf](http://www.coedat.nato.int/publication/tec2020/Abstracts/Stephen%20Harley.pdf) (last accessed: 06.07.2021).

INEA signs €720 million grant agreement for the Baltic Synchronisation project. URL: <https://ec.europa.eu/inea/en/news-events/newsroom/inea-signs-720-million-grant-agreement-baltic-synchronisation-project> (last accessed: 23.07.2021).

Informal video conference of foreign affairs and home affairs ministers, 15 March 2021. URL: <https://www.consilium.europa.eu/en/meetings/fac/2021/03/15/> (last accessed: 10.05. 2021).

Jager J. Understanding the soil of terrorism. URL: http://www.coedat.nato.int/publication/course/LtcJager_ExeDATCourseArticle.pdf (last accessed: 05.07.2021).

Kanzlerin Merkel bei der Videokonferenz mit dem Verband Kommunaler Unternehmen. URL: <https://www.bundeskanzlerin.de/bkin-de/aktuelles/merkel-kommunale-unternehmen-1873706> (last accessed: 08.04. 2021).

Leyen U. A Union that strives for more. My agenda for Europe By candidate for President of the European Commission. URL: <http://www.eunec.eu/sites/www.eunec.eu/files/attachment/files/>

political-guidelines-next-commission_en_kopie.pdf (last accessed: 05.05. 2021).

Macron to get hybrid car as France steps up climate fight. URL: <https://apnews.com/6755a8b22e96d18403dfc057c92244be> (last accessed: 21.08. 2020).

McGrath J. Germany Retains Top «Nation Brand» Ranking, the UK and Canada Round Out the Top Three. URL: <https://www.ipsos.com/en-ca/news-polls/Germany-Retains-Top-Nation-Brand-Ranking-the-United-Kingdom-emerges-ahead-of-Canada-to-Round-Out-the-Top-Three-US-and-China-Experience-Significant-Divide> (last accessed: 10.04.2021).

NATO School Oberammergau. URL: <https://www.natoschool.nato.int/Organization/Corporate-Identity> (last accessed: 03.07.2021).

New Pact on Migration and Asylum. URL: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/promoting-our-european-way-life/new-pact-migration-and-asylum_en (last accessed: 03.05. 2021).

Opening remarks by President von der Leyen at the joint press conference with President Michel and Chancellor Merkel following the European Council meeting of 11 December 2020. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/e%20n/statement_20_2383 (last accessed: 15.04.2021).

Questions and Answers about the East StratCom Task Force. URL: <https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/2116/questions-and-answers-about-the-east-> (last accessed: 21.07.2021).

Rede von Bundeskanzlerin Merkel beim 4. Deutsch-Ukrainischen Wirtschaftsforum am 19. März 2021. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/rede-von-bundeskanzlerin-merkel-beim-4-deutsch-ukrainischen-wirtschaftsforum-am-19-maerz-2021-1879104> (last accessed: 15.04.2021).

Speech by Emmanuel Macron, President of the republic at European Parliament. URL: <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2018/04/17/speech-by-emmanuel-macron-president-of-the-republic-at-european-parliament.en> (last accessed: 15.08. 2020).

State of play of EU-Turkey political, economic and trade relations.
URL: https://ec.europa.eu/neighbourhoodnlargement/sites/default/files/state_of_play_of_eu_turkey_relations_en.pdf (last accessed: 03.05. 2021).

The European Centre of Excellence for Countering Hybrid Threats.
URL: <https://www.hybridcoe.fi/about-us/> (last accessed: 22.07. 2021).

Video conference of the members of the European Council, 25 March 2021. URL: <https://www.consilium.europa.eu/en/meetings/european-council/2021/03/25/> (last accessed 04.05. 2021).

ПІСЛЯМОВА

Монографія «Стратегічні комунікації суб'єктів політики в умовах сучасної політичної дійсності» виконана у контексті цілей та завдань НДР, що фінансується за рахунок коштів загального фонду державного бюджету: «Стратегічні комунікації як інструмент реалізації національних інтересів держави: український та закордонний досвід» № 1/21, номер державної реєстрації 0121U107470.

Глобальні виклики сучасності, серед яких загрози суверенітету, культурній ідентичності, сталому розвитку, актуалізують використання стратегічних комунікацій в реалізації інтересів різних суб'єктів на глобальному, національному та регіональному рівнях. Ресурсний потенціал стратегічних комунікацій розширює можливості держав чи міжнародних інституцій у формуванні дієвого інформативно-комунікативного середовища, покликаного забезпечувати багатосторонній діалог і партнерське співробітництво стейкхолдерів у розв'язанні актуальних питань національного та глобального рівня через синхронізацію заяв і зусиль урядових та міжнародних структур.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у поглибленні напрацювань у: розумінні етимології понять «комунікація» та «стратегія»; дослідженні ролі інформаційно-комунікаційної діяльності світового українства як «м'якої сили» крізь призму документних ресурсів і стратегічних наративів; визначенні особливостей національних стереотипів як засобу позиціонування держави на внутрішньому та зовнішньому рівнях комунікації; систематизації змісту національних інтересів держави; конкретизації підходів до трактування та видів стратегічних комунікацій у політичній сфері; визначенні суб'єктності політичної еліти у реалізації стратегічних комунікацій; систематизації зарубіжного досвіду використання стратегічних комунікацій у сфері політики.

Теоретичне і практичне значення одержаних результатів обумовлюється актуальністю, науковою новизною, висновками, що можуть бути використані у подальших дослідницьких, навчальних і прикладних цілях. Основні ідеї та висновки, представлені в монографії, розширюють теоретико-методологічну базу подальшої розробки проблематики використання стратегічних комунікацій в умовах сучасної політичної дійсності. Вони можуть сприяти подальшим науковим розвідкам та пошуку шляхів розв'язання сучасних проблем науки у політичній та соціальній сферах, підготовці підручників і навчально-методичних матеріалів для здобувачів різних рівнів вищої освіти за такими спеціальностями, як 052 Політологія, 054 Соціологія, 061 Журналістика.

Найявні результати дослідження можуть бути використані в експертно-аналітичній діяльності політичних аналітиків та консультантів, сприяючи розробці рекомендацій щодо оптимізації нормативно-правової бази функціонування системи стратегічних комунікацій, здійсненню консалтингового супроводу діяльності спеціальних інституцій чи органів публічного управління щодо визначення процедури та ефективного використання інструментів стратегічних комунікацій у розв'язанні гостроактуальних проблем та реалізації стратегій національного розвитку.

Напрацювання, отримані в ході дослідження, можуть сприяти практичній діяльності органів публічного управління та місцевого самоврядування, політичних партій та лідерів у контексті розширення можливостей використання ресурсного потенціалу стратегічних комунікацій у процесах державотворення, створення спеціальних інституцій, спрямованих на оптимізацію функціонування системи стратегічних комунікацій, підвищення рівня публічності взаємодії урядових структур із різними стейкхолдерами щодо синхронізації зусиль у реалізації європейського та євроатлантичного курсів України, а також інших національних інтересів держави.

НОТАТКИ

Наукове видання

СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ СУБ'ЄКТІВ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ ПОЛІТИЧНОЇ ДІЙСНОСТІ

Колективна монографія

| | |
|----------------------|---------------------------|
| Верстання | <i>Юрій Ковальчук</i> |
| Технічне редагування | <i>Тетяна Шутова</i> |
| Дизайн обкладинки | <i>Анастасія Юдашкіна</i> |



Г Е Л Ї В Е Т И К А
В І Д А В Н И Ч И Й Д І М

WWW.HELVETICA.UA

Підписано до друку 30.11.2021 р. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Droid. Цифровий друк.
Ум. друк. арк. 10,35. Наклад 391. Замовлення № 1221м-328.
Віддруковано з готового оригінал-макета.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»
69063, Україна, м. Запоріжжя, вул. Олександрівська, 84, оф. 414
Тел.: +38 (048) 709 38 69,
+38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 6424 від 04.10.2018 р.