

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА**

**Факультет історії, політології та міжнародних відносин
Кафедра політології та державного управління**

**ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ТА РЕСУРСІВ
ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ УКРАЇНИ В УМОВАХ
ГЕОПОЛІТИЧНОЇ ТУРБУЛЕНТНОСТІ**

**Кваліфікаційна робота
Рівень вищої освіти – другий (магістерський)**

Виконала:

**студентка 6 курсу, 605 групи
Курущак Олександра Андріївна**

Керівник:

**доктор політичних наук,
професор Ротар Н. Ю.**

*До захисту допущено
на засіданні кафедри
протокол № 5 від 24 листопада 2022 р.
Зав. кафедрою _____ проф. Круглашов А. М.*

Чернівці – 2022

Анотація

Кваліфікаційну роботу виконала студентка 2 курсу (рівень вищої освіти – другий (магістерський) спеціальності 052 Політологія, галузі знань 05 Соціальні та поведінкові науки факультету історії політології та державного управління Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича Курущак Олександра Андріївна.

Тема кваліфікаційної роботи: «Застосування інструментів та ресурсів політичної комунікації України в умовах геополітичної турбулентності». Науковий керівник – д. політ. н., професор Ротар Н. Ю.

В кваліфікаційній роботі другого (магістерського) рівня здійснено дослідження особливостей застосування інструментів та ресурсів політичної комунікації України в умовах геополітичної турбулентності. Предметний аналіз теоретико-методологічних принципів дослідження політичних комунікацій в умовах геополітичної турбулентності, аналіз особливостей застосування системи інструментів політичної комунікації в умовах воєнного стану, визначення тенденцій оновлення моделі стратегічних комунікацій Української держави в умовах воєнного стану, дослідження процесу ресурсної консолідації медіа-комунікацій в умовах воєнного стану; характеристика застосування інструментів забезпечення протидії російським дезінформаційним впливам та аналіз трансформації комунікаційних ресурсів політичних акторів на прикладі інституту президентства в Україні дозволив сформулювати пропозиції, що можуть бути використані для моделювання політичних комунікацій в умовах ризиків та політичної нестабільності.

Ключові слова: політична комунікація, ресурси політичної комунікації, геополітична турбулентність, російська дезінформація, комунікаційні ресурси політичних акторів, інструменти політичної комунікації.

Abstract

The qualifying work was performed by Oleksandra Andriivna Kurushchak, a 2nd-year student (level of higher education – second (master's)) specialty 052 Political Science, Fields of Knowledge 05 Social and Behavioral Sciences of the Faculty of History of Political Science and Public Administration of the Yuriy Fedkovich Chernivtsi National University.

The topic of the qualification work: «Application of tools and resources of political communication of Ukraine in conditions of geopolitical turbulence»/ Research supervisor – Doctor of Political Science, Professor Nataliia Rotar.

In the qualifying work of the second (master's) level, a study of the peculiarities of the use of tools and resources of political communication of Ukraine in conditions of geopolitical turbulence was carried out. Subject analysis of the theoretical and methodological principles of the study of political communications in conditions of geopolitical turbulence, analysis of the features of the application of the system of political communication tools in conditions of martial law, determination of the trends of renewal of the model of strategic communications of the Ukrainian state in conditions of martial law, research of the process of resource consolidation of media communications in conditions of martial law ; the characteristics of the use of tools to counter Russian disinformation influences and the analysis of the transformation of the communication resources of political actors on the example of the presidency in Ukraine made it possible to formulate proposals that can be used to model political communications in conditions of risks and political instability.

Keywords: political communication, political communication resources, geopolitical turbulence, russian disinformation, political actors' communication resources, political communication tools.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Курущак О. А.

ЗМІСТ

Вступ		С. 5
Розділ 1.	Теоретико-методологічні принципи дослідження політичних комунікацій	
	1.1.Сучасні теорії та концепти політичної комунікації	С. 10
	1.2.Методологічний вимір війни як геополітичної турбулентності	С.21
	1.3.Джерельна база дослідження	С. 31
Розділ 2.	Особливості застосування системи інструментів політичної комунікації в умовах воєнного стану	
	2.1. Зміна вектору та характеру комунікації інститутів влади у просторі внутрішньої політики	С.36
	2.2. Оновлення моделі стратегічних комунікацій Української держави	С. 46
	2.3. Динаміка інструментів кризових комунікацій (на прикладі інституту президентства)	С. 56
Розділ 3.	Трансформація ресурсного простору системи політичних комунікацій в Україні в умовах російсько-української війни	
	3.1. Ресурсна консолідація медіа-комунікацій в умовах воєнного стану	С.66
	3.2. Інструменти протидії російським дезінформаційним впливам	С. 83
	3.3. Трансформація комунікаційних ресурсів політичних інститутів (на прикладі Верховної Ради України)	С. 96
Висновки		С. 109
Список використаних джерел		С. 114
Додатки		С. 130

ВСТУП

Політика як вид людської діяльності та простір встановлення відносин політичної влади безпосередньо пов'язана з комунікацією, що опосередковує політичну діяльність та є специфічною системою взаємодії влади й суспільства. Політична комунікація, будучи перманентним процесом створення, відтворення та поширення політичної (політично значимої) інформації як всередині політичної системи (між елементами та підсистемами політичної системи), так в площині взаємодії політичної системи та суспільства, постає як соціально-інформаційне поле політики, на якому відбувається взаємодія суб'єктів політики та політичних акторів шляхом обміну інформацією в процесі конкуренції за владу та її здійснення.

В сучасних політичних системах політична комунікація розгортається переважно не в первинній політичній площині, а опосередковується засобами масової інформації, соціальними мережами, засобами політичних технологій. Поширення набуває й явище медіакратії як симбіозу ЗМІ та політичних інститутів, яке змінює способи політичної комунікації та механізми символізації влади і політичних процесів, внаслідок чого основними способами реалізації влади стають контроль інформації та контроль свідомості за допомогою маніпуляції мотивами, поглядами, поведінкою. Базовими технологіями впливу медіакратії на якість політичного процесу стає його віртуалізація та конструювання.

Починаючи з 2000-х рр., в системі політичних комунікацій України чітко означилися нові тенденції. По-перше, окреслилася залежність між політичною комунікацією, ступенем розвитку громадянського суспільства та розвитком соціальних мереж. Чим виразнішою ставала ця залежність, тим більш ефективним ставав вплив громадськості на управління політичними процесами (наприклад, Помаранчева революція та Революція гідності). По-друге, система політичних комунікацій в Україні була трансформована відповідно до

необхідності забезпечення поширення і передачі політичної інформації як між елементами політичної системи України, так і між політичною системою та її навколишнім середовищем (суспільством). Водночас, політичний процес 2000-х рр. в Україні наочно засвідчив, що недостатня розвиненість системи політичних комунікацій, або нехтування необхідністю оновлення її формату, стає однією з причин низького ступеня адаптації політичної системи до викликів зовнішнього середовища (зокрема і тих, що пов'язані геополітичною турбулентністю), веде до втрати суспільної підтримки та дестабілізації. По-третє, в системі політичних комунікацій України відбулися докорінні зміни у змісті, інтенсивності комунікації та засобах комунікації. Провідну роль в системі політичних комунікацій почали відігравати соціальні мережі, що стають її невід'ємним елементом. По-четверте, політична комунікація в Україні в умовах інформаційно-мережевого суспільства перетворюється на комунікацію образів, трансльованих сучасними інформаційно-комунікаційними технологіями, що потенційно викривлює зміст та мету політичної комунікації шляхом віртуалізації, симуляції, міфологізації та медіатизації смислів політичної інформації.

В умовах дії правового режиму воєнного стану в Україні, який по особливому регулює комунікаційні завдання і права як політичних акторів, так і громадян та спрямовується на забезпечення інформаційної безпеки нашої держави, що зазнає збройної агресії з боку росії, особливої актуальності набуває осмислення та концептуалізації застосування інструментів та ресурсів політичної комунікації України в умовах геополітичної турбулентності.

Метою дослідження є комплексне вивчення особливостей застосування інструментів та ресурсів політичної комунікації України в умовах геополітичної турбулентності. Відповідно до поставленої мети нами були визначені такі дослідницькі завдання:

- визначити теоретико-методологічні принципи дослідження політичних комунікацій в умовах геополітичної турбулентності;

- проаналізувати особливості застосування системи інструментів політичної комунікації в умовах воєнного стану;
- визначити тенденції оновлення моделі стратегічних комунікацій Української держави в умовах воєнного стану;
- дослідити процес ресурсної консолідації медіа-комунікацій в умовах воєнного стану;
- охарактеризувати застосування інструментів забезпечення протидії російським дезінформаційним впливам.

Об'єктом дослідження є система політичної комунікації в Україні.

Предметом дослідження є застосування інструментів та ресурсів політичної комунікації України в умовах геополітичної турбулентності.

Методи дослідження. Специфіка предмету дослідження та його завдання потребували застосування широкого кола інструментів наукового пошуку. Для визначення особливостей застосування інструментів та ресурсів політичної комунікації України в умовах геополітичної турбулентності нами були використані антропологічний, соціологічний, порівняльний, біхевіоралістський, психологічний та нормативно-ціннісний методи.

Велике значення в дослідженні політичних комунікацій має антропологічний метод, що є інструментом тлумачення політичних процесів з огляду сучасні теорії та концепти політичної комунікації та методологічний вимір війни як геополітичної турбулентності в сучасній політичній науці.

Соціологічний метод орієнтував дослідницький пошук на виявлення соціальної обумовленості зміни вектору та характеру комунікації інститутів влади у просторі внутрішньої політики та основних чинників її впливу на сприйняття результатів політичної комунікації громадянами України.

Застосування порівняльного методу уможливило здійснення компаративного аналізу застосування інструментів та ресурсів політичної комунікації політичних акторів до та після початку активної фази російської агресії 24 лютого 2022 р. в російсько-українській війні.

Психологічний підхід був застосований для вивчення соціально-психологічних аспектів механізмів політичної комунікації в умовах геополітичної турбулентності, а біхевіоралістський метод – для здійснення аналізу дієвості інструментів протидії російським дезінформаційним впливам в умовах воєнного стану.

Застосування нормативно-ціннісного підходу для оцінки ресурсної консолідації медіа-комунікацій в умовах воєнного стану уможливило виокремлення чинників поглиблення української національної ціннісно-світоглядної парадигми суб'єктів політичного процесу як інструменту протидії маніпулятивним технологіям з боку російського агресора.

Дослідження динаміки інструментів кризових комунікацій політичних інститутів за допомогою інструментарію аксіологічного підходу (метод аналізу та синтезу, узагальнення, спостереження та моделювання) дозволило розкрито природу і зміст політичної комунікації в умовах геополітичної турбулентності.

Методи аналізу та синтезу, абстрагування, узагальнення та класифікації, структурно-функціональний та інституційний були використані для дослідження особливостей застосування системи інструментів політичної комунікації в умовах воєнного стану, процесу трансформації ресурсного простору системи політичних комунікацій в Україні в умовах російсько-української війни, оновлення моделі стратегічних комунікацій Української держави та трансформації комунікаційних ресурсів політичних інститутів.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у вирішенні актуального наукового завдання – вивчення особливостей застосування інструментів та ресурсів політичної комунікації України в умовах геополітичної турбулентності. Зокрема, були визначені тенденції оновлення моделі стратегічних комунікацій Української держави в умовах воєнного стану, змодельовано наслідки процесу ресурсної консолідації медіа-комунікацій в умовах воєнного стану та на прикладі інституту президентства в Україні

визначені особливості трансформації комунікаційних ресурсів політичних акторів.

Практичне значення отриманих результатів дослідження полягає у тому, що наведені пропозиції та висновки можуть бути використані з метою розробки заходів задля вдосконалення національної та регіональної моделей політичних комунікацій в кризових умовах й оптимізації ресурсного забезпечення усієї варіативності інструментів політичних комунікацій політичних акторів в Україні.

Апробація результатів дослідження була здійснена під час виступів на Щорічній науковій конференції студентів Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, Міжнародній науково-практичній конференції «Розвиток політичної науки: європейські практики та національні перспективи» (Чернівці, 28 червня 2022 р.) та науково-методичному семінарі кафедри політології та державного управління (листопад, 2022 р.). Результати дослідження та практичні рекомендації застосовуються під час виконання посадових обов'язків провідного фахівця КУ «Навчально-методичний центр якості освіти та координації господарської діяльності навчальних закладів області».

Структура роботи. Кваліфікаційна робота магістерського рівня вищої освіти складається з двох анотацій (українською та англійською мовами), вступу, трьох розділів, поділених на підрозділи, висновків, що містять практичні рекомендації, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПРИНЦИПИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

1.1. Сучасні теорії та концепти політичної комунікації

Політична комунікація виступає невід'ємним компонентом політичного процесу. Дослідження сучасних теорій та концептів політичної комунікації, перш за все, потребує окреслення сутності поняття «політична комунікація». Разом з тим у сучасній політичній науці визначення політичної комунікації залишається досить проблемним питанням. Так, французький дослідник Ж. Герстле стверджує, що визначення політичної комунікації ускладнюється тим, що даний феномен є багатоаспектним і змістовно перенасиченим. Окрім того, існує проблема невизначеності концептів комунікації та політики, складність яких зумовлює різноманітність трактувань [163, с. 384].

Сукупність наукових підходів до визначення політичної комунікації можна систематизувати наступним чином:

Політична комунікація як процес, тобто: (1) безперервний процес передачі інформації та її циркуляції між різними елементами політичної системи (Р.-Ж. Шварценберг) [137, с. 97]; (2) процес взаємодії, що передбачає обмін інформацією між політиками, медіа та суспільством (П. Норріс) [177, с. 376]; (3) створення, формування, поширення та вплив інформації на політичну систему – внутрішню та міжнародну (Американська асоціація політичної науки) [147].

Політична комунікація як тематична комунікація: (1) обговорення розподілу суспільних ресурсів, публічної влади, політичних рішень, що впливають на суспільство (Р. Дентон і Г. Вудворт) [158, с.11]; (2) усі різновиди цілеспрямованої комунікації стосовно політики, що включають різноманітні форми комунікації, які використовуються політиками та іншими політичними акторами для досягнення певних цілей (Б. Макнейр) [173, с. 4].

Політична комунікація як комунікація, що передбачає використання певних методів: політична мова, яка використовує як риторичні, так і паралінгвістичні знаки та політичні акти (Д. Грабер) [165, с. 195].

Політична комунікація як комунікація певних акторів: (1) взаємозв'язок комунікації та політики, що включає взаємодію між громадянами, між громадянами та владою, представників влади між собою (Міжнародна асоціація комунікації) [168]; (2) комунікативна активність громадян, політичних акторів, суспільства та урядових інституцій, медіа, політичних компаній, правозахисних груп і соціальних рухів (Національна асоціація комунікації) [176].

Р. Перлофф запропонував комплексний підхід, відповідно до якого політична комунікація – це процес, в якому мова і символи, що використовуються лідерами, медіа та громадянами, справляють передбачуваний або непередбачуваний вплив на політичні знання, погляди та поведінку окремих індивідів, або впливають на публічну політику нації, держави чи співтовариства [181, с. 30-32]. Комплексний характер наведеного визначення підкреслює всі аспекти досліджуваного феномену: політична комунікація – це процес, а не окрема дія; політична комунікація заснована на мові та символах, адекватне використання яких здатне спричинити конкретні дії; акторами політичної комунікації є еліти, медіа та громадяни; ефекти, що породжуються політичною комунікацією, можуть бути як передбачуваними, так і непередбачуваними для комунікатора.

Таким чином, окресливши концептуальні рамки поняття «політична комунікація», звернемося до методологічних принципів дослідження політичних комунікацій, основою яких виступає інтерес до інформації та комунікації. Перші теорії політичної комунікації прагнули дати відповіді на гострі суспільні питання і визначались практичним характером, тому в їхньому фокусі опинився вплив ЗМІ, який порівнювався з чарівною кулею та підшкірною голкою, здатною проникнути в свідомість людини. Теорії «чарівної кулі» відносяться до парадигми біхевіоралізму, їх основною ідеєю є визнання

особливого, максимального впливу засобів комунікації, що дозволяє отримати певну реакцію на конкретні стимули. Незважаючи на те, що сьогодні такі уявлення можуть здатися занадто спрощеними, вони пояснювали для свого часу такі очевидні феномени, як, приміром, тотальний вплив військової пропаганди.

Політичній комунікації відводиться важливе місце в сучасних теоріях демократії. Ліберальний напрям політичної теорії трактує політичну комунікацію як засіб підтримки демократичної форми правління шляхом правильної організації засобів масової інформації. Серед розмаїття теорій демократії доречно виділити комунікативні теорії демократії, у яких поняття комунікації є ключовим для визначення специфіки демократичного устрою. Комунікативні теорії, у свою чергу, поділяються на комунікативно-орієнтовані, в яких комунікація відіграє важливу, однак не визначальну роль, і власне комунікативні [77, с. 88]. До комунікативно-орієнтованих моделей належать моделі демократії участі та плюралістична модель.

Плюралістична модель спрямована на опис реальних процесів політики та заснована на ідеї, що суспільство представлене безліччю конкуруючих за владу груп, думки яких може бути узагальнені на основі консенсусу, сформованого в рамках громадського діалогу. Однак суспільні групи є досить динамічними, постійно змінюють свій склад і позиції, відповідно, прийняття політичних рішень не може відображати загальні потреби всієї громадськості. Влада розпорощена та не існує єдиного центру прийняття рішень, що, власне, разом із прагненням до консенсусу і забезпечує демократичний режим [131, с. 272-273].

Автор однієї з плюралістичних концепцій – концепції поліархії, Р. Даль, серед її суттєвих рис визначає право громадян на свободу самовираження та на доступ до альтернативних джерел інформації [22, с. 360]. Втім найслабшою ланкою в демократії Р. Даль називає народ, особливо за відсутності в нього демократичної політичної культури, що пов'язане з розривом між народом та

елітами. Дослідник наголошує, що сучасні технічні умови можуть бути використані для скорочення цього розриву, оскільки вони спроможні забезпечити доступ усім громадянам до політичного порядку денного та створити можливості для залучення громадськості до обговорення важливих проблем, що, звичайно, не гарантує відповідності ухвалених у результаті дискусії рішень інтересам громадян. Однак наявність поінформованих громадян є необхідною для демократичного процесу, який завжди пов'язаний із контролем [22, с. 514-516]. Таким чином, серед інших умов поліархії виділяється організація комунікативних процесів, спрямованих на виховання культури демократії, при цьому важливою є не лише кількість учасників процесу, а й якість процесу.

Модель демократії участі також передбачає залучення громадян до політичного процесу, більш того саме громадська участь складає основу всієї демократії. Модель заснована на творчому осмисленні ліберальної та марксистської традиції. Участь громадян, на думку К. Пейтмана, К. Макферсона та ін., виховує почуття політичної ефективності, створює причетність до колективних проблем, виховує відповідальних громадян і загалом сприяє встановленню рівності [48; 180]. Відкрита інформаційна система, як умова демократії участі, забезпечує ухвалення ефективних рішень. Проте теоретики визнають, що звичайна людина не проявляє особливого інтересу до політичних питань, тому роль громадянина залишиться вкрай обмеженою. Це пов'язано з тим, що реальний контроль над повсякденним життям можливий, в основному, на локальному рівні, однак у міру залучення до політики громадяни ставатимуть все більш зацікавленими та компетентними [131, с. 353-354].

Серед комунікативних теорій демократії можна виділити інформаційну, одну з варіацій якої було запропоновано політиком і політологом М. Рокаром. Теорія акцентує на зв'язку між політиками, інститутами мас-медіа та громадянами, що формують основу демократії. Так, загальне виборче право

втрачає своє значення, оскільки вибір у процесі прийняття рішень визначається громадською думкою, на яку впливають ЗМІ. Очевидно, що неспотворена громадська думка може формуватися лише в умовах вільного поширення інформації [77, с. 168]. З цією теорією логічно пов'язана теорія електронної демократії. С. Кліфт розуміє під нею «використання “демократичним сектором” (тобто урядами, обраними представниками, громадянами, політичними партіями, групами інтересів тощо) інформації та інформаційних технологій у політичному процесі» [157]. У центрі моделі виявляється «електронний громадянин», який залучений до політичного процесу більше, ніж будь-коли раніше.

В контексті нашого дослідження особливий теоретичний інтерес представляють також комплексні комунікативні теорії, основною з яких є теорія деліберативної демократії.

Політичні теоретики вважають, що для сильної демократії необхідна громадська сфера, в межах якої формується раціональна громадська думка, здатне впливати на політичний процес [150; 151; 153; 154; 196], тобто, у своїх конструкціях вони звертаються не до інститутів і процесів, а до якості демократії. Деліберативний поворот у теорії демократії стався наприкінці ХХ століття, коли демократична легітимність почала пов'язуватися з колективними рішеннями, виробленими в процесі деліберації. Політичний контроль став розглядатися як справді можливий, а не символічний, а громадяни як компетентні учасники політичного процесу [159, с. 1-2].

На думку Х. Арндт, політика являє собою відносини, що виникають тільки між вільними людьми. Влада як невід'ємний атрибут політики, відповідно, також можлива лише в системі відносин вільних людей. Дослідниця на теоретичному рівні розмежовує владу, могутність, силу, авторитет і насильство, незважаючи на те, що в умовах сучасної реальності дані феномени не завжди можуть бути ідентифіковані з такою ж чіткістю [7].

Для Х. Арендт влада відповідає здатності індивідів до узгодженої дії, адже саме завдяки дії – *vita activa* – політика є можливою. Влада не є атрибутом індивіда та належить групі, тобто група дозволяє діяти від свого імені. Відповідно, влада існує до того моменту, доки існує група. Могутність відноситься до індивідуальних характеристик особистості, а не групи. Силу Х. Арендт визначає як енергію, властиву фізичним або соціальним рухам, а не як синонім насильства чи примусу. Авторитет може бути властивий як людині, так і інституту, оскільки пов'язаний він з повагою. Насильство ж відрізняється інструментальним характером і потребує виправдання метою.

Влада потребує не виправдання, а легітимності, яку вона черпає насамперед з громадських зібрань, а не з подальших дій. Таким чином, легітимність виявляється зверненою до минулого, тоді як виправдання цілей – до майбутнього. Зазвичай влада та насильство проявляються одночасно, однак імовірні ситуації, коли насильство може зруйнувати владу, тоді як можливість її породи є недопустимою. Так, насильство і влада розглядаються Х. Арендт як антиподи, що не можуть співіснувати в своїх проявах [7, с. 52-66.].

Узагальнюючи, можемо резюмувати, що влада, на думку Х. Арендт, можлива тільки в умовах комунікації, яка виступає основою діяльності у політичній сфері. Потреба в насильстві виникає не лише в умовах послаблення влади, а й в умовах послаблення комунікації, що призводить до руйнування політичної системи. Таким чином, влада у трактуванні Х. Арендт постає як персоніфіковане вираження політичної сутності суспільства. Комунікація є модусом існування влади, а не навпаки. Відповідно, доречно також вести мову про комунікативну владу.

Інший вектор коригування деліберативної моделі демократії пропонують Дж. Паркінсон і Дж. Менсбрідж [179]. Науковці стоять на позиції необхідності впровадження системного підходу, який дозволить дослідити демократію як систему взаємодії інститутів і громадян, оцінити деліберативний потенціал кожної з частин системи та зробити її більш ефективною. Означений підхід

передбачає вихід за рамки національної держави та включення так званої периферійної деліберації – простір ухвалення неформальних рішень, таким чином, держава, залишаючись найважливішим політичним інститутом, не є центром легітимації всіх рішень, що відповідає процесу глобалізації політичної комунікації.

Незважаючи на зростання популярності ідей деліберативної демократії наприкінці ХХ століття, їх також не оминула критика, об'єктом якої стає і нормативна необхідність, і теоретична обґрунтованість, і специфіка емпіричного аналізу [169]. З іншого боку, оскільки основу ідеї деліберації формує раціональний мовний акт, тобто, зміст самої комунікації та певні вимоги до учасників процесу, критика спрямована і на дані змістовні аспекти деліберативної демократії. Так, один із напрямів критики представлений теоретиком «відповідальної» демократії А. Етціоні [160]. Дослідник наголошує на необхідності формування активного суспільства, якому для вироблення спільних політичних рішень недостатньо просто обговорень, а потрібні гарантовані владою на інституційному рівні діалог і комунікативна взаємодія. Така форма організації суспільства сприятиме ціннісним трансформаціям, необхідним в епоху глобальних криз. Таким чином, під сумнів ставиться теза деліберативної демократії стосовно необхідності політичного обговорення, що ґрунтується на логічній аргументації, уникаючи ціннісних аспектів.

А. Етціоні пропонує процедуру морального діалогу, яка полягає у взаємному навчанні для формування фундаментальних цінностей, а не в логічній та аргументованій полеміці. Діалог дозволяє втілити у життя процеси поступової еволюції, що протиставляється процесам конструювання реальності. При цьому важливо наголосити, що моральні діалоги можуть мати місце не лише у публічній сфері, а й у колі сім'ї та друзів. Питання, що обговорюються в процесі цих діалогів, виходячи межі фактів, насправді відбивають компетентність пересічних громадян, оскільки це питання справедливих політичних рішень, до яких включені всі інші питання процедурного характеру

[77, с. 320-327]. Таким чином, критикується форма і суть деліберативного обговорення в публічному просторі.

Дотримуючись більш радикальної позиції, Ш. Муфф стверджує, що ідеї деліберативної демократії завдячують своєю появою невдоволенням ідеями агрегативної демократії, які зводять демократію до процедур взаємодії множинності груп і затвердили дескриптивний підхід замість нормативного. Агрегативна модель демократії бере свій початок у праці Й. Шумпетера «Капіталізм, соціалізм та демократія» [140], який запропонував звільнити дослідження політичного життя від оціночних суджень та побудувати реалістичну модель демократії. Його модель демократії пов'язана з сильним впливом еліт, по суті, демократія являє собою такий устрій, в якому право приймати рішення набуває форми боротьби за голоси виборців, що пов'язано з процесом агрегування інтересів. Оскільки, на думку Й. Шумпетера, політика не входить до кола інтересів простого громадянина, то формою політичної участі можна вважати періодичну участь у виборах, які гарантують ефективне управління.

«Процес суспільного мислення» навпаки, робить демократію вразливою перед впливом груп інтересів, більше того, «воля народу» є для дослідника фіктивним конструктом, оскільки виборці легко піддаються навіюванню, так само і «загальне благо», яке не може існувати в силу наявності очевидної різниці в цінностях. Таким чином, роль громадян зводиться до участі у виборах, вони не повинні намагатися давати поради обраним представникам [140, с. 384]. Очевидно, що жодної публічного простору даною моделлю не передбачено. Політична комунікація та політична участь не розглядається Й. Шумпетером як необхідні умова демократії, швидше навпаки, вони, природно, не можуть бути повністю усунуті, однак повинні бути максимально обмежені.

Ш. Муфф, критикуючи підхід Й. Шумпетера, зазначає, що пропонуючи комунікативну раціональність як рушійну силу демократії та основи відданості громадян, теоретики деліберативної демократії не враховують той факт, що

проблема кризи демократії криється не в тій чи іншій формі раціональності, а в наявності демократичних форм особистості та суб'єктивності, тобто, певного набору афектів і пристрастей. Питання умов існування демократичного суб'єкта настановлює на висновок про те, що збільшення кількості демократичних інститутів, дискурсів і форм життя, які сприяють ідентифікації з демократією та її цінностями, призводить до формування демократичних індивідів. Так, Ш. Муфф пропонує звернути увагу на практики, а не на форми аргументації. На її думку, опис демократичних процедур як деліберації відображає факт нерозуміння сутності антагоністичного характеру політики, а також тяжіння до пошуку раціонального консенсусу. Отже, консенсус у публічній сфері неможливий, позаяк він є проміжним результатом тимчасового стану справ і завжди пов'язаний з формою виключення, а реальна плюралістична демократія повинна не тільки враховувати наявність відмінностей, але й гарантувати їх [61, с.190].

Запропонована Ш. Муфф концепція агоністичної демократії передбачає перехід від антагоністичної позиції до агоністичної, тобто, боротьби конкурентів, а не ворогів, що часто носить ірраціональний характер. Ворога від конкурента відрізняє наявність точок зіткнення з опонентом: консенсус щодо загальних демократичних принципів, проте, стосовно способів їх реалізації можуть існувати розбіжності. Це є свідченням позиції конфліктного консенсусу, що передбачає існування загальних принципів у множинності суперечливих інтерпретацій як необхідної умови політики. Крім того, відносини влади легалізують учасників політичного процесу. Таким чином, основним питанням стає не елімінація влади, а приведення її у відповідність до бажаних демократичних норм. Очевидно, що абсолютна гармонія та прозорість є недосяжними. Однак пристрасті, які охоплюють учасників дискусії, можуть бути спрямовані на створення демократичних цінностей, а сильний акцент на консенсусі призводить до появи апатії [61, с.192-196].

Відповідно до поглядів Б. Манена, політичні дискусії є лише інструментом, за допомогою якого можна досягти консенсусу, проте вони не породжують його. Консенсус означає згоду більшості, а це не пов'язано з істиною чи універсальною згодою. Згода більшості є основою для прийняття рішень [51]. Таким чином, вчений пропонує уточнення теорії деліберативної демократії, яке полягає в тому, що дискусія є способом забезпечення консенсусу за умови, що воля однієї особи не може бути нав'язана більшості.

В якості альтернативи Б. Манен пропонує концепцію аудиторної демократії, яка є актуальною в епоху медіа-політики. Головною її ознакою є досягнута через медійність персоніфікація влади. Окрім того, важливим фактором стає нівелювання соціальних і культурних розколів у суспільстві – жоден з них більше не є пріоритетом по відношенню до інших, що робить електорат рухливим і схильним до формування ідентичностей. Електоральний вибір здійснюється в умовах, заданих політиком, а це означає не активну реакцію електорату, а реактивну. Така ситуація формує з електорату аудиторію, що існує в середовищі політично-нейтральних медіа, яких цікавлять, переважно, економічні проблеми, а чи не створення публічного простору. Це призводить до нестійкого сегментування суспільства та зміни принципів функціонування демократії. Громадяни залишаються поза політикою, оскільки можуть впливати неї лише шляхом виборів, а чи не через публічні дискусії, за перебігом яких вони спостерігають, але залучені до них бути не можуть. Еліти все далі віддаляються від громадян, проте виступають ініціаторами суспільного діалогу, пропонуючи проблеми для обговорення, тим самим формуючи нові розколи та конструюючи нові ідентичності. Однак, Б. Манен зовсім не вважає аудиторну демократію фіналом представницької демократії, а розглядає її як сучасну модифікацію, в якій зберігається сила виборів, втім ідентичності стають розмитими [77, с. 400-408].

Один із напрямів критики даного підходу пов'язаний з констатацією того, що досягнення консенсусу під час оптимального обговорення неможливе,

оскільки переваги громадян неможливо відобразити у вигляді конкретного рішення. Політичні рішення, що відповідають стандартам об'єктивності, у такому разі є лише проявом асиметрії влади [131, с. 397].

Така об'єктивна реальність не завжди сприймається песимістично, скоріше навпаки. Альтернативний варіант деліберативного консенсусу представлений ідеєю «важливого/значимого диссенсусу, тобто, відмінності, що інтерпретується не як перешкода розвитку демократії, а як її необхідна цінність» [15, с. 209]. Це призводить до плюралізму, втілення якого може бути представлено не тільки у формі обговорення та пошуку вагомого аргументу, а й в інших, історично та культурно обумовлених, формах комунікації. Зауважимо, що такий варіант дозволяє уникнути маргіналізації опонентів і маніпулювання громадською думкою в процесі політичної комунікації.

Одним із варіантів уточнення та розширення теорії деліберативної демократії можна вважати концепт дискурсивної демократії, запропонований Дж. Драйзеком [159]. Визначаючи основні відмінності деліберативної та дискурсивної демократії, дослідник зазначає: «у той час як деліберативна демократія передбачає врахування певного типу аргументів, що виражають громадську думку, дискурсивна демократія провокує форми комунікації, які породжують інші конфігурації аргументації, наприклад розповідь (story-telling) та риторична полеміка; якщо деліберативна демократія переймається проблемою переведенням колективної думки в публічну сферу, то дискурсивна демократія вбачає, що колективні рішення є продуктом поєднання індивідуальних і спільних інтересів, які можуть змінитися в процесі обговорення, а вибори – не єдиний спосіб ухвалення рішень» [161, с. 108]. Таким чином, ідеї деліберативної демократії, основу який складає творче переосмислення принципів ліберальної та республіканської демократії, переростають в ідеї дискурсивної демократії, яка є ще більш орієнтованою на індивіда.

Варіації та доповнення теорії деліберативної демократії, на наш погляд, представляють швидше розширення її етичного виміру, що дозволяє максимально «персоніфікувати» процес обговорення та прийняття рішень. Виникнення таких ідей свідчить про новий вектор осмислення проблеми громадянської участі: громадяни мають право вільно висловитись, мають можливості для цього, однак стикаються з проблемами іншого характеру: їх не чують, бо не можуть, або не хочуть. У зв'язку з цим можуть порушуватися питання ефективності механізмів здійснення влади, легітимації влади, компетентності політичних акторів, етики політичної участі тощо.

Здійснений аналіз сучасних теорій та концептів політичної комунікації дозволяє стверджувати, що політична комунікація являє собою багатоаспектний феномен. Комплексний підхід до визначення змісту політичної комунікації підкреслює те, що комунікація є цілеспрямованим процесом, заснованим на мові та символах, правильне використання яких здатне стимулювати конкретні дії, а також передбачувані та непередбачувані ефекти.

Зважаючи на те, що в сучасних нормативних моделях демократії політичній комунікації відводиться особливо важлива роль, можна зробити висновок про теоретичне визнання істотної ролі політичної комунікації в політиці. Залежно від дослідницького фокусу, політична комунікація, з одного боку, розглядається як необхідний компонент підтримки демократії, а з іншого – як механізм маніпуляцій на користь домінуючих класів та соціальних груп, що підкреслює суперечливість політичної комунікації та наявність безлічі варіантів її впливу на політичне життя.

1.2. Методологічний вимір війни як геополітичної турбулентності

Початок ХХІ ст. характеризувався появою нового виду війни – інформаційної, коли перемога здобувається не за рахунок знищення збройних сил та економіки противника, а шляхом впливу на його морально-

психологічний стан. Але в загальному контексті, інформаційна війна вкладається в рамки найбільш поширеного означення війни в сучасній політичній науці: війна є «суспільно-політичним явищем, особливим станом суспільства, пов'язаним з різкою зміною відносин між державами, народами, соціальними групами і з переходом до застосування збройного насильства для досягнення політичних, економічних та інших цілей» [71].

Науковців завжди цікавила проблема розуміння природи війни, одна з версій якої була запропонована Б. Цвайбельсоном. Науковець запропонував переосмислити природу збройних конфліктів, враховуючи те, що сучасний світ став більш складним. На думку Б. Цвайбельсонома, в розумінні природи війни необхідно здійснити відхід від лінійної логіки в стилі Клаузевіца до конструктивної (проектної) логіки. Лінійна логіка покладається на ряд організаційних принципів, які визначають світ як логічну систему, побудовану на серії патернів, основою яких є теоретичні концепції, метафори та емпіричний матеріал у форматі наративів, що пояснюють світ в межах певної матриці мислення (логічної). Якщо виходити з іншої матриці (конструктивної), то стратегічне планування, оцінка ворога як системи та методика ведення бойових дій будуть іншими. Тоді, коли один з компонентів логічної системи суперечитиме реальності, то система (держава) стикається з аномалією, яку не можна зрозуміти за допомогою логічної системи [198, р. 13].

Тому, сучасні війни Б. Цвайбельсон пропонує досліджувати за допомогою низки понять: іррегулярний, асиметричний, не(до)структурований, хаотичний. Конструктивна логіка, за Б. Цвайбельсоном є критичною та креативною, вона є нелінійним процесом творення, руйнування та інновації, вона відкрита для застосування, адаптації й включення в нову структуру розуміння світу. Дослідник зауважує, що військове планування, наприклад в США, ґрунтується на телеологічному підході, коли весь процес планування військових дій пов'язаний з кінцевою метою: насамперед визначаються результати, які потім досягаються визначеними діями та засобами. Натомість,

проектна логіка, що будується на холістичній синергії, дозволяє дезорієнтувати ворога швидше та з меншими втратами [198, р. 13].

Конструктивність та креативність завжди були притаманні військовим стратегам. Військовий експерт М. Вего зауважує, що «війна – значною мірою мистецтво, а не наука. Отже, їй властиве те, що командири та військові штаби повинні бути досить креативними в плануванні, підготовці, а також творчо застосувати свої сили під час бою. У той час як технологічними інноваціями ніколи не слід нехтувати, увага повинна бути сфокусованою на тих аспектах творчості, які мають безпосередньо стосуватися керівництва» [193].

Д. Херспрін класифікує війни з позицій зміни суспільних формацій: перше покоління – це війни античних часів, аграрних та кочових суспільств; друге покоління – це війни епохи мануфактурного виробництва; третє покоління – це війни ранніх індустріальних суспільств; четверте покоління – це війни розвинених індустріальних суспільств; п'яте покоління – це локальні конфлікти і «холодна війна» ядерної епохи; шосте покоління – це неконтактні дистанційні війни із застосуванням інформаційної зброї [166]. Відповідно до цієї класифікації наразі час війн шостого покоління війни – дистанційних та безконтактних. Інформаційні технології сформували в арсеналі багатьох держав нові засоби протидії, що об'єднані *поняттям інформаційна зброя*.

У найбільш загальному розумінні вигляді інформаційна зброя позиціонується як комплекс технічних (інших) засобів та технологій, призначених для встановлення контролю над сукупністю інформаційних ресурсів потенційного супротивника; втручання в функціонування його систем управління, інформаційних мереж та систем зв'язку з метою порушення їх функціональності, аж до повного виведення з ладу, спотворення даних, що містяться в них; спрямованого поширення дезінформації в процесі формування громадської думки та ухвалення рішень [188]. В війнах п'ятого покоління інформаційна зброя використовувалася з метою дезорганізації систем управління супротивника, впливу на критично важливі інформаційні а ресурси

та захисту від аналогічних дій власної інформаційної структури. Але інформаційна зброя не витісняла всі вже відомі типи озброєння, а тільки створювала потрібне тло, що зменшувало потреби в традиційних видах зброї. Війни шостого покоління, на думку ряду експертів, можуть стати повністю інформаційними (інформаційно-психологічними), що відбуваються в кібернетичному та соціальному просторах.

Інформаційні війни різної інтенсивності стали ознакою сучасного інформаційного суспільства. Вони будуються на стратегії резонансу, коли одна комунікативна складова починає функціонувати таким чином, щоб замінити собою все інше, коли одне повідомлення може збурити суспільство. В інформаційній війні застосовуються засоби та методики, спрямовані на формування стійкої суспільної думки в потрібному маніпуляторам ключі, закладаються необхідні установки та патерни поведінки у свідомості мас для можливого подальшого управління ними. Основне правило інформаційно-психологічного впливу в рамках інформаційної війни – опора на способи обробки людиною інформації та способи структурування цієї інформації [110].

На переконання І. Руценка, сучасна наукова рамка інтелектуального середовища сучасної війни може бути презентована за допомогою лексичного чотирикутника, вершинами якого є поняття: *мережева війна – керований хаос – когнітивна війна – рефлексивне управління* [104]. Реальні операції гібридної війни використовують всі перераховані теоретичні новації [52, с. 34].

Змінилися й сучасні воєнні конфлікти, оскільки набули нових властивостей порівняно з конфліктами ХХ ст., в яких ставка робилася на силове домінування [21; 78]. Це спричинило й появу нових термінів для опису війни, таких як *гібридна війна, проксі-війна, мережево-центрична війна, кібервійна семантична війна*. Отже, дослідження війни як геополітичної турбулентності може здійснюватися з різних позицій. Наприклад, в дослідженні В. Бочарнікова та С. Свешнікова увага зосереджена на аналізі воєнно-політичних відносин, в яких їх основне змістове відображають такі ознаки: суб'єкт, що формулює

політичні цілі; суб'єкт, що чинить дії з протиборства; інструменти протиборства; характер дій з протиборства. Відповідно до цих ознак дослідники поділили збройні конфлікти на такі типи: класичні війни, проксі-війни, мережеві війни, гібридні війни, приватизовані війни [12]. На думку В. Фурашева можна виділити: класичні; частково класичні; інформаційні; психологічні; ідеологічні; економічні; фінансові; організаційні та гібридні війни [130]. Вочевидь, будь-яка класифікація війн є умовною, а описані типи часто зустрічаються в різних комбінаціях, однак не вичерпують всіх можливих варіантів.

На певному етапі розвитку засобів масового ураження унеможливилось домінування провідних держав в озброєнні. Одночасно, економічні, фінансові та інформаційні інструменти протиборства набули спроможності завдавати збитків, сумірних із збитками від застосування воєнної сили. За таких умов збройні конфлікти перетворюються на гібридні війни. В гібридних війнах держава продовжує формулювати цілі війни, але у воєнних діях починають переважати спеціальні операції – дії з обмеженими локальними цілями.

Поняття *гібридна війна* було сформульовано в безпекових документах США та Великої Британії на поч. XXI ст. [167]. Згідно з формулюванням щорічного видання Лондонського міжнародного інституту стратегічних досліджень, гібридна війна – це «використання воєнних і невоєнних інструментів в інтегрованій кампанії, спрямованій на досягнення раптовості, захоплення ініціативи та отримання психологічних переваг, які використовуються в дипломатичних діях; масштабні та стрімкі інформаційні, електронні й кібернетичні операції; прикриття воєнних і розвідувальних дій у поєднанні з економічним тиском» [189]. Тобто, термін *гібридна війна* акцентує увагу на поєднанні широкого спектра воєнних та невоєнних інструментів. Зрештою, на сьогодні всі воєнні конфлікти є гібридними, оскільки протиборство здійснюється із застосуванням всього спектра наявних інструментів.

З розвитком інформаційних засобів війни почалася епоха *мережєвих війн*, що стало якісним зрушенням у використанні інформаційних інструментів досягнення воєнно-політичних цілей. Мережєві війни називають мережєво-центричними, оскільки термін *мережєво-центричний* стосується особливого виду бойових дій, а термін *мережєвий* означає особливий тип війни як соціально-політичного явища [130]. Авторами терміну *мережєва війна* є Дж. Аркілла та Д. Ронфелдт (аналітики корпорації RAND), які застосували ідеї та методи ведення війни в кібернетичному просторі для вирішення завдань, що до цього вирішувалися за допомогою воєнної сили [148]. Застосування інструментарію мережєвих війн спрямоване на населення противника, має на меті його дезорієнтацію та зміну світогляду: населення не змушують підпорядковуватися, воно підпорядковується саме. Перевага, при цьому, надається інформаційним інструментам, насамперед інформаційно-психологічним.

Дж. Аркілла та Д. Ронфелдт виокремили два типи мережєвої війни: (1) ненасильницький – боротьба за права людини з метою переходу від авторитаризму до демократії, середовище якої найбільш придатне для зовнішніх впливів; (2) насильницький – боротьба кримінальних, терористичних та етнічних формувань проти держави як такої [148]. В мережєвій війні держава-агресор залучає внутрішніх суб'єктів (партії, недержавні організації, кримінальні угруповання), але не заперечує можливість застосування й зовнішніх суб'єктів (держави-сателіти, міжнародні терористичні організації).

Війна отримала назву мережєвою через те, що мережа є формою організації певної множини суб'єктів, що ґрунтується на децентралізованому прихованому проникненні та здійсненні впливу на (не)державні структури з метою ліквідації/мінімізації державного суверенітету суб'єкта-жертви. В мережєвій війні мережа ворога захоплює противника зсередини шляхом формування споживчих настроїв та піднесення споживання в ранг філософії життя, що розширює спектр інструментів майже необмежено. Не відкидаються

й дії, пов'язані з застосуванням воєнної сили та насильства: партизанські війни, диверсія, провокація, заколот. Дж. Аркілла та Д. Ронфелдт сформулювали принципи мережевої війни, згідно з якими: ієрархіям важко вести боротьбу з мережами; щоб воювати з мережами потрібні мережі; хто першим опанує мережеві форми, той матиме у війні суттєві переваги [148].

Автори концепту походження мережево-центричної війни А. Себровські та Дж. Гарстка наголошують, що такий тип війни та пов'язані зміни у військовій справі спричинені: зміщенням акценту з платформи на мережу; переходом від розуміння держав-суб'єктів у війні в статусі незалежних суб'єктів до їх розгляду як частини екосистем, яка постійно перебуває в режимі геополітичної турбулентності; важливістю прийняття стратегічних рішень, спрямованих на адаптацію або виживання в таких екосистемах [156]. Разом з іншими, ці автори стали засновниками концепції мережево-центричних бойових дій, що зазнала доктринального втілення в польовому статуті в США (Пентагон). Мережево-центричний підхід до розуміння війни спричинив застосування кібернетичної моделі управління бойовими діями OODA (Observe – спостерігай; Orient – орієнтуйся; Decide – вирішуй; Act – дій), розроблену полковником ВПС США Дж. Бойдом [155].

Найбільш вразливим місцем сучасних держав є процеси прийняття рішень, що спричинило особливу увагу до інформації як інструментарію інформаційної війни. Вперше термін *інформаційна війна* був використаний Т. Роном в звіті «Системи зброї та інформаційна війна» [184], підготовленого в 1976 р. для компанії Boeing. Активно це словосполучення стало використовуватися в ЗМІ після проведення операції «Буря в пустелі» (1991), де інформаційні технології застосовувалися вперше як засіб ведення бойових дій.

В одній з перших теорій інформаційної війни (1995) Р. Шафранські зазначав: «Система цілей інформаційної війни може містити кожен елемент епістемології супротивника», тобто будь-що в системі знань супротивника може стати ціллю інформаційної війни. Дж. Стейн, який у тому ж році

опублікував дослідження «Інформаційна війна» [162], теж наголосив, що інформаційна війна має справу з ідеями та епістемологією: «Метою інформаційної війни є людський розум, особливо той, який приймає ключові рішення війни та миру, а також той, що приймає ключові рішення стосовно того, де, коли та як застосувати потенціал і можливості, які є в їхніх стратегічних структурах» [162].

Австралійський експерт Дж. Коннері також вважає сучасну та майбутні війни війнами знань, але акцентує нашу увагу на тому, що окрім фізичного та інформаційного виміру війни є когнітивний вимір. На думку Дж. Коннері, війна знань створює події (інформацію), що не відповідають очікуванням опонента, підштовхуючи його до думки про те, що ціна конфлікту є надто високою та не виправдає перемогу [8]. Французькі дослідники підтримали дискурс зміщення парадигми інформаційної війни в бік війни знань. На думку французького дослідника Ф. Бомара, «у парадигмі війни знань стратегічна перевага залежить не від концентрації на фактах і числах, а від взаємодоповнюючого розуму тих, хто їх інтерпретує. Національно поширена можливість інтерпретації важить більше, ніж електронні інформаційні супершляхи» [152, р. 148]. Ця парадигма зазнає розвитку в 2010 р. на рівні концепту *епістемологічна війна*.

Зокрема, Р. Шафранські у співпраці з футурологом Е. Тоффлером, обґрунтував тезу про те, що перехід до інформаційної війни був не випадковістю, а відображав стратегію розвитку людства. Відповідно, рух військових в бік когнітивного виміру війни співпав з переходом до нових моделей мислення та розуміння ворога: «Стратегічна емпатія є здатністю думати як супротивник. Це вміння виходити з власного розуму й входити в голови інших. Це те, що дозволяє нам розуміти, що саме надихає та обмежує іншу сторону» [185, р. 65]. В своїй книзі «Війна та антивійна» [190] Е. Тоффлер наводить приклади маніпулятивних прийомів, які найчастіше використовуються для впливу на інших: (1) звинувачення в звірчості; (2) гіперболізація ставок; (3) демонізація та дегуманізація опонента; (4)

поляризація; (5) божественні санкції; (6) мета-пропаганда, що дискредитує пропаганду іншої сторони [190].

Деякі науковці наголошують на тому, що термін «інформаційна війна» має настільки широке тлумачення, що охоплює й кібервійну, й мережецетричну війну, й психологічну, й ідеологічну [49]. Поширюються спроби розкласти інформаційну війну на цілком незалежні складові, започатковані М. Лібікі у роботі «Що таке інформаційна війна?»: боротьба з пунктами управління і зв'язку супротивника; боротьба за здобуття інформації про власні сили і сили противника в режимі реального часу; радіоелектронна боротьба; психологічна війна; хакерська війна проти комп'ютерних систем противника; блокування або спрямування економічної інформації в необхідне русло для досягнення економічного домінування; кібервійна [171].

З іншого боку, існує багато спроб звести інформаційну війну до проблем комп'ютерних технологій, тобто до реалізації можливостей технологічних засобів передавання, опрацювання та використання інформації, інші – до психологічної війни, тобто до використання засобів впливу на людину.

Спробу визначити необхідні пріоритети зроблено в статті Ю. Разметаєва, де три типи військового протистояння (інформаційна війна, мережева війна і кібервійна) вибудовано в логічний ряд мірою звуження змісту й подано як три сфери: найбільша – інформаційна війна, всередині неї – мережева, а всередині останньої – кібервійна. Проте, ці три сфери не є вкладеними одна в одну, а перетинаються. Тому дії, скоєні, приміром, у ході кібервійни, спричиняють або передбачають дії з арсеналу війни інформаційної [101].

Отже, інформаційна війна – це «комплекс цілеспрямованих дій, що використовуються задля досягнення інформаційної переваги шляхом нанесення збитків інформації, інформаційним процесам та системам супротивника при одночасному захисті власної інформації, інформаційних процесів та систем». Поняття ж «інформаційно-психологічна війна» слід трактувати як «масштабне застосування спеціально відібраних засобів та методів інформаційно-

психологічного впливу на населення держави-супротивника з метою досягнення політичних та/або чисто військових цілей» [72]. Зі здійсненням переходу до інформаційного суспільства стратегічним полем бою стає не фізичний, а віртуальний простір, що докорінно змінює геополітичні та воєнно-політичні пріоритети держав. Недооцінювання державою питань кібербезпеки та інформаційного домінування може спричинити суттєві матеріальні збитки, техногенні катастрофи, нищення цивільної, фінансової та військової інфраструктури, максимально – втрату суверенітету держави.

Інформаційна війна передбачає управління інформацією з метою набуття суб'єктом війни конкурентоспроможної переваги над противником, виснаження його моральних сил та матеріальних ресурсів. Основним засобом ведення інформаційної війни є інформаційна зброя. Вона безпосередньо не веде до кровопролиття та руйнувань, що породжує безпечність у ставленні до неї [8]. Руйнування, яких завдає інформаційна війна за масштабами та значенням співвимірні, а часом перевищують, наслідки традиційної війни [49].

На основі аналізу війн, які ініціювала росія, або в яких вона бере участь в XXI ст., нідерландський дослідник Марсель Х. ван Херпен довів, що для сучасних війн характерна відсутність ліній розмежування: (1) між солдатами та цивільними особами; (2) між арміями та найманцями воєнізованих бригад. Росія не оголошувала війну, а розпочинала військові дії одразу після «мирних переговорів», під час яких вже тривала гібридна війна. Характерна особливість такої війни, на думку дослідника, в тому, що в ній беруть участь не тільки військові, а й спецназ та спецслужби країни-агресора, яка заперечує даний факт в активній інформаційній війні [52].

У війні проти України росія використовує всі методи і способи, щоб максимально розколоти українське суспільство, позбавити Україну її власної державності. В гібридній війні агресор використовує максимально повний спектр агресивних дій, до яких належить й інформаційний вплив на політичні інститути та свідомість громадян України. Відтак, адекватність інструментів та

ресурсів політичної комунікації України в умовах геополітичної турбулентності набуває особливого значення як ресурс протидії російській агресії та збереження Української державності.

1.3. Джерельна база дослідження

Комплексне вивчення особливостей застосування інструментів та ресурсів політичної комунікації України в умовах геополітичної турбулентності здійснено шляхом використання різноманітних джерел. Джерельна база дослідження представлена сукупністю наукових розвідок, присвячених розкриттю теоретико-методологічних принципів дослідження політичних комунікацій в умовах геополітичної турбулентності, аналізу особливостей застосування системи інструментів політичної комунікації в умовах воєнного стану, визначенню тенденції оновлення моделі стратегічних комунікацій Української держави в умовах воєнного стану, дослідженню процесів ресурсної консолідації медіа-комунікацій в умовах воєнного стану, особливостей застосування інструментів забезпечення протидії російським дезінформаційним впливам і специфіки трансформації комунікаційних ресурсів політичних акторів. Всебічний аналіз наявних джерел дозволив сформулювати стратегію досягнення мети дослідження, визначити основні проблеми застосування інструментів та ресурсів політичної комунікації України в умовах геополітичної турбулентності та окреслити перспективи їх вирішення.

Проблеми трансформації ресурсного простору політичної комунікації, особливо в умовах сучасних викликів і загроз, дедалі більше частіше привертають увагу науковців. Представлений у зарубіжній та вітчизняній політичній науці масив публікацій, присвячених особливостям застосування інструментів та ресурсів політичної комунікації України в умовах геополітичної турбулентності, умовно можна розділити на декілька груп.

Вивченню сутності та особливостей політичної комунікації присвячено безліч наукових праць як вітчизняних, так і зарубіжних авторів. Наукове

осмислення природи політичної комунікації належить до початку ХХ століття і сьогодні представлено безліччю різноманітних досліджень. Сукупність джерел, пов'язаних аналізом політичної комунікації, можна умовно розділити на декілька категорій. Перша категорія джерел пов'язана вивченням політичної комунікації у межах політичної та соціальної теорій і представлена науковими працями як вітчизняних, так і зарубіжних авторів. Комплексний підхід до аналізу політичної комунікації представлений у дослідженнях Х. Арендт [7], З. Баумена [151; 152], Т. Вайзера [15], Д. Грабер [165], Р. Даля [22], Р. Дентона та Г. Вудворта [158], Дж. Драйзека [159], А. Етціоні [160], Е. Кац [169], С. Кліфта [157], Б. Макнейр [173], К. Макферсон [48], Б. Манена [51], Ш. Муфф [61], П. Норіс [177], Дж. Паркінсон і Дж. Менсбрідж [179], К. Пейтмана [180], Р. Перлофф [181], С. Фабр [161], Д. Хелда [131], Р. Ж. Шварценберга [137], Й. Шумпетера [140] та ін. В роботах цих авторів знаходять відображення питання організації суспільства та політичної системи, основу яких складають комунікаційні процеси. Також означені джерела містять методологію аналізу політичної комунікації.

Друга категорія джерел присвячена дослідженню проблем політичної комунікації у вітчизняній політичній науці, що представлено в рамках декількох напрямів, зокрема: функціональна спрямованість політичних комунікацій, дослідження символічних основ політики, аналіз окремих аспектів політичних та масових комунікацій (насамперед, зв'язків з громадськістю). Для нашого дослідження інтерес представляє науковий доробок Ф. Бацевича [10], Ю. Ганжурова [20], Г. Почепцова [78], С. Поцелуєва [77] та інших науковців, дослідження яких суттєво збагатили розуміння сучасних комунікаційних процесів у політичній сфері. Окремі аспекти досліджуваної проблеми знайшли своє відображення у наукових працях В. Бебика [11], Ю. Дереваль [25], О. Чебаненко [136], М. Шевчук [138].

В зарубіжній науці проблематику геополітичної турбулентності, виявлення соціальної напруженості, криз і військових конфліктів досліджували

Дж. Аркілла та Д. Ронфелдт [148], Дж. Бойд [155], Ф. Бомар [154], М. Вего [193], Дж. Джордж [162], М. Лібіцький [171], А. Себровські та Дж. Гарстка [156], Дж. Стейн [162], Е. Тоффлер [190], Марсель Х. ван Херпен [52], Д. Херспрін [166], Дж. Хоффман [167], Б. Цвайбельсон [198], З. Шор [185] тощо. Методологічні виміри війни як геополітичної турбулентності перебувають також у центрі уваги вітчизняних науковців: Ю. Бабенко [8], В. Горбуліна [21], Т. Дедушкіна [9], В. Іванова [34], Я. Малик [49], О. Панфілова [71], Ю. Разметаєв [101], В. Різун [79], І. Рущенко [104], Є. Староконь [110], А. Фролової [126], Т. Фісенко [127], В. Фурашева [130] та інших. Досліджуючи військову журналістику, В. Іванов наголошує, що «журналістика в умовах війни – це не поле бою, а інформування суспільства як великої аудиторії, аудиторії смислів, а не рейтингів», закликаючи таким чином журналістів до ретельної перевірки фактів у новинних матеріалах [34]. На думку В. Різун, «в умовах війни заглибленість у тему, чутливість у висвітленні, відсутність “мови ворожнечі” і безліч інших вимог – це і є складниками журналістської компетентності. І права людини для журналістів – то внутрішня основа логіки їхнього думання, обов’язкове тло аналізу будь-яких подій і фактів» [79].

В своїй сукупності зазначені вище джерела сформували теоретичну основу нашого дослідження.

Нормативний компонент дослідження представлений політико-правовими документами національного характеру. Не заперечним залишається факт, що вихід з геополітичної турбулентності є можливим за умов створення чіткого правового механізму. Дана група джерел представлена, насамперед, Конституцією України [44], законодавчими актами України [80; 83; 86; 89; 95; 135], актами розпорядчого характеру [73; 81; 82; 84; 85; 87; 88; 90; 91; 92; 93; 94; 143], концептуальними та стратегічними імперативами [42; 43; 11; 112; 113], іншими нормативними документами [75; 76; 109]. Означені джерела визначають основи повноважень і компетенції держави в галузі інформаційних відносин та інформаційної безпеки в умовах російсько-української війни.

Загальні принципи застосування системи інструментів політичної комунікації в умовах воєнного стану конкретизуються в численних законах, підзаконних актах тощо.

Джерелами інформаційного забезпечення дослідження особливостей застосування інструментів та ресурсів політичної комунікації України в умовах геополітичної турбулентності слугували веб-портали урядових організацій [16; 23; 39; 47; 56; 57; 68], сайти неурядових організацій [4; 5; 27; 28; 32; 33; 34; 36; 58; 59; 60; 99], аналітичні ресурси [75; 120; 149], інформаційні матеріали та результати соціологічних опитувань [24; 66; 67; 70; 100; 102; 128; 129; 142; 145; 174; 186; 187; 194]. Інформаційний компонент дослідження включає також виступи, заяви, промови, офіційні публікації органів виконавчої влади, а також щорічні офіційні урядові звіти тощо [17; 18; 30; 53; 54; 97; 98]. Дані джерела дозволили більш проаналізувати еволюцію російсько-українського конфлікту та оцінити специфіку трансформації ресурсного простору системи політичних комунікацій в Україні в умовах російсько-української війни. Варто відзначити, що з огляду на динамічність теми дослідження, дана група джерел особливо важлива, адже дозволяє здійснити аналіз зміни вектору та характеру комунікації інститутів влади.

Таким чином, здійснений аналіз джерельного забезпечення дослідження дозволяє резюмувати, що незважаючи на достатню кількість наукових праць щодо проблем політичної комунікації, необхідно констатувати недостатність наукових розвідок щодо ресурсного забезпечення політичної комунікації в умовах геополітичної турбулентності. Аналіз джерельної бази продемонстрував розгалуженість проблеми трансформації ресурсного простору системи політичних комунікацій в Україні в умовах російсько-української війни, неузгодженість висновків досліджень з окремих аспектів досліджуваної проблем. Окрім того, відсутні комплексні дослідження, присвячені оновленню моделі стратегічних комунікацій Української держави, ресурсній консолідації

медіа-комунікацій в умовах воєнного стану та інституціоналізації ресурсного забезпечення протидії російським дезінформаційним впливам.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ СИСТЕМИ ІНСТРУМЕНТІВ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

2.1. Зміна вектору та характеру комунікації інститутів влади у просторі внутрішньої політики

Пріоритетом функціонування інститутів влади у просторі внутрішньої політики впродовж останніх років виступає розвиток комунікаційної спроможності. Ефективні комунікації інститутів влади забезпечують їх інформаційну відкритість та сприяють підвищенню рівня довіри до них з боку громадськості. У просторі внутрішньої політики комунікації інститутів влади виконують чимало комунікаційних завдань – від інформування про діяльність різноманітних та її результати до комунікативної взаємодії, спрямованої на вирішення суспільних проблем.

Досвід процесів державотворення в Україні містить чимало кейсів комунікативних спроб деформації зв'язків між інститутами влади. На думку Ю. Ганжура, «вивчення основних чинників їх циркуляції у політично-правовому просторі приводить до висновку про децентрований характер багатовекторних носіїв у системі політичної комунікації. Заперечити їх доцільність неможливо з точки зору об'єктивної реальності їх існування в умовах еволюції політичної системи України, яка перебуває на стадії структуризації суспільно-правових відносин. Вони є, з одного боку, рушійною силою реформ, а з іншого – об'єктом їх реалізації» [20, с. 241].

На відміну від неурядових і бізнес-комунікацій, комунікації інститутів влади визначаються низкою особливостей, до яких віднесемо:

- можливість вільного доступу громадськості до публічної інформації та інформаційна відкритість інститутів влади [83];

- достовірність інформації, що міститься в офіційних джерелах. Відповідно до норм законодавства фізичні особи, які поширюють таку

інформацію, не зобов'язані перевіряти її на предмет достовірності та не відповідають у випадку її спростування [135];

– інститути влади зобов'язані залучати громадськість до процесу розробки та реалізації державної політики у форматі консультацій з громадськістю, що виступають комунікативним підґрунтям демократії [84];

– розвиток інформаційно-комунікаційних і цифрових технологій не тільки підвищує якість та прозорість адміністративних послуг, а й сприяє розвитку горизонтальних комунікацій, важливість яких полягає в тому, що вони створюють можливості для громадян бути почутими і пропонують інструменти для соціально-політичних змін [27].

Окрім загальних особливостей комунікацій інститутів влади у просторі внутрішньої політики, слід зважати на той факт, що владні структури та публічні персони в Україні є об'єктом гібридної війни. Дезінформація громадськості щодо діяльності інститутів влади, підрив їх авторитету та дискредитація виступають формами гібридної агресії, яку впродовж багатьох років веде росія.

Дії та рішення інститутів влади проходять оцінку громадськості за критеріями – «зрада» чи «перемога» – і дана оцінка є емоційно забарвленою. Таким чином, у процесі здійснення комунікації інститутами влади надзвичайно важливим є проведення сегментації громадськості на прибічників і опонентів, особливо в контексті високого рівня поляризації українського суспільства.

В процесі здійснення аналізу характеру комунікації інститутів влади у просторі внутрішньої політики також слід враховувати, що упродовж останніх років комунікації інститутів влади відбуваються в умовах модернізації системи державної комунікації на національному, регіональному та локальному рівнях, продовження реформування та відсутності помітного зростання рівня довіри до державних інституцій. Означені умови стали викликами для комунікацій інститутів влади та зумовили їх особливості, що проявляються впродовж останніх років.

Однак головним викликом для комунікацій інститутів влади у просторі внутрішньої політики стали світова пандемія COVID-19 та військова агресія з боку РФ. З поширенням коронавірусу в світі збільшувалася кількість продукованої інформації та швидкість її розповсюдження, що, відповідно, актуалізувало проблему її достовірності та дало підстави ВООЗ/WHO констатувати, що COVID-19 викликав «інфодемію» в інформаційному просторі [194]. Перед інститутами влади всіх країн світу постала проблема необхідності проведення масштабних комунікаційних кампаній задля недопущення розповсюдження пандемії. Зауважимо, що у більшості держав, зокрема й в Україні, був відсутній досвід проведення інформаційних кампаній подібного роду, що спричинило виникнення потреби оцінки практики комунікацій інститутів влади України та формування алгоритму мінімізації проблемних аспектів комунікацій.

В Україні починаючи з 2015 року триває розбудова системи комунікації інститутів влади на національному, регіональному та локальному рівнях. Початком даного процесу стало розроблення в 2015 році Концепції урядових комунікацій, якою передбачено повне перезавантаження комунікаційної системи інститутів влади на стратегічному та операційному рівнях. Однак, зауважимо, що дану Концепцію так і не було схвалено. Впродовж цих років відбувалося поетапне формування комунікаційних структур інститутів влади, переважно шляхом проведення навчань їх співробітників, розробки, прийняття та реалізації комунікаційних стратегій інститутів влади. Зокрема, розроблено й затверджено Комунікаційну стратегію Верховної Ради України на 2017–2021 рр. [42], Комунікаційну стратегію Міністерства освіти і науки України на 2017–2020 рр. [43], Комунікаційну Стратегію розвитку Національного агентства з питань запобігання корупції на 2017–2020 рр. [113], Стратегію комунікації у сфері європейської інтеграції на 2018–2021 рр. [111] тощо. В 2017 р. було затверджено також Концепцію стратегічних комунікацій Міністерства оборони України та Збройних сил України [85] та Доктрину інформаційної безпеки,

метою якої визначалось «уточнення засад формування та реалізації державної інформаційної політики насамперед щодо протидії руйнівному інформаційному впливу Російської Федерації в умовах розв'язаної нею гібридної війни» [93]. Принагідно зазначимо, що після схвалення Концепції та Доктрини в Україні реалізовувалась ціла низка ініціатив як на рівні інститутів влади, так і на рівні організацій громадянського суспільства.

Реалізація реформ децентралізації та державної служби, реформування сфери охорони здоров'я та освіти актуалізували процеси планування та проведення їх комунікаційного супроводу. Реформи, що проходять в Україні, зазвичай характеризуються комплексністю та довготривалістю. Тобто, ефекти реформування нині не справляють відчутного впливу на громадськість, а почнуть проявлятися тільки через декілька років. За таких умов відсутність або неефективність комунікацій потенційно може спровокувати виникнення незадоволення та прояви конфронтаційних тенденцій у відносинах «влада – громадськість», що ставить під загрозу ефективність проведення самих реформ.

Громадська підтримка та готовність змінювати звичні стандарти своєї поведінки, за визначенням Л. Бальцеревича, виступає «одним зі складників успішних реформ поряд з політичною волею до проведення змін; експертами, які спроможні розробити реалістичний зміст реформи та команди від центральних до місцевих органів влади, яка здатна узгоджено діяти, впроваджуючи реформи. Громадська підтримка потрібна, адже громадський супротив є однією із найсильніших протидій на шляху до реалізації реформи» [40]. Забезпечення громадської підтримки видається можливим тільки за умови ефективних комунікацій, спрямованих на роз'яснення суті та значення реформ і залучення громадськості до процесу реформування.

Результати численних досліджень засвідчують досить низький рівень поінформованості громадян про реформи та інтересу до їх проведення. Відповідно до результатів дослідження, проведеного Інститутом Горшеніна спільно з Представництвом Фонду імені Фрідріха Еберта в Україні, найбільш

обізнаними громадяни є щодо медична реформи (82,9%), реформи поліції (72,2%), а також реформи децентралізації (61,8%) [102, с. 1]. Проте позитивні ефекти даних реформ на собі відчули 15,3%, 20,6% та 32,6% респондентів [102, с. 2]. Реформування системи публічного управління належить до категорії реформ, про яку громадяни найменш обізнані, зокрема: 11,7% респондентів – чули про реформу публічного управління, 2,7% – відчули позитивні результати реформування, 5,7% – відчули негативні ефекти реформи [102, с. 15]. Низьким рівнем поінформованості про реформу публічного управління відзначилися і державні службовці. Так, згідно з даними дослідження, проведеного в 2020 р.: 30,8% посадовців регіонального та локального рівня володіють знаннями щодо змісту Стратегії реформування державного управління на період до 2021 року, 50,6% – володіють загальною інформацією про Стратегію, 13,2% – чули про неї, а 5,4% – взагалі не знають про що йде мова [24, с. 74]. Стосовно основної місії та перебігу процесу реформування публічного управління отримують достатньо інформації 51,6% опитаних держслужбовців регіонального та локального рівня, тобто практично половина [24, с. 74]. Аналогічною є й ситуація з посадовцями ЦОВВ. Зокрема, 37,8% респондентів володіють належним рівнем знань про зміст Стратегії реформування державного управління на період до 2021 року, 45,0% – володіють загальною інформацією про Стратегію. Разом із тим, 47,4% опитаних посадовців ЦОВВ стверджують, що в них достатньо інформації про основну місію та перебіг процесу реформування публічного управління, а 46,4% респондентів – інформації не достатньо [24, с. 74].

Однією з причин неефективності комунікації інститутів влади у просторі внутрішньої політики загалом та комунікацій стосовно реформування зокрема, на нашу думку, слугує те, що комунікація відбувається в умовах зниження рівня довіри населення до політичних інституцій. Аргументація даної тези підкріплюється результатами дослідження, проведеного Центром Разумкова у березні 2022 р., рейтинг недовіри українців виглядає наступним чином:

державний апарат/чиновник – 80%, суди/судова система – 79%, Верховна Рада України – 77,5%, Кабінет міністрів України/уряд – 76%, прокуратура – 71%, Національне антикорупційне бюро України/НАБУ – 70%, Президент України – 61,5% [70]. Доречно зазначити, що українці впродовж останніх років підтримують тенденцію демонстрації найнижчого у світі рівня довіри до інститутів влади. Відповідно до результатів дослідження, проведеного міжнародною асоціацією Gallup, тільки 9% громадян України довіряють інститутам влади, при середньому рівні довіри до інститутів влади у пострадянських країнах (за винятком країн Прибалтики) 48% та 56% – у світі загалом [195]. Зауважимо, що впродовж 2010–2017 рр. рівень довіри до інститутів влади не перевищував 24%.

Незважаючи на те, що по світу середній показник рівня довіри до інститутів влади вищий, ніж в Україні, упродовж останніх років він зазнав значної динаміки. Відповідно до даних The 2020 Edelman Trust Barometer, інститутам влади довіряють найбільше. Зазначимо, що «довіра розглядається як компетентність (виконання обіцянок) та етична поведінка (правильно робити і працювати над покращенням суспільства» [186]. Рівень довіри до інститутів влади у світі збільшився з 55% до 61% впродовж січня– травня 2021 року. Очікування респондентів щодо інститутів влади полягали в наступному: 86% – інститути влади будуть надавати економічну підтримку та допомогу; 79 % – працювати над поверненням держави до нормального стану; 73 % – стримувати пандемію; 72% – допомагати людям впоратися з пандемією; 72% – інформувати громадськість [186].

В січні 2022 року динаміка рівня довіри до інститутів влади зазнала змін і показник знизився до 53%, тоді як показник рівня довіри до бізнесу пішов угору та становив 61%. Згідно з даними The 2021 Edelman Trust Barometer інститути влади у більшості країн розглядаються як найменш справедливі, зокрема 57% респондентів зазначають, що інститути влади служать інтересам

небагатьох/привілейованої меншості, а тільки 30% переконані, що інститути влади служать інтересам усіх [187].

Погоджуючись з думкою А. Селігмена стосовно того, що «наявність довіри є складником усіх стійких суспільних систем, а довіра на міжособистісному рівні створює довіру до влади та уряду. Прихильники інституційної теорії пояснюють рівень довіри до влади не тільки ефективністю її діяльності, а і відповідністю її діяльності суспільним очікуванням» [106], зазначимо, що відсутність або мінімальний рівень довіри до інститутів влади провокує прагматичне ставлення до держави, високий рівень корупції, «кумівство». Таким чином, комунікація інститутів влади в умовах високого рівня недовіри буде неефективною.

Потужним викликом для комунікації інститутів влади стала пандемія COVID-19, що охопила світ у 2020 році. Перед комунікаційними структурами інститутів влади постав цілий ряд нових завдань стосовно інформування, роз'яснення важливості дотримання визначених норм поведінки для попередження поширення коронавірусу, зміни поведінки населення країн. Необхідно відзначити, що така інформаційна строкатість сприяла максимальному засвоєнню критично важливої інформації. В 2020 році вдалося сформувати безпечні інформаційні майданчики для інформування українців щодо поточного стану та запобігання поширення пандемії COVID-19. Через публіки про коронавірус у Telegram s Viber отримувало інформацію близько 3 млн користувачів, а кожен пост у середньому щодня читало приблизно пів мільйона людей [123].

Результатом реалізації комунікаційних кампаній у період пандемії COVID-19 стало зростання рівня обізнаності громадян про способи запобігання поширенню інфекції, зменшення страху глобальної епідемії та зростання рівня поінформованості населення про заходи влади в боротьбі з пандемією COVID-19. Незважаючи на інформаційні кампанії, поведінка населення особливо не змінилась: немалий відсоток населення ігнорував правила соціального

дистанціювання, не використовував маски в громадських місцях, не дотримувався карантинних обмежень тощо. Серед інших недоліків комунікацій інститутів влади у просторі внутрішньої політики слід назвати відсутність інформації роз'яснювального характеру, особливо на початку поширення пандемії COVID-19, що спричинило (1) хвилю фейків і протестів, (2) комунікаційні протиріччя інститутів влади національного та регіонального рівнів, які викликали неузгодженість дій, наприклад, заяви представників МОЗ про продовження карантину та декларації міських голів щодо припинення карантину, (3) помилки у виборі спікерів комунікації [142].

Головною проблемою комунікацій інститутів влади у просторі внутрішньої та зовнішньої політики сьогодні є комунікація з питань протидії повномасштабному військовому вторгненню рф. З огляду на те, що одного лише інформування у 80% випадків не достатньо для зміни поведінки індивідів, у процесі розробки комунікаційних кампаній, на думку Т. Фісенко, необхідно використовувати наступні прийоми: «одночасне використання різних засобів масової інформації; поєднання заходів у медіа з діяльністю у громаді, підтриманою її структурами; спрямованість на конкретний сегмент населення або на систему, яка має зазнати змін; неодноразове повторення провідної ідеї, використання позитивних образів і стилів; залучення до планування, проведення кампанії ключових фігур і груп; вдалий вибір термінів проведення кампанії; обґрунтованість, досяжність цілей щодо зміни поведінки; звернення до неформальних лідерів цільової групи; поєднання соціальної реклами з іншими заходами в межах кампанії; використання ЗМК для якомога ширшого висвітлення кампанії» [127, с. 257-258].

Відповідно до концепції MindSpace, що визначає основні фактори зміни поведінки та комунікаційні інструменти впливу на поведінку, «люди діють так, як робить більшість; вибирають опцію за замовчуванням або приймають подібні до попередніх рішення; уникають втрат та реагують на стимули; хочуть відчувати себе добре; звертають увагу на нову інформацію та емоції» [175].

Побудова комунікаційних кампаній відповідно до означених факторів дозволяє впливати на поведінку громадськості. Однак слід враховувати, що комунікації повинні проводитися з емпатією, правдиво та нейтрально.

Проблеми застосування інструментів комунікації відіграють важливу роль у формуванні довіри до інститутів влади. Формування довіри до інститутів влади, а не тільки інформування та зміна поведінки повинні стати головною метою політичної комунікації в умовах геополітичної турбулентності. Важливою складовою частиною комунікацій інститутів влади у просторі внутрішньої політики є надання об'єктивної інформації та боротьба з дезінформацією. Так, на початку 2022 року The 2021 Edelman Trust Barometer зафіксувало «епідемію дезінформації», проявом якої стало падіння рівня довіри до різних джерел новин: соціальним медіа довіряли 35% (падіння на 5%), незалежним/приватним ЗМІ – 41% (зменшення на 5%), традиційним ЗМІ – 53% (зниження на 8%). Найбільше довіряли повідомленням національних урядів (58%) та повідомленням роботодавців (61%) [187]. Високий відсоток довіри до повідомлень роботодавців пояснюється тим, що за результатами згаданого вище дослідження, бізнес як соціальна інституція має вищий (61%), порівняно з інститутами влади, неурядовими організаціями та ЗМІ, рівень довіри [187].

В умовах геополітичної турбулентності та невизначеності, в яких опинилась Україна, суспільна довіра консолідує суспільство. Волею та зусиллями тільки інститутів влади перемогти агресора, подолати пандемію, «епідемію дезінформації», вирішити соціально-економічні проблеми (закриття та банкрутство підприємств, зростання ВПО та безробіття тощо) не можливо. Консолідація зусиль інститутів влади, бізнесу, громадського сектору та засобів масової інформації в комунікаційних кампаніях, спрямованих на вирішення соціальних проблем, викликаних військовим вторгненням і пандемією COVID-19, дозволить підвищити рівень довіри до всіх соціально-політичних інституцій.

Важливим аспектом комунікації інститутів влади у просторі внутрішньої політики є також комунікаційний супровід процесів реформування, позаяк саме успішна комунікація покриває левову частку успіху реформи та її сприйняття на рівні суспільстві. Визначальним завданням залишається необхідність аргументації доцільності змін, їх важливості та ефектів очікуваних результатів. У процесі комунікаційного супроводу реформ актуалізується питання систематичності комунікації, доступності меседжів комунікаційної кампанії для громадськості тощо.

Успіх комунікацій інститутів влади залежить і від рівня компетентності співробітників комунікаційних структур і культури їх взаємодії з незалежними комунікаційними агенціями, які зазвичай розробляють концепції комунікаційних кампаній. Залучення зовнішніх консультантів, з одного боку, дозволяє забезпечити експертну неупередженість, а з іншого – ускладнює процес узгодження важливих питань щодо комунікації. Це зумовлює потребу концептуального оновлення комунікацій інститутів влади з акцентом на розвитку комунікаційної спроможності, вдосконаленні системи прийняття рішень у разі реалізації комунікаційних кампаній.

Продовження спротиву гібридній агресії з боку росії актуалізує питання підвищення рівня медіакомпетентності населення країни, боротьби з дезінформацією і підвищення стандартів журналістської діяльності. В умовах інформаційної війни симетрична відповідь неможлива і неефективна. Представниця відділу громадської дипломатії НАТО, Г. Нігус ще у 2015 р. зауважила, що «НАТО не може і не буде відповідати інформаційною війною на інформаційні війни...Не боротимемося з пропагандою шляхом поширення нової пропаганди, щоб не підливати масла у вогонь радикалізму, який палає навколо нас. Ми не можемо дозволити, щоб нас примушували платити тією ж монетою.... ми мусимо бути надзвичайно точними і правдивими у тому, що говоримо, а також швидкими і відповідальними у наших діях. Ми не можемо відповідати на пропаганду пропагандою, а лише правдою і фактами» [41].

Таким чином, розглянуті нами шляхи вирішення комунікаційних проблем комунікації інститутів влади у просторі внутрішньої політики дозволять позитивно вплинути на інформаційне простір нашої держави, підвищити рівень суспільної підтримки та довіри до інститутів. Зміна вектору та характеру комунікації інститутів влади у просторі внутрішньої політики починаючи з 2020 року відбувалися в умовах розбудови та модернізації системи комунікацій інститутів влади, поляризації суспільства, гібридної агресії та військового вторгнення російської федерації на територію України. Окрім того, відбувається оновлення моделі стратегічних комунікацій Української держави та ресурсна консолідація медіа-комунікацій в умовах воєнного стану, на чому ми більш детально зупинимось у наступних підрозділах.

2.2. Оновлення моделі стратегічних комунікацій Української держави

Походження поняття *стратегічні комунікації* пов'язується науковцями з постаттю Голови федерального консультативного комітету з надання незалежних консультацій міністрові оборони США (скорочено – Оборонна наукова рада) Вінсентом Вітто, який запропонував його у 2001 р. В 2008 р. за його редагуванням вийшла праця з першою загальною характеристикою явища *стратегічні комунікації* [191], в якій він висловив думку про те, що складні стратегічні комунікації можуть визначати порядок денний та створювати контекст, що сприятиме досягненню політичних, економічних та військових цілей держави.

За іншою версією, поняття *стратегічні комунікації* вперше з'явилося у звіті Оборонної наукової ради, підготовленого для міністра оборони США та присвяченого питанням управління інформаційним проникненням (дифузією). В звіті наголошувалося на недостатньому рівні інформаційного проникнення, яке мало «створювати дипломатичні можливості, зменшити напругу, що може вести до війни, допомогти стримувати конфлікти та зменшувати нетрадиційні

загрози американським інтересам» [182]. Автори звіту зазначали, що «установи американського уряду, які мають займатись інформаційним проникненням, ... страждають від поганої координації та не інтегровані в процеси планування у сфері національної безпеки та реалізацію цих планів» [182]. В звіті також використовувалося поняття *стратегічні комунікації* синонімічно, до поняття стратегічне інформаційне проникнення, що відображало формування «порядку денного та створення контексту, що сприятиме досягненню політичних, економічних та воєнних цілей» [182].

В 2004 р. Оборонна наукова рада підготувала «Заключний звіт Оперативної групи Оборонної наукової ради зі стратегічних комунікацій» [183], в якому поняття *стратегічні комунікації* визначалося як «різноманітний інструментарій, що використовується державою для генерування розуміння глобальних відносин та культур, залучення до діалогу ідей людей та інституцій, консультування осіб, які ухвалюють рішення, дипломатів та військових лідерів щодо того, які наслідки для громадської думки матимуть політичні рішення та впливу на відношення та поведінку за допомогою комунікативних стратегій» [183]. Отже, стратегічні комунікації розглядалися як життєво важливий інструмент національної безпеки та зовнішньої політики США, що має певні, добре скоординовані, складові: публічна дипломатія; інформаційні операції, що включають й психологічні; міжнародне мовлення.

Згодом, у Воєнній концепції НАТО зі стратегічних комунікацій (2010) було запропоновано нормативне визначення сутності стратегічних комунікацій: «Стратегічні комунікації – скоординоване та належне використання комунікативних дій і можливостей НАТО – публічної дипломатії (PD), зв'язків з громадськістю (PA), військових зв'язків з громадськістю (MPA), інформаційних операцій (INFOOPS) та психологічних операцій (PSYOPS), у відповідних випадках – на підтримання політики, операцій та діяльності Альянсу, а також для досягнення цілей НАТО. (...) У межах військової структури Альянсу ефективний НАТО STRATCOM буде досягнутий переважно

завдяки наявним професійним можливостям військової комунікації (РА, PSYOPS та INFOOPS)» [172].

Політична концептуалізація стратегічних комунікацій в системі НАТО пройшло три етапи. На першому етапі стратегічні комунікації ототожнювалися зі зв'язками з громадськістю та розумілися як функція проактивного управління відносинами громадянського суспільства з інститутами влади. На другому етапі стратегічні комунікації позиціонувалися як битва наративів. Зрештою, на третьому (сучасному) етапі стратегічні комунікації постали як інтегрована форма системних дій в інформаційному просторі [9]. На стратегічні комунікації та відповідні комунікаційні технології закріплені в документах безпекових інституцій більшості держав-членів НАТО.

Стратегічні комунікації в Україні пройшли досить складний шлях розвитку в процесі формування національної моделі стратегічних комунікацій. В секторі безпеки та оборони України, інституції якого протидіють гібридним загрозам, починаючи з 2014 р., швидко усвідомили важливість формування системи ефективних комунікацій з усією сукупністю стейкхолдерів: (1) міжнародні безпекові організації та держави, що є учасниками переговорного процесу, так і перебувають поза ним; (2) урядові організації та міністерства, інституції всіх гілок влади; (3) неурядові організації (міжнародні та українські); (4) регіональні органи влади та органи місцевого самоврядування; (5) громадяни в зоні проведення ООС та громадяни України загалом; (6) населення тимчасово окупованих територій; (6) внутрішні аудиторії безпекових інституцій [9, с. 142].

Згідно з аналітичним дослідженням 2015 р., підготовленого за підтримки Центру інформації та документації НАТО в Україні, були визначені сфери державних комунікацій, що потребували подальшого розвитку, зокрема, розробка системи стратегічних комунікацій та здійснення підготовка кадрів в даній сфері [126]. Відтак, початком розбудови системи стратегічних комунікацій України стало підписання Дорожньої карти партнерства між

Радою національної безпеки і оборони України та Міжнародним секретаріатом НАТО у 2015 р. В документі зазначалося, що головною метою партнерства між Україною та НАТО є надання консультативної та практичної допомоги органам державної влади України в сфері формування стратегічних комунікацій на всіх рівнях: стратегічному, оперативному, тактичному. Налагоджена система стратегічних комунікацій позиціонувалася як складова національної стратегії України, що дозволить оперативно реагувати на актуальні виклики в сфері інформаційної безпеки та розробити ефективну стратегію боротьби з російською пропагандою через співпрацю з міжнародними експертами щодо розробки ефективної комунікативної політики, а також взаємодії з неурядовими акторами. Крім цього, передбачалося створення відкритої бази даних, що буде містити навчальні матеріали для проведення спеціальних курсів в сфері стратегічних комунікацій для державних службовців [85].

Затверджена спільна Концепція стратегічних комунікацій Міністерства оборони України та Збройних Сил України (2017) [85] закріпила за цими інституціями роль лідера у моделюванні та реалізації стратегічних комунікацій Української держави. Хоча в даному документі і йшлося про необхідність покращення рівня обізнаності і розуміння політики Міністерства оборони України серед внутрішньої та зовнішньої аудиторії та боротьбу з актуальними інформаційними загрозами з боку росії як держави агресора, а відтак і збільшення кількості інституцій, була створена тільки Координаційна рада зі стратегічних комунікацій, діяльність якої контролював Міністр оборони України [85]. Завданням групи стали: реалізація стратегічних документів, аналіз комунікативних проблем, розробка рекомендацій, внесення пропозицій до щорічного Плану комунікацій Міністерства оборони України.

Згодом, модель реалізації стратегічних комунікацій в Україні була розроблена Міністерством інформаційної політики. Розробники виокремили: стратегічний рівень (налагодження співпраці між відомствами і здійснення кризових комунікацій); оперативний рівень (цивільні та військові зв'язки з

громадськістю, проведення інформаційних та психологічних операцій, публічна дипломатія); тактичний рівень (професійний розвиток, проведення навчання в сфері стратегічних комунікацій, технічне забезпечення) [149].

Отже, Україна стала першою країною, що закріпила поняття стратегічні комунікації в офіційних документах – «Воєнній доктрині України» [126], «Доктрині інформаційної безпеки України» [90] та «Стратегії інформаційної безпеки України» [91]: Відповідно до зафіксованого поняття, стратегічні комунікації є скоординованим і належним використанням комунікативних можливостей держави: публічної дипломатії, військових зв'язків, зв'язків з громадськістю, заходів, спрямованих на просування цілей держави, інформаційних та психологічних операцій.

На нашу думку, динамічне оновлення моделі стратегічних комунікацій в Україні відбулося із започаткуванням роботи Центру стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки (далі – ЦСКІБ), який є урядовою інституцією, створеною при Міністерстві культури та інформаційної політики України в березні 2021 р. Будучи елементом механізму розбудови національної стійкості, протидії інформаційним загрозам та дезінформації, головна редакція ЦСКІБ стала структурним підрозділом Українського національного інформаційного агентства Укрінформ [118]. З початком повномасштабної агресії росії, ЦСКІБ став одним з найважливіших каналів державних стратегічних комунікацій про війну в Україні.

Місією ЦСКІБ було визначено забезпечення цілісності інформаційного середовища, підвищення обізнаність українців про сучасні інформаційні загрози геополітичного характеру, посилення можливостей інститутів громадянського суспільства та зміцнення стійкості громадськості у протидії дезінформації. Відповідно, метою діяльності ЦСКІБ позиціонувалася розбудова системи сталих державних комунікацій, дієвих у протидії дезінформації та формування свідомої стійкості українського суспільства до неї [73]. Місія та мета окреслили простір завдань, серед яких варто виокремити:

- здійснення аналізу інформаційного середовища, моніторинг дезінформаційних наративів, дослідження вразливих аудиторій;
- сприяння підвищенню обізнаності українського суспільства про інформаційні загрози шляхом творення роз'яснювальних текстів, проведення прес-конференцій, залучення медіа та партнерів;
- здійснення підтримки урядових публічних комунікацій через розвиток комунікаційних навичок державних службовців та удосконалення комунікацій швидкого реагування;
- сприяння підвищенню стійкості державних службовців до дезінформаційних атак;
- забезпечення систематичної участі в оновленні моделі стратегічних комунікацій;
- зміцнення стійкості вразливих до дезінформації категорій населення та соціальних груп в Україні шляхом організації та проведення цільових інформаційних кампаній та просвітницьких заходів;
- розвиток взаємодії держави та інститутів громадянського суспільства для формування та відтворення стійкості до дезінформації та гібридних загроз;
- участь в організації та проведенні інформаційно-просвітницьких заходів в сфері підвищення рівня медіа-грамотності українців [76].

Відповідно до поставлених завдань, ЦСКІБ розгорнув свою діяльність щодо: (1) розбудови стратегічних комунікацій, насамперед, розробки контрнاراتивів в протидії російській дезінформації та інтеграція українських наративів до щоденної політичної комунікації Кабінету міністрів України; (2) співпраці з інститутами громадянського суспільства; (3) здійснення оперативної комунікації та інформування в соціальних мережах; (4) розробки, спільно з державними інституціями та експертами, й поширення алгоритмів дій в умовах війни в форматі доступних довідкових матеріалів; (5) регулярного сповіщення на міжнародному рівні про гібридну агресію з боку Росії, спільне

напрацювання механізмів стратегічної комунікації та протидії дезінформації спільно з міжнародними партнерами.

Під час презентації ЦСКІБ, яка відбулася 31 березня 2021 р. Міністр культури та інформаційної політики О. Ткаченко зазначив: «Тепер ми маємо державний механізм протидії дезінформації, що дозволить захищати інформаційний простір від викривлень та вкидів. .. В структурі він діятиме при МКІП, але у співпраці з Центром протидії дезінформації РНБО, за яким залишається безпека та функція» [125].

На презентації була представлена керівниця ЦСКІБ Л. Цибульська (заступниця – Т. Карась), яка наголосила на намірах створення ЦСКІБ як потужного експертного центру [125]. Але вже з 6 вересня 2021 р. ЦСКІБ Центр очолював І. Соловей (заступник – М. Балабан). Зауважимо, що в перші два місяці існування ЦСКІБ не отримав приміщення, а в перші п'ять місяців – та відповідного фінансування, а відтак, і штату [45]. Тобто, упродовж березня – серпня 2021 р. ЦСКІБ не здійснював діяльності, відповідно до мети, завдань та місії. За словами Л. Цибульської, кандидатури І. Солов'я та М. Балабана вона особисто запропонувала міністру О. Ткаченку. І. Соловей додав, що Л. Цибульська та Т. Карась «залишаються в команді: як радники вони зосередяться на міжнародній діяльності та зв'язкам з західними партнерами» [35]. Основними результатами діяльності за перші 5 місяців від часу створення ЦСКІБ стало формування його структури (9 штатних одиниць), аналогічної з центрами НАТО.

На нашу думку, на особливу увагу заслуговують два практичних результати ЦСКІ, досягнуті до початку активної фази російської агресії в Україні 24 лютого 2022 р. По-перше, це брошура «У разі надзвичайної ситуації або війни» [134], презентована 23 червня 2021 р., яка стала результатом спільних зусиль ЦСКІ, Державної служби з надзвичайних ситуацій, Міністерства оборони України, Апарату Головнокомандувача Збройних Сил України та громадських організацій. Брошура, що була підготовлена трьома

мовами (українською, англійською та російською) та обсягом 28 сторінок, містила практичні поради та рекомендації з інформаційної безпеки, що базуються на українському та іноземному досвіді [134].

Перший наклад нараховував 100 тис. примірників та за підтримки ЗСУ поширювався у прифронтових територіях та в регіонах Півдня та Сходу України. 23 лютого 2022 р. ЦСКІБ запустив оновлену та доповнену он-лайн версію довідника на 36 сторінок. Разом з довідником також з'явився сайт dovidka.info [122]. З початку повномасштабної війни сайт та довідник постійно розширювались та доповнювались актуальною інформацією. Проект також підтримує два чат-боти Безпека: Довідник в месенджерах Telegram та Viber, на які в перші два місяці функціонування підписалися понад 160 тис. користувачів. В основу довідника була покладена шведська модель подання інформації, яка є надзвичайно стислою, але водночас містить максимум практичних порад, тому нею легко скористатися в момент безпосередньої небезпеки. За оцінками тодішньої директорки ЦСКІБ Л. Цибульської, однією з найбільших цінностей брошури є поради про те, як поводити себе в інформаційному полі [133]. Важливо, що брошура поширювалася он-лайн та в друкованому вигляді, тож всі охочі могли її роздрукувати та розмістити на своїх сайтах.

Другим практичним результатом діяльності ЦСКІ, досягнутим до початку активної фази російської агресії в Україні 24 лютого 2022 р. була організація та проведення в грудні 2021 р. першого в Україні форуму стратегічних комунікацій Kyiv Stratcom Forum [170]. На форумі зібралися 32 українських та міжнародних експерти, які на панельних дискусіях обговорили шляхи співпраці між громадянським суспільством та державою для формування національної стійкості до дезінформації та інформаційних загроз.

В умовах воєнного стану ЦСКІ означив нові напрями діяльності з метою оновлення моделі стратегічних комунікацій Української держави відповідно до нових викликів. Зокрема, працівники ЦСКІ беруть участь в проведенні нарад з

комунікаційними підрозділами обласних військових адміністрацій, під час яких надають рекомендації, як забезпечити ефективність комунікацій в умовах війни. Під час нарад державним службовцям, що відповідають за здійснення комунікацій на регіональному рівні пропонується опиратися на ті запити щодо змісту політичної комунікації, які артикуються під час соціологічних досліджень. Наприклад, на одній з нарад, проведеної в вересні 2022 р., були презентовані результати дослідження «Як змінилося медіаспоживання українців під час війни?» [57], здійснене за підтримки посольства Великої Британії в Україні онлайн.

Дві третини респондентів (загалом, опитано 1000 респондентів) найбільш зручним форматом повідомлення називали короткі текстові повідомлення (як в Telegram), 51 % опитаних називали як бажаний формат короткі відео, 42 % – новини на сайтах Інтернет-видань. На сьогодні такі формати покривають 90 % респондентів [57]. Що стосується джерел інформації, які почали використовувати українці, то позитивна динаміка зростання кількості запитів та переглядів характерна для сайтів або сторінок в соціальних мережах Збройних Сил України (51 %), місцевих та регіональних пабліків та каналів в месенджерах (Viber, WhatsApp, Telegram) – по 37 %, сайтів та або сторінок в соціальних мережах органів центральної влади (36 %) та регіональних органів влади (35 %) [57]. Позитивна динаміка довіри характерна і для сайтів та сторінок в соціальних мережах офісу Президента (24 %), загальнонаціональних телеканалів (24 %) та регіональних медіа (26 %). Найбільший рівень довіри до новин був зафіксований до новинних каналів у соціальних мережах, зокрема до Telegram – 51 %, до Facebook (24 %), до YouTube (26 %), Twitter (20 %) та TikTok (19 %) [57].

Ще одним важливим напрямом діяльності ЦСКІ в умовах воєнного стану є збір, спільно з правоохоронцями, бази даних геноцидальної риторики російських посадовців та пропагандистів, що згодом будуть використані як елемент доказової бази геноциду проти українського народу з боку росії на

судових процесах: «Мається на увазі збір офіційних актів та інших документів, освітніх матеріалів, виступів та публікацій на державних інформаційних ресурсах, заяв виступів та публікацій вищих посадових осіб РФ з геноцидальною риторикою» [132], – деталізував особливості даного процесу керівник ЦСКІ І. Соловей. Паралельно ЦСКІ формує картотеку інформаційних злочинців, до якої вже внесені прізвища російського пропагандиста Т. Сергєйцева, секретаря Ради Безпеки рф М. Патрушева, заступника голови Ради Безпеки рф Д. Медведєва.

Важливо, що основним меседжем в оцінці геноцидальної риторики російських посадовців та пропагандистів став наратив про те, що геноцид українського народу є зумисною державною політикою, і для того, щоб визнати дії рф геноцидними, потрібно довести, що політики та посадовці свідомо віддавали накази або заохочували до насильства саме щодо українського народу.

На думку керівника ЦСКІ І. Солов'я, тут стане в нагоді дослідження російської офіційної державної пропаганди, «що прямо вдається до геноцидальної риторики» [132]. Наприклад, статтю Т. Сергєйцева на ресурсі РИА Новости «Що Росія повинна зробити з українцями?» [107] можна було б класифікувати як самодіяльність окремого експерта, але вона була оприлюднена на державному ресурсі, що «однозначно свідчить про продуману політику» [132]. Російська пропаганда закликає ліквідувати Українську державність, що є геноцидом: «Особливо непримиренних нацистів потрібно знищувати, а інших – змусити спокутувати провину перед Росією та перевиховувати. Із цим пов'язані депортації українців, найперше дітей, на територію РФ» [132].

За підтримки працівників ЦСКІ українські правоохоронці здійснюють розслідування п'яти кримінальних проваджень геноциду, в яких фігурують російські пропагандисти [69], за фактом вчинення геноциду українського народу. Станом на вересень 2022 р. українські посадовці зафіксували 318

фактів, що належать до визначення геноциду. Зауважимо, що американський історик Т. Снайдер виокремив шість прийомів, які вказують на геноцид українців та Української держави з боку росії: по-перше, це заперечення існування держави; по-друге, це заперечення існування народу; по-третє, це дегуманізація нації; по-четверте, це заперечення геноциду минулого; по-п'яте, це підтримка ідеї витіснення одних націй іншими; по-шосте, постмодерне викривлення інформацією, коли суспільство не усвідомлює геноцид, що здійснює. Згадуючи російські наративи, Т. Снайдер нагадує: «Путін стверджує, що справжні люди в Україні – це росіяни, але є якийсь незрозумілий прошарок чужинців, яких треба повиганяти. Така логіка була в книзі Адольфа Гітлера Майн Кампф і точно така є на російському телебаченні. За цією логікою треба якомога більше людей в Україні повбивати, доки ті, що залишилися, не визнають себе росіянами» [103], але при цьому росія вдається до заперечення геноцидів, здійснених нею в минулому: «Це і *забуття* пакту Молотова-Ріббентропа. Це і заперечення Голодомору – в Маріуполі навіть скинули пам'ятник Голодомору» [103].

2.3. Динаміка інструментів кризових комунікацій (на прикладі інституту президентства)

В умовах геополітичної турбулентності зростаюча соціально-політична ресурсність використання інформаційно-комунікаційних технологій стає дедалі очевиднішою. Впровадження інноваційних форм цифрової демократії здатне підвищити рівень громадянської активності, забезпечити залучення населення до процесів прийняття політичних рішень і, таким чином, сформувати новий інституційний потенціал для забезпечення мінімізації проявів кризових тенденцій. Численні практичні приклади засвідчують, що комунікації в період кризових ситуацій можуть запобігти початку або посиленню кризи, вплинути на її розвиток, скоротити або продовжити тривалість кризи, збільшити або зменшити важкість наслідків, а також вплинути на репутацію задіяних

суб'єктів. Саме тому інструменти кризових комунікацій перебувають у числі ключових елементів процесу управління кризовими ситуаціями.

Інтенсивний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та мережі Інтернет не тільки призвів до глибинних змін механізмів функціонування більшості соціальних інститутів, а й кардинально трансформував систему політичної комунікації в сучасному світі. Розширення інформаційного простору створило можливості для заміни традиційної системи поширення інформації, що ґрунтується на використанні односторонніх опосередкованих каналів передачі інформації від політичних структур до громадськості, на систему поліморфної комунікації, що забезпечило населенню можливість не лише отримувати інформацію, а й бути активним учасником численних соціальних процесів, включаючи й політичні відносини.

В умовах кризи головними принципами комунікативної взаємодії влади та суспільства є відкритість інформації, максимально широке висвітлення кризових подій, ухвалених рішень та дій за допомогою всіх доступних комунікаційних каналів, а також оперативність донесення актуальної інформації до адресатів. Спроби пасивного очікування або замовчування ситуації, як правило, неминуче призводять до нового витку розвитку кризи, загострення ситуації і, як наслідок, великих репутаційних витрат. Можливості сучасних інструментів кризових комунікації інститутів влади дозволяють поширювати інформацію практично миттєво з перших вуст, оминаючи посередників, звертаючись безпосередньо до кожного громадянина. Таким чином, щоб ефективно управляти інформаційними потоками в період кризи та звести репутаційні витрати до мінімуму, важливо використовувати позитивний потенціал організації кризових комунікацій.

Процес комунікації є невід'ємним компонентом функціонування інституту президенства. Зауважимо, що поняття «дискурс» науковцями інтерпретується по-різному. На думку Ф. Бацевича, політичний дискурс «... спрямований на майбутній контекст... Майбутні контексти вигідні: їх важко

заперечити, неможливо на даний час перевірити. Політичний дискурс моделює інтереси суспільства, тобто він формується авторами і «споживачами», оскільки їх очікування і бажання «вмонтовані» в нього» [10, с. 158]. Специфіка кризових комунікацій полягає переважно в їх дискурсивному характері. В системі політичної комунікації у ситуації кризи саме дискурс президента стає пріоритетним інформаційним центром, оскільки дозволяє блискавично інформувати громадськість від першої особи і, таким чином, формувати порядок денний та контролювати інформаційні потоки.

Контроль інформаційного простору, вміння діяти на випередження в інформаційному протистоянні, ідейно та ціннісно обґрунтовувати свою позицію, прогнозувати та попереджати репутаційні удари – у цьому, на нашу думку, полягають стратегічні завдання держави та політичних акторів у кризових ситуаціях. У сучасному турбулентному політичному середовищі інструменти кризових комунікації президента повинні характеризуватись загальністю, тобто, максимальним охопленням всіх громадян країни, можливістю контактувати з кожною людиною, говорити з нею зрозумілою та доступною мовою, створювати ефективні канали зворотного зв'язку, вести рівноправний діалог із зацікавленими сторонами. Реалізація означених функцій вимагає використання всіх можливих медійних і комунікаційних каналів, спектр яких значно розширився у зв'язку з розвитком онлайн-комунікації. Зауважимо, що на практиці існують значні відмінності реалізації кризових комунікацій у різних політичних контекстах, причому не лише на технічному, нормативному чи оперативному рівнях, а й на більш абстрактному, символічному рівні розуміння та осмислення проблеми.

Безсумнівно, домінуючими факторами впливу на настрої громадськості є атрибути перебігу в умовах кризи базових процесів у політичній, економічній та соціальній сферах. Окрім того, надзвичайно болісно на громадськість впливає також інформаційно-комунікаційна непрозорість діяльності інститутів

влади, що провокує породження зневіри, неприйняття та формування протестних установок. На жаль, такий досвід нашої державі вже знайомий.

В умовах формування якісно нової геополітичної системи, виникнення нових викликів і загроз в умовах геополітичної турбулентності, особливу увагу привертає комунікація політичних лідерів як найвпливовіших комунікаторів у політичному просторі. Апелюючи до засадничих принципів й мети комунікативної взаємодії в умовах кризи – досягнення порозуміння у суспільстві шляхом формування двосторонньої симетричної комунікації інститутів влади з громадянами, проаналізуємо динаміку інструментів кризових комунікацій на прикладі дискурсу Президента України В. Зеленського в умовах воєнного стану.

Володимира Зеленського обрано Президентом України у травні 2019 року. З моменту початку повномасштабного російського вторгнення на територію України В. Зеленський щоденно звертається до українців із метою донесення своєї позиції та закликом до спротиву агресору. Також В. Зеленський неодноразово виступав перед урядами іноземних держав, прагнучи спонукати членів парламентів, урядів, політиків і простих громадян до активної підтримки України у протидії російській агресії.

Налагодження ефективної комунікації з населенням України, політичними лідерами держав світу, досконале володіння прийомами ораторського мистецтва дозволило В. Зеленському не просто контролювати медійно-політичний простір, а й забезпечило підтримку та прихильність світового співтовариства, єдність всіх українців, сприяло піднесенню бойового духу захисників, утвердженню волелюбності та незламності української нації. Вважаємо, що дослідження дискурсу президента в умовах воєнного стану повинно поєднувати дескриптивний, критичний та когнітивний підходи.

Важливе місце в аналізі динаміки інструментів кризових комунікацій займає дослідження лексико-семантичних аспектів, оскільки вони найбільш яскраво відображають і соціальний стан і пов'язані з ним зміни. При цьому

«значення слова можна вважати певною мірою психоментальним фрагментом колективної етносвідомості, конвенційно закріпленим за певною мовною формою, завдяки чому воно існує в індивідуальній свідомості в різних способах застосування. Протиріччя між колективною та індивідуальною природою значення досі залишається однією із проблем теорії значення» [37, с. 61-62]. Як відомо, повнозначне слово – це бінарна мовна одиниця, яка має план значення і план вираження. Тож, аналізуючи стратегії і тактики кризових комунікацій В. Зеленського, важливо визначити, що є домінуючим у дискурсі – план змісту чи вираження.

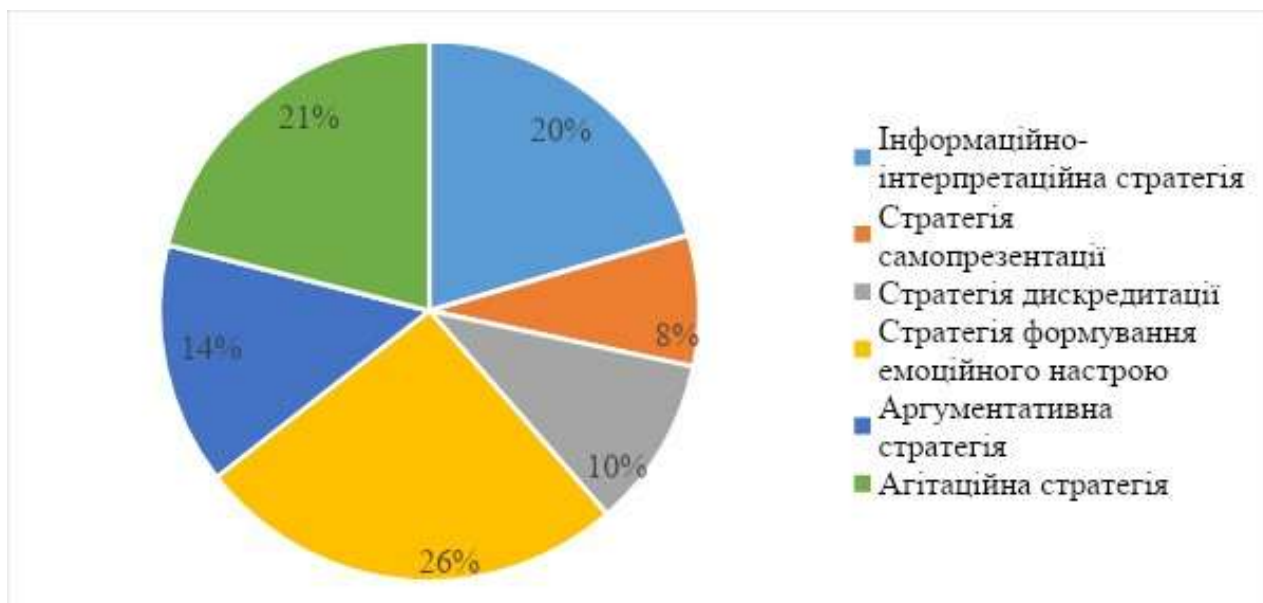
Доцільно зауважити, що кризова комунікація В. Зеленського характеризується низкою специфічних особливостей, які можна розглядати як своєрідні маркери періоду російсько-української війни. Серед них переважає суспільно-політична лексика: антивоєнна коаліція, евакуація, ембарго, внутрішньо переміщені особи, гуманітарні коридори, гуманітарна допомога, гуманітарний хаб, колаборанти, комендантська година, повітряна тривога, окупанти, орки, рашизм, рашисти, розмінування території, санкції, територіальна оборона, укриття тощо. Семантизуючись в контексті монологів президента України, дані лексичні маркери створюють проактивний концепт комунікації.

Загальновідомо, що мова як суспільне явище реалізує низку функцій. Зважаючи на те, що лексичні одиниці в політичному дискурсі президента використовуються з метою впливу на аудиторію, а аудиторія послуговується мовними знаками для усвідомлення та сприйняття інформації, можна, на думку І. Волянюк, вести мову про такі «основні функції вербалізованих концептів, як номінативна, прагматична, експресивна, функція інтерпретації та дейктична» [19, с. 49].

В залежності від того, які функції переважають у політичному дискурсі, визначаються стратегії комунікації. Зауважимо, що єдиного підходу до типологізації стратегій комунікації наразі не сформовано. Відповідно в аналізі

динаміки інструментів кризових комунікацій В. Зеленського ми послуговуватимемося класифікаціями Т. Толмачової та Б. Шило, що опираються на мовленнєві акти, об'єднані в групи за принципом аналогічності комунікативних функцій (вираження емоцій, надання оцінки або коментарів, обмін інформацією, підтримка уваги, спонукання і регулювання відносин тощо). Дослідниці виділяють такі комунікативні стратегії: агітаційна, аргументативна, емоційно-впливова, інформативна, інформаційно-інтерпретаційна, конвенційна, оціночно-впливова, регулятивно-спонукальна, стратегія дискредитації, стратегія маніпуляції, стратегія самозахисту, стратегія самопрезентації, стратегія формування емоційного настрою адресата [119, с. 155;]. Зауважимо, що означеним стратегіям підпорядковується низка тактик, вербалізація яких нами зафіксована у виступах, зверненнях, інтерв'ю та промовах В. Зеленського [119; 139]:

Здійснений аналіз виступів, звернень, інтерв'ю та промов Президента України В. Зеленського вказує на домінування у його політичному дискурсі агітаційної, інформаційно-інтерпретаційної, конвенційної, оціночно-впливової, регулятивно-спонукальної стратегій, а також стратегії формування емоційного настрою адресата. Проаналізувавши окремі промови В. Зеленського з моменту початку російського вторгнення на територію нашої країни та до членів парламентів й урядів різних держав, нами виявлено різноманітні контексти реалізації комунікаційних стратегій за допомогою різних комунікативних тактик (Мал. 1).



Мал. 1. Відображення (%) комунікаційних стратегій у промовах/зверненнях В. Зеленського

Інформаційно-інтерпретаційна стратегія найчастіше реалізовувалася шляхом сукупності мовленнєвих актів, спрямованих на повідомлення, приміром: *«Завдання номер один – прискорення миру. Наші Збройні Сили виконують його блискуче. Вони зупиняють атаки окупантів. Вони реалізують контрнаступи. ...»* [18]; *«Місяць героїчного опору. Місяць найчорніших страждань. Місяць безкарного руйнування мирної держави, а разом з нею – всієї архітектури глобальної безпеки»* [17]. Наведені у другій цитаті однотипні речення ілюструють наявність лексичних повторів (місяць), що сприяють підсиленню експресії висловленої думки.

Оціночно-впливова стратегія апелює до цінностей та реалізується у мовленнєвих актах, метою яких є аксіологічний вплив на слухачів через вербалізацію оціночних суджень й емоцій, що їх супроводжують: *«Так, це правда – ми не в Альянсі. Не в найпотужнішому оборонному об'єднанні світу. Не одна із 30 держав під парасолькою спільного захисту. Під парасолькою 5-ї статті. Таке відчуття, що ми – у «сірій зоні». Між Заходом і Росією. Але захищаємо всі наші з вами спільні цінності. ... І ми захищаємо всі ці цінності вже місяць!»* [17]. *«Немає й не може бути надії, що росія просто сама собою*

зупиниться... Росію можна тільки змусити це зробити. Можна тільки змусити шукати мир» [97].

Регулятивно-спонукальна стратегія реалізується з допомогою наступних прийомів: вимоги-прохання, неповні/незакінчені речення з окличною інтонацією, спонукання до дій, синтаксично оформлені у риторичні запитання. Для прикладу: «Ви можете надати нам один відсоток літаків. Один відсоток від усіх ваших танків. Один відсоток! Хіба можна вистояти у такій війні без цього?... Ми хочемо вижити! Просто вижити! Як і будь-який народ, ми маємо на це право. Право на життя. Право на цей один відсоток» [17]. «А єдине, чого я від вас вимагаю... Після такого місяця війни. Це прохання заради наших військових. Більше, прошу, ніколи, ніколи не говоріть нам, що наша армія не відповідає стандартам НАТО» [17]. «Але НАТО ще належить показати, що Альянс може зробити для порятунку людей. І світ чекає. І Україна дуже чекає. Реальних дій. Реальних гарантій безпеки... Пропозиції всі – на столі. Наші потреби – на столі. Мир потрібен нам негайно. Відповіді – лише за вами» [17].

Конвенційна стратегія комунікації В. Зеленського спрямовується, насамперед, на організацію висловлювань, концентрацію та підтримку уваги аудиторії: «Шановні присутні! Вітаю вас із Києва, нашої столиці, яка б'ється вже місяць, як і вся наша держава» [17]. «Дорогий литовський народ! Вдячний за можливість звернутися до вас сьогодні від імені всього українського народу... Я вдячний вам за першість. За те, що ви першими відмовилися від російських енергоносіїв... Я вдячний тобі, Гітанасе, за важливе рішення..» [30]. «Я щиро вдячний Республіці Корея, щиро вдячний вашому народу за надану підтримку. Але ми потребуємо значно більшого» [97]. «Вільний народі найпрекраснішої країни! Країни, у якої є майбутнє. Це точно. Це те, що мотивує нас боротися зараз. ...» [53].

Наведені цитати засвідчують різновекторність комунікаційних стратегій В. Зеленського, які характеризуються аргументованістю, офіційністю, переконливістю, а почасти навіть категоричністю. У своїй антикризовій

риториці В. Зеленський апелює до загальнолюдських цінностей, його комунікація підкріплена також й невербальними засобами, що викликає позитивне сприйняття аудиторією та сприяє досягненню комунікаційної мети. З метою впливу на емоційний стан аудиторії застосовується тактика єднання, тактика апеляції до емоцій адресата, а також тактика апеляції до ціннісних орієнтирів аудиторії. Зауважимо, що тактика апеляції до ціннісних орієнтирів адресата прослідковується в кожному виступі/зверненні/промові В. Зеленського, шляхом наголосу на таких поняттях, як «МИР» «СВОБОДА» і «ДЕМОКРАТІЯ». В. Зеленський достатньо часто розпочинає свої виступи/звернення/промови іменуючи аудиторію, до якої звертається друзями, зокрема: «Mrs. Speaker, Members of Congress, Ladies and Gentlemen, Americans! Friends!/ Пані Спікер, Члени Конгресу, Пані та панове, Американці! Друзі!» [98], що є прикладом реалізації тактики єднання.

Отже, статус президента, спектр функціональних обов'язків і соціальна роль, а також специфіка простору, в якому відбувається кризова комунікація, суттєво впливають на вибір комунікаційних стратегій. До факторів, що визначають динаміку кризових комунікацій В. Зеленського слід віднести: різке скорочення кількості параметрів, які піддаються контролю; зростання ролі інформації, спричинене відсутністю чіткої та зрозумілої інтерпретації подій; падіння рівня довіри до офіційних каналів комунікації; розрив інформаційних потоків і їх дисфункціональність тощо. Комунікаційні технології, що використовуються президентом в умовах кризи характеризуються наступальним і креативним характером: якщо президент з самого початку не займає панівну позицію, потім досить складно контролювати ситуацію та долати негативні тенденції. Наголосимо, що в ситуації швидких темпів наростання кризи, неодмінною умовою здійснення кризових комунікацій залишається оперативність.

Від початку повномасштабного російського вторгнення перед українською владою повстала проблема не лише оборони та захисту країни, але

і забезпечення якісної та своєчасної комунікації інститутів влади. В умовах воєнного стану ефективна комунікація передбачає швидке інформування громадськості щодо перебігу подій та ухвалених рішень. Такі дії необхідні задля попередження фейків, які розповсюджує російська пропаганда, та можливих ризиків, пов'язаних з військовими діями.

Зміна комунікативних стратегій торкнулася перш за все Президента та його оточення. З перших днів військового вторгнення росії В. Зеленський перетворився на своєрідний рупор українського народу. Завдяки комунікації у соціальних мережах та зверненнях В. Зеленський постійно фігурує у медіа-просторі країни, підбиваючи підсумки кожного дня та інформуючи про здобутки Збройних сил України. Інші представники апарату також забезпечують комунікацію, охоплюючи як військовий, так і переговорний напрями.

Політичний дискурс В. Зеленського в умовах спротиву гібридній агресії РФ реалізується у низці стратегій і тактик, характеризується відповідними лексичними маркерами. Таким чином, і план змісту, і план вираження в комунікації президента реалізовані повною мірою та репрезентовані низкою комунікативних стратегій. Тобто, можемо визначити комунікацію Президента України в умовах воєнного як ефективну й таку, що відповідає вимогам часу й очікуванням громадськості, а також формує на рівні суспільстві двосторонню взаємодію.

РОЗДІЛ 3

ТРАНСФОРМАЦІЯ РЕСУРСНОГО ПРОСТОРУ СИСТЕМИ ПОЛІТИЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ В УКРАЇНІ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО- УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

3.1. Ресурсна консолідація медіа-комунікацій в умовах воєнного стану

Важливу роль в організації спротиві російському агресору відіграє своєчасне, незаангажоване та достовірне інформування громадян та держав світу про перебіг російсько-української війни. Початок активної фази російської агресії на території України, що розпочалася 24 лютого 2022 р. зумовив певні зміни в діяльності українських ЗМІ, насамперед інформаційних та новинних порталів, основним завданням яких є оперативне медіаінформування про розгортання події в Україні. В умовах війни ЗМІ (національні, регіональні, локальні) мають коректно використовувати факти, чітко дотримуючись встановлених обмежень.

Насамперед, треба звернути увагу, що суттєво змінився набір регуляторних норм, опублікованих в розпорядженнях та законодавчих актах, відповідно до яких мають діяти українські медіа в умовах воєнного стану. Відповідно до Закону України «Про правовий режим воєнного стану» [89], яким 24 лютого 2022 р., після вторгнення російської армії, був запроваджений режим воєнного стану в Україні, військовому командуванню та військовим адміністраціям дозволено «регулювати у порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України, роботу постачальників електронних комунікаційних мереж та/або послуг, поліграфічних підприємств, видавництв, телерадіоорганізацій, телерадіоцентрів та інших підприємств, установ, організацій і закладів культури та засобів масової інформації, а також використовувати місцеві радіостанції, телевізійні центри та друкарні для військових потреб і проведення роз'яснювальної роботи серед військ і населення; забороняти роботу приймально-передавальних радіостанцій особистого і колективного

користування та передачу інформації через комп'ютерні мережі», а також «у разі порушення вимог або невиконання заходів правового режиму воєнного стану вилучати у підприємств, установ і організацій усіх форм власності, окремих громадян електронне комунікаційне обладнання, телевізійну, відео- і аудіоапаратуру, комп'ютери, а також у разі потреби інші технічні засоби зв'язку» [89]. Отже, Закон України передбачає зумовлене загрозою, тимчасове обмеження конституційних прав та свобод людини і громадянина, прав та законних інтересів юридичних осіб з зазначенням строку дії цих обмежень. Обмеження можуть стосуватися свободи слова та пов'язані з тим, що оприлюднення окремої інформації може становити ризик для цивільних і військових.

Деталізація цієї норми Закону України була здійснена в Наказі головнокомандувача Збройних сил України В. Залужного «Про організацію взаємодії між Збройними силами України, іншими складовими сил оборони та представниками засобів масової інформації на час дії правового режиму воєнного стану» [88]. Наказ був виданий 3 березня 2022 р. та опублікований, тоді як доповнення до наказу від 12 липня не оприлюднювався. Зокрема, відповідно до даного наказу, в журналістських інформаційних матеріалах не допускається використання назв військових частин та підрозділів, інших військових об'єктів в тих районах, де виконуються бойові завдання, точних географічних координат місць розташування військових частин та об'єктів, поширення інформації про чисельність особового складу військових частин та кількість озброєння і бойової техніки.

В журналістській спільноті викликали застереження норми про використання фотоматеріалів і зображень українських міст, що тримають оборону. Журналісти намагаються передати атмосферу війни засобами фоторепортажу, але побоюються, що така інформація може завдати шкоди військовим і цивільним. В даному контексті журналістам було рекомендовано керуватися такими підставами для роботи:

По-перше, в Наказі Головнокомандувача ЗСУ чітко вказано, що до переліку інформації, розголошення якої може привести до поінформування противника, відтак негативно вплинути на виконання бойових завдань, належить: (1) інформація про систему охорони та систему оборони військових об'єктів та засобів захисту особового складу; (2) інформація про озброєння та військову техніку, яка використовуються. Але уточнюється, що не йдеться про об'єкти, які видимі або очевидно виражені.

По-друге, потрібно показувати тільки крупний план руйнувань або уламків, за якими не ідентифікуються географічні подробиць. Тобто, це може бути візуалізація уламків чи воронки від ракети, за якою неможливо встановити, де точно було зроблене фото.

По-третє, варто оприлюднювати в інформаційних матеріалах лише ті ракурси, на яких видно, що все зруйновано, аби унеможливити приліт для добивання, відтак, журналісти не стали б випадковими коригувальниками вогню.

По-четверте. Якщо журналіст використовує контент з Інтернет-мережі, то має обов'язково перевірити достовірність джерела та переконатися, що ці фото та відео саме з того місця, про яке йдеться в інформаційному матеріалі.

По-п'яте, неприпустимо називати точну адресу, куди поцілив ворог під час обстрілу.

По-шосте, можна передавати інформацію про руйнування важливих об'єктів цивільної інфраструктури: дитсадків, лікарень, шкіл, телевеж, пологових будинків. Така інформація є надзвичайно важливим доказом злочинів росії, як держави агресора та держави терориста, проти України. Такі інформаційні повідомлення важливі в організації процесу над росією в Міжнародному кримінальному суді в Гаазі [88].

Також в Наказі ЗСУ наведений перелік інформації, яку не можна розголошувати в будь-яких формах медіа: номери військових частин та військових об'єктів в районах виконання бойових завдань; географічні

координати місця їх розташування; чисельність особового складу військових частин та підрозділів; кількість озброєння й бойової техніки, матеріально-технічних засобів, характеристики їх стану та місця зберігання; описи, зображення чи умовні позначки, що ідентифікують (можуть ідентифікувати) військові об'єкти; інформація про бойові дії чи операції, що проводяться (плануються); інформація про систему охорони військових об'єктів та засоби захисту особового складу, озброєння і військової техніки, що використовуються; порядок залучення сил і засобів до виконання українськими військовими бойових завдань; інформація про збір розвідувальних даних (способи, методи, сили, засоби); інформація про переміщення і розгортання військ; інформація про методику та тактику дій військових частин; інформація про проведення унікальних (креативних) операцій, в якій зазначені прийоми та способи, що використовувались; інформація про ефективність сил та засобів противника; інформація про відкладені (скасовані) операції; інформація про зниклий (збитий) літак, зникле судно та ті пошуково-рятувальні операції, що плануються (проводяться); інформація про планування (проведення) заходів забезпечення безпеки застосування українських військ, зокрема демонстративні дії, дезінформація, маскування, імітація, протидія технічним розвідкам; фото (відео) зйомка, інша наочна інформація з представниками незаконних збройних формувань [88].

Частина рекомендацій за обов'язкових норм, що були вироблені військовим командуванням ЗСУ мали форму пам'яток та неофіційних закликів. Наприклад, пам'ятка про висвітлення роботи оборонних підприємств та розпорядження про заборону використання відео реєстраторів [14], заклики не називати координат влучення російських снарядів та ракет [58], прохання не оприлюднювати в публікаціях персональні дані українських військовиків [33], заклик та прохання не розголошувати інформацію про українських військовополонених [99], перелік правил проведення зйомки в лікарнях в умовах воєнного стану [39], рекомендації про правильне позначення службових

авто, зокрема і авто журналістів [32], заборона називати ті види зброї, з яких українські військові вражають цілі противника [121], заклик не наводити в інформаційному просторі інформацію про кількісні втрати української армії [59] та інформацію про рух культурних цінностей територією України [60]. Також, представники Міністерства оборони України просили не обговорювати хід бойових дій [50]. Здебільшого, в цих дописах та зверненнях були відсутні посилання на конкретні рішення і документи, якими встановлювалися дані обмеження., вони мали реактивний характер та виголошувалися як реакція на надзвичайні події.

Спільна заява Міністерства оборони України, Міністерства культури, інформаційної політики України та об'єднання журналістів Медіарух [109] стала результатом домовленостей про ембарго на поширення інформації. Зокрема, в ній йшлося: «Представники влади та журналістської спільноти Медіарух дійшли згоди, що задля дотримання всіх необхідних безпекових умов журналісти можуть збирати інформацію на місцях відразу після обстрілів. При цьому дозволяється оприлюднення зроблених фото та відео представниками ЗМІ та журналістами щодо подій на місці ведення бойових дій по завершенню 12 годин для військових об'єктів, через 3 години – для цивільних об'єктів» [109].

Нормативне регулювання медіа-комунікацій в умовах воєнного стану здійснювалося і за допомогою рішень Ради національної безпеки і оборони України, ухвалених 18 березня 2022 р. В першому рішенні «Про нейтралізацію загроз інформаційній безпеці держави» [87] йшлося про те, що оператор цифрового ефірного телебачення Т2 компанія «Зеонбуд» працюватиме в складі Концерну радіомовлення, радіозв'язку та телебачення в особливому режимі. Спільно з адміністрацією Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України та концерном РРТ, «Зеонбуд» має забезпечити «стале функціонування об'єктів цифрового ефірного мовлення та безперебійну трансляцію телевізійних каналів в МХ - 1, -2, -3, -5; цілодобовий моніторинг

ефірної мережі, обладнання головної станції мультиплексування, супутникових та наземних каналів зв'язку; резервування супутникових каналів доставки програм та обладнання головної станції мультиплексування; резервну доставку телеканалів до цифрових передавачів із залученням альтернативного оператора супутникового зв'язку» [87].

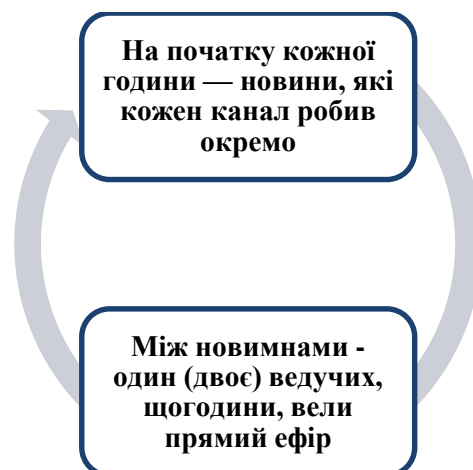
19 березня 2022 р. це рішення РНБО Президент України ввів в дію [87], підпорядковуючи «Зеонбуд» Концерну РРТ та зобов'язуючи загальнонаціональні медійні телеканали і радіоканали транслювати єдиний марафон новин. «Зеонбуді» такі зміни не коментують з міркувань безпеки, однак підпорядкування цифрового телебачення в умовах війни державі є логічним кроком, що має полегшити взаємодію органів державної влади з компанією з метою забезпечення роботи телерадіомовлення, адже вся інфраструктура розміщена на вежах Концерну.

Другим рішенням Ради національної безпеки і оборони України «Щодо реалізації єдиної інформаційної політики в умовах воєнного стану» [143], визначалося, що «в умовах воєнного стану реалізація єдиної інформаційної політики є пріоритетним питанням національної безпеки, забезпечення якої реалізується шляхом об'єднання усіх загальнонаціональних телеканалів, наповнення яких складається переважно з інформаційних та/або інформаційно-аналітичних програм, на єдиній інформаційній платформі стратегічної комунікації – цілодобовому інформаційному марафоні Єдині новини #UAразом» [143]. Реалізація єдиної інформаційної політики покладалася на Національну раду з питань телебачення та радіомовлення України шляхом створення єдиного новинного та інформаційного простору трансляції інформації. Це рішення РНБО також було введено в дію Указом Президента України 19 березня 2022 р. [92].

Національна рада з питань телебачення та радіомовлення України ініціювала розгортання марафону «Єдині новини» як протидії російським фейкам та дезінформації в умовах цивілізаційної війни росії проти Української

держави. Цей марафон об'єднав найбільші українські телеканали, зокрема: суспільне мовлення, державний канал «Рада» та чотири комерційні медіа групи. В перші дні активної фази війни загальнонаціональні та регіональні телеканали ініціювали роботу власних окремих марафонів, однак дуже швидко прийшло розуміння того, що з кожного разу робити це все складніше, оскільки: по-перше, їхні працівники евакуювалися до більш безпечніших місць; по-друге, б) більшість спікерів-експертів так само евакуювалися до більш безпечніших місць; по-третє, спікери, що представляли органи державної влади фактично розривалися між різними каналами, транслюючи однакові меседжі по кілька разів на добу. Тобто людських ресурсів ставало менше, тоді як небезпека наростала й виконувати свої функції каналам ставало все важче. Водночас, треба було не просто продовжувати мовлення, а надзвичайно оперативно налагоджувати новий формат трансляції новин в умовах воєнного стану та запеклих бойових дій, що розгорнулися на території України. Український глядач та слухач, глядачі та слухачі в інших державах мали отримувати перевірену інформацію й бути готовим протидіяти дезінформації, якою ворог безперестанку бомбив і продовжує бомбити Україну та світ.

Організація марафону «Єдині новини» передбачає, що кожен канал має свій п'ятигодинний відрізок ефіру, який він готує самостійно, але всі учасники дотримуються спільних правил, встановлених РНБО та Національною радою з питань телебачення та радіомовлення України. В перші дні марафону, його формат мав вигляд, наведений на Мал. 2.



Мал. 2. Формат марафону «Єдині новини», березень – травень 2022

В ефір марафону «Єдині новини» оперативно вмикалися виступи Президента України, Прем'єр-міністра України, секретаря РНБО України Міністра оборони України, що повторювали в запису упродовж доби. Найбільш активно події коментували міністри КМУ України: Д. Кулеба, І. Верещук, Д. Монастирський; представники Офісу президента М. Подоляк та О. Арестович; представники Державної служби з питань ліквідації надзвичайних ситуацій та радник міністра внутрішніх справ України В. Денисенко. Було багато включень кореспондентів та представників регіональної влади з регіонів України, насамперед Маріуполя, Чернігова, Сум, Луганщини. Ефіри постійно переривалися повідомленнями про повітряну тривогу.

Поступово відбулася трансформація марафону «Єдині новини» за допомогою технології структурування інформації, зокрема почали робити такі інформаційні блоки як воєнний, гуманітарний, економічний, закордонний, почало з'являтися все більше сюжетів з місць бойових дій. Такі сюжети готувалися кореспондентами, які мали досвід висвітлення війни на Донеччині та Луганщині: О. Загородній з телеканалу 1+1 одинадцять днів перебував в районі Гостомеля та Стоянки, знімаючи всі події на камеру телефону та за допомогою редакції робив сюжети; його колега О. Моторний знімав евакуацію мирних жителів з м. Ірпінь 7 березня 2022 р., яка відбувалася під неперервними обстрілами. Сюжети з найбільш небезпечних місць готували та передавали в ефір також А. Цаплиєнко («1+1»), І. Баглай («Інтер»), О. Візгін (ICTV) та інші.

Згодом, Суспільний мовник започаткував супровід марафону жестовою мовою [115], а ті журналісти і ведучі, які виїхали до західних областей України, долучилися до регіональних кореспондентів у висвітленні діяльності волонтерів та організацію гуманітарної допомоги. За кілька днів після старту марафону «Єдині новини» сформувався потужний міжнародний інформаційний блок, що було особливо важливо для висвітлення міжнародної підтримки

України у її боротьбі з російським агресором. Українські журналісти та експерти висвітлювали щоденні важливі міжнародні події, зокрема рішення та резолюції екстрених засідань Ради Безпеки ООН, екстреної спеціальної сесії Генасамблеї ООН, резолюцій Ради Європи та ухвал на рівні інституцій Європейського Союзу. Закордонні кореспонденти Інтеру та 1+1 готували сюжети про допомогу Україні США та Канади, держав-членів ЄС та самого ЄС, посилення санкцій проти росії. Наприклад, журналістка 1+1 Н. Фібріг розповіла глядацькій аудиторії з Гааги про суд над росією [116]; журналістка Інтеру Т. Логунова з Німеччини познайомила українську аудиторію з можливостями ембарго на російські нафту та газ [65]; журналістка Інтеру С. Чернецька з Лондона поінформувала про протести українців, що вийшли на масові демонстрації на підтримку України [29]. Журналісти каналу 1+1 сприяли включенню кореспондентки Укрінформу в Нідерландах І. Драбок, яка працювала в Гаазі для висвітлення перебігу організації суду над росією як державою агресором та державо терористом [124]. Вагомою частиною міжнародного інформаційного блоку стала інформація про «План Маршалла для України» [108] та вплив санкцій на економічну ситуацію в росії [74]. Поступово, на рівні всіх інформаційних блоків перестала оприлюднюватися інформація про конкретні види зброї, що передаються Україні тією чи іншою країною-партнером. перестали називати, яка країну яку зброю передає Україні, хоча в перші дні війни це відбувалося систематично. На нашу думку, така зміна відбулася на прохання Міністерства оборони України.

Ті кореспонденти, що долучалися до ефірів марафону «Єдині новини» та залишилися в Києві, робили, переважно, сюжети на соціальну тематику, яка в умовах воєнного стану набуває статусу політично значимої. Зокрема, завдяки репортажам журналістки каналу 1+1 Н. Нагорній, телеглядач дізнавалися про евакуацію зі столичного залізничного вокзалу, ситуацію в лікарні *Охматдит* після обстрілу, смерть відомого дитячого хірурга [144]. Щодня сюжетів ставало все більше, а тематика – більш розмаїтою. Привертає увагу інформаційний

матеріал журналіста Інтеру Б. Вербицького про кади рівців в російсько-українській війні, спрямований на упередження появи етностереотипів [1]. Основний меседж Б. Вербицького генерується довкола формування знання про те, що не всі чеченці є кадирівцями, а окремі чеченці приїхали воювати в Україну за Україну й так само ненавидять кадирівців, як і українців. Отже, кади рівець – це політичне означення, а не етнічне. Зауважимо, що в перші три місяці збройної агресії росії проти України в ефірах марафону «Єдині новини» робили включення опозиційно налаштованих політиків, економістів чи письменників з росії, що дуже не подобалося частині аудиторії, що не сприймала нічого, що пов'язане з Росією.

Важливою складовою ефірів марафону «Єдині новини» стали патріотичні об'єднуючі та мотивують ролики, які вироблялися не тільки телеканалами, а й продакшн-студіями. Зазвичай, вони були прив'язані до певних історичних подій, ювілеїв чи подій сучасності, як то присвоєння звання місто-герой або державних свят: 8 березня транслювалися мотивуючі ролики з жінками-військовими [2], 9 березня, в День народження Т. Шевченка патріотичні ролики, в яких цитували вірші поета й ведучі, й посадовці [117].

Оцінюючи значення ефірів марафону «Єдині новини», сформулюємо їх основні ознаки:

По-перше, головні меседжі погоджувалися, що забезпечувало максимальну концентрацію інформації щодо таких важливих проблем, як, наприклад, необхідність закриття неба над Україною, організація українських гуманітарних вантажів та волонтерської діяльності.

По-друге, брак воєнних аналітиків, на відміну від політичних, що вплинуло на форми подання інформації про бойові дії.

По-третє, проблемні моменти кожного ефіру розбиралися: наприклад, піар-кампанія фонду Р. Ахметова на телеканалі Україна-24.

По-четверте, ведучих новин на марафоні «Єдині новини» кожен канал визначали самостійно, зважаючи на наявні ресурси. Але певні закиди почали

лунати саме на адресу ведучих, які працювали на каналах Медведчука, Деркача та Мураєва. Патріотично налаштована аудиторія не хотіла бачити в ефірі тих, хто не підтримав Майдан та поширював проросійську пропаганду. Ведучі, яких не раз звинувачували у проросійській риторичі, в марафоні «Єдині новини» стали досить патріотичними, але каналам краще більш виважено ставитися до добору ведучих, щоб уникнути суспільних розколів.

По-п'яте, ведучі марафону «Єдині новини» мають різний стиль ведення. Частина ведучих використовує агресивну стилістику організації дискурсу. Наприклад, журналістка каналу Рада Т. Гончарова обриває коментатора, коли той відхиляється від теми, часто висловлює особисте ставлення до подій, зокрема, сказала, що ніколи не думала, що буде радіти розстрілам ворожої техніки з байрактарів більше, ніж весняним проліскам [54]. Інша частина використовує врівноважену стилістику комунікації. До таких ми відносимо В. Карп'яка (ICTV), А. Дехтяренко (Суспільне), М. Падалко (1+1). Попри те, що вони також висловлюють власні оцінки щодо подій чи фактів, але роблять це у стриманій манері. На нашу думку, значна кількість ведучих та варіативна стилістика комунікації не дає звикнути до телемарафону та сприймати його як буденний продукт одного телеканалу.

По-шосте, одним з найважливіших досягнень телемарафону стало дотримання такого журналістського стандарту як оприлюднення лише перевіреної інформації. Але, було порушено інший стандарт журналістської діяльності, що стосується вживання в ефірі ненормативної лексики. Тоді, коли її стало надто багато, Національна рада з питань телебачення та радіомовлення України висловила побажання бути більш стриманими та опиратися на стандарти української мови. [63].

По-сьоме, глядачі могли отримати загальну картину про події в Україні тільки в контексті Української сторони та позиції. Зокрема, часом спостерігалася антизахідна журналістська риторика, пов'язана з тим, що ЄС та США не закривають небо над Україною, повільно ухвалюють рішення щодо

підтримки України, впроваджують не достатньо потужні санкції, кволо діють міжнародні організації.

Отже, марафон «Єдині новини» виконав дуже важливу політичну функцію – він не дав розбалансувати та політизувати (партизувати) спротив російській агресії. Але, попри це, формат марафону та його організація зазнали критики на різних рівнях. Зокрема, за законом створення марафону «Єдині новини» передбачалося на основі загальнонаціональних каналів, тому постало питання, які саме канали підпадають під означення загальнонаціональних. Цей термін наявний в Ст. 23, п. 4 Закону «Про телебачення та радіомовлення» [95]: «Загальнонаціональне мовлення – мовлення не менше ніж на дві третини населення кожної з областей України» [95], відповідно, «регіональне мовлення – мовлення на регіон (область, декілька суміжних областей), але менше ніж на половину областей України» [95], а «місцеве мовлення – мовлення на один чи кілька суміжних населених пунктів, яке охоплює не більше половини території області» [95]. Однак в законі не згадуються технології, за якими відбувається мовлення: в Україні є загальнонаціональні ефірні канали, які мають відповідне покриття саме в цифрі та є багато каналів, що мають супутникову ліцензію й через присутність в кабельних мережах також можуть транслювати інформацію на більшу частину України.

На думку В. Ковалю загальнонаціональними вважаються ті 29 каналів, що мовлять в цифровому ефірі в мультиплексах Зеонбуду: «Канали, які розповсюджуються в інших технологіях, присутні на супутнику і в кабельних провайдерах по всій країні, але не мають цифрового ефіру, загальнонаціональними не вважаються» [28]. Наприклад, це стосується каналу новин 24, що підтвердив його співвласник та керівник Р. Андрейко: «20 березня було включення Ольги Герасим'юк в прямому ефірі 24 каналу (ведучий Андрій Дрозда запитав про це). За словами пані Герасим'юк, 24 канал не має статусу загальнонаціонального, тому я думаю, що указ не стосується нашого медіа. Свого часу 24 канал отримав статус регіонального, оскільки ефірне мовлення

велось на територію менш ніж половини областей України» [28]. До того ж, Указ Президента [92] стосувався саме інформаційних каналів, відтак Новий канал і надалі може транслювати художні фільми, а М1 – музику. Новий, з початком вторгнення росії в Україну, переорієнтувався на контент для дітей, а М1 показує лише українських музикантів з незначною частиною іноземного контенту. Важливо, що М1 записує інтерв'ю з музикантами та акторами, які згодом транслюються в ефірі спільного марафону [46].

Таким чином, на мультиплексах Зеонбуду мовлення здійснюють 29 каналів, яких інформаційними є Прямий, 5 канал, Еспресо, 4 канал, УНІАН ТБ та Україна 24 (Мал. 3)

МХ-1	МХ-2	МХ-3	МХ-5
<ul style="list-style-type: none"> • «Інтер» • «Україна» • «1+1» • НТН • К1 • «UA: Перший» • ICTV • «Ентер-фільм» 	<ul style="list-style-type: none"> • Zoom • «ІндигоTV» • СТБ • ТЕТ • К2 • Новий канал • М1 • Прямий 	<ul style="list-style-type: none"> • «Мега» • «Піксель» • XSport • «НЛО ТБ» • «2+2» • «Еспресо» • «Плюсплюс» • УНІАН ТБ 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 канал • «UA: Культура» • «Рада» • «Україна 24» • 4 канал

Мал. 3. 29 інформаційних каналів України, що здійснюють мовлення на мультиплексах Зеонбуду

Журналісти та акціонери Прямого і 5 каналу підтримали Указ президента України та рішення РНБО про створення єдиного інформаційного медіаканалу. Коментуючи це рішення шеф редакторка 5 каналу І. Герасимова наголосила, що її канал з перших годин війни почав цілодобовий інформаційний марафон: «Орієнтовно за тиждень після повномасштабного вторгнення Росії генеральному директору Володимиру Мжельському зателефонував міністр Олександр Ткаченко і запитав, чому ми не показуємо спільний марафон. Але міністр, очевидно, не знав, що 5 канал щогодини ретранслює випуски новин

Єдині новини #UAразом. В такий спосіб ми самі, не чекаючи офіційного запрошення від ініціаторів марафону, долучилися до нього» [3]. Але, І. Герасимова переконана, що навіть в умовах воєнного стану варто було порадитися з мовниками, але «жодного обговорення за участі представників нашого каналу не було. Між тим, впродовж останнього тижня, окрім трансляції щогодинних випусків Єдині новини #UAразом, ми також повністю переходимо на трансляцію спільного марафону з першої ночі до дев'ятої ранку. Нам не потрібне було для цього рішення РНБО» [3].

В марафоні «Єдині новини», бере участь канал Еспресо, пов'язаний з політичною партією Європейська солідарність. Формулюючи позицію каналу, його директор з маркетингу М. Типусяк зауважив: «Поки з'ясуємо, що до чого. Стосовно рішення РНБО висловилися Микола Княжицький та Віталій Портников. А Еспресо ще в процесі з'ясування всіх деталей» [28]. Зауважимо, що народний депутат України М. Княжицький критично поставився до відповідного рішення РНБО: «Хтось підсунув Зеленському на підпис указ про затвердження рішення РНБО, відповідно до якого мовити в ефірі мають право лише Інтер, Плюси, Україна і ICTV, які роблять спільний марафон. Вороги у владі штовхають президента не на боротьбу з Росією 24, яку включили у Мелітополі, а на боротьбу з українськими патріотичними каналами, які на відміну від Інтера не підтримували ОПЗЖ і не прославляли агресора. Це незаконно і несправедливо. Еспресо, наприклад серед партнерів має BBC , Радіо Свобода , France 24 інших міжнародних партнерів. Еспресо транслюють кабельні мережі Європи і багатьох інших континентів. ... Я готовий підтримати Зеленського і підтримую у спільній боротьбі з агресором. Але ця боротьба за демократичний світ, а не за диктатуру. ... Сподіваюся, Зеленський вижене ініціаторів цього указу за «руським кораблем» [55].

Реагуючи на подібні застереження, Радник голови Офісу Президента М. Подоляк наголосив, що в Указі Президента не йдеться про закриття жодного телеканалу, оскільки йдеться «тільки про необхідність підключення до єдиного

загальнонаціонального телемарафону повністю або частково. Але в каналів є певна творча свобода. Інша річ, що під час повноцінної війни має бути більш-менш єдина інформаційна політика в телепросторі» [31].

З першого дня російської агресії Національна рада з питань телебачення та радіомовлення України здійснює моніторинг національних та регіональних каналів та дозволила мовникам відхилитися від програмної концепції [64] на час дії режиму воєнного стану. На нашу думку, таке рішення визначається актуальністю регіональних новинно-інформаційних інструментів медійного простору, які стали важливими суб'єктами політичної комунікації. Наприклад, на території Запорізької області діє новинний сайт «Актуально» [146], який транслює достовірну та перевірену інформацію. Цей сайт оновлює новинну стрічку один раз на годину, а в випадку появи нагальної інформації, одразу її публікує: навіть в умовах повітряної тривоги в цій області трансляція новин не зупиняється. Журналісти сайту у своїй професійній діяльності ретельніше відбирають інформацію, дотримуючись прийнятих обмежень для ЗМІ та використовуючи інформацію виключно з офіційних джерел (Державна служба з надзвичайних ситуацій, місцеві органи влади, військова адміністрація, СБУ, Нацполіція, прокуратура). Наприклад, новина від 28 квітня 2022 р. про бобстріл м. Запоріжжя містила виключно інформацію про тип постраждалих будинків (приватні) та їх кількість. При цьому, журналісти не вказували ані району, ані опису прилеглої інфраструктури, щоб не спрямувати ворожі ракети. Під час вибухів (обстрілів) населених пунктів Запорізької області, щоб не спровокувати панічні настрої, журналісти пропонують новину в стислому форматі, повідомляючи лише про характер шуму: ракетне попадання чи робота українських ППО. Такий підхід до подання об'єктивної інформації підвищив увагу громадян до нього. За даними Google Analytics, станом на грудень 2021 р. – січень 2022 р. кількість переглядів новин коливалася від 18 тис. до 20 тис., а з кінця лютого 2022 р. вона зросла до 32 тис. Отже, особливості роботи регіонального Інтернет медіа-ресурсу «Актуально» полягають в оперативному

інформуванні про перебіг бойових дій у Запорізькій обл., з дотриманням усіх вимог і рекомендацій Української держави в умовах воєнного стану. Регіональна спрямованість звужує коло аудиторії, але задовольняє її потреби в актуальній інформації локального характеру.

Здійснений аналіз ресурсної консолідації медіа-комунікацій в умовах воєнного стану вказує на те, що цей процес відбувався відповідно до нормативно-правової бази, сформованої рішеннями РНБО та Указами Президента України. На нашу думку, важливими були й Закони України, що спрямовувалися на регулювання медіа-комунікацій в умовах воєнного стану. 1 квітня 2022 р. був ухвалений Закон України «Про внесення змін до статті 114-2 Кримінального кодексу України щодо удосконалення відповідальності за несанкціоноване розповсюдження інформації про засоби протидії збройній агресії Росії» [80], яким запроваджувалася кримінальна відповідальність за «несанкціоноване поширення інформації про направлення, переміщення зброї, озброєння та бойових припасів в Україну, рух, переміщення або розміщення Збройних сил України чи інших утворених відповідно до законів України військових формувань, вчинене в умовах воєнного або надзвичайного стану» [80].

Відповідно до Законів України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо встановлення кримінальної відповідальності за колабораційну діяльність» [80] та «Про внесення змін до деяких законодавчих актів (щодо забезпечення відповідальності осіб, які здійснювали колабораційну діяльність)», підписаних Президентом України 16 березня 2022 р. тим, хто займається «інформаційною діяльністю» (зокрема, і медійники) в інтересах окупантів встановлювалося покарання.

Наголосимо, що законодавством України встановлювалися й додаткові гарантії на період дії воєнного стану. Зокрема, Законом України «Про надання додаткових гарантій захисту журналістам, які працюють у районах ведення воєнних (бойових) дій» [86], що набув чинності 1 серпня 2022 р., ЗМІ

зобов'язувалися забезпечити своїх працівників засобами захисту від уражень вогнепальною зброєю, осколкових уражень та медичними аптечками. Крім того, Закон передбачив обов'язкове страхування журналістів на випадок поранень під час висвітлення перебігу війни й подій на окупованих територіях коштом роботодавця.

Важливим аспектом ресурсної консолідації медіа-комунікацій в умовах воєнного стану в Україні стало акцентування уваги на дотриманні стандартів журналістської діяльності. Журналістські стандарти в умовах війни, власне, нічим не відрізняються від стандартів мирного часу, але саме через війну журналісти мають посилювати свою пильність до стандартів достовірності та точності, готуючи матеріали для ефірів телеканалів, радіо або он-лайн.

Важливим зрізом даної проблеми стали вироблені Інститутом масової інформації рекомендації про «Правила для журналістів по поведінці з військовими» [36]. В Правилах наголошується, що не варто робити записи або діставати мікрофон, якщо журналіст не запитав дозвіл на такі дії у військового; не варто знімати обличчя бійців, їх озброєння та позиції; розпитувати військових про те, що відбувається на місці їх дислокації. Слід обережно використовувати камеру, оскільки об'єктиви можуть створювати відблиски як оптичний приціл, тож перетворюватися на мішені. Військові не зобов'язані надавати інформацію журналістам, це робота журналіста полягає в тому, щоб отримати інформацію. Для цього журналісти мають бути доброзичливими, залишайтеся спокійними, навіть якщо військові поводитимуть себе інакше. І ніколи не брати до зброю, уникати журналістів, які носять зброю, не брати додому кулі, навіть якщо їх пропонують як сувеніри, не вдягати захисного спорядження чи одягу, призначеного для військових, використовувати бронежилети та каски лише з написом PRESS та немілітарного кольору.

Отже, в умовах воєнного стану дотримання стандартів журналістської діяльності має забезпечити баланс між суспільними інтересами щодо повноти та точності інформації й потребами бути співчутливими. Тож, журналісти

мають поважати недоторканність приватного життя та гідність мертвих, уникати необґрунтований показ відео матеріалів, пов'язаних з насиллям.

3.2. Інструменти протидії російським дезінформаційним впливам

Починаючи від 2014 р. щодня вбиваючи українців, держава-агресор росія не припиняє проведення інформаційних атак на українське населення, оскільки прагне за допомогою дезінформації поширити в українському суспільстві панічні настрої та страх, дестабілізувати політичну і соціально-економічну ситуацію, зруйнувати систему політичних комунікацій в Україні.

Вторгаючись в український інформаційний простір, росія робить замах на громадянську та політичну ідентичність українців, унеможливаючи отримання інформації з достовірних каналів політичної комунікації. Зокрема, станом на травень 2022 р. інформаційний простір України втратив 284 частоти, 164 українські мовники припинили мовлення, 13 регіональних телекомпаній та 51 місцева телекомпанія перебувають в окупації [62].

Російські пропагандистські ЗМІ запустили процес мовлення (дезінформування) з використанням українських частот, відтак суттєво зріс масштаб дезінформування з боку росії, яка намагається впливати на українське населення та на громадян держав, що надають Україні підтримку. Російська дезінформація стала максимально агресивною та містить мову ворожнечі, вона ставиться під сумнів існування державності України та українців як нації та таким чином заохочує воєнні злочини. Росія використовує усі можливі сучасні медіаканали (включаючи соцмережі та месенджери), аби поширювати дезінформацію та пропаганду. Відтак з початком повномасштабного російського вторгнення ще більше зросла потреба в захисті громадян в інформаційному просторі. Йдеться як про кіберзахист, так і про стійкість до дезінформаційних впливів. Вміння вибудувати власний цифровий захист, зберігати емоційну та психологічну стійкість і критично сприймати інформацію – це ключові навички, необхідні в умовах війни.

Центр протидії дезінформації (далі – ЦПД) є робочим органом Ради національної безпеки і оборони України, що був утворений відповідно до рішення РНБО від 11 березня 2021 р. «Про створення Центру протидії дезінформації» [94], уведеного в дію Указом Президента України 19 березня 2021 р. [73]. ЦПД забезпечує здійснення заходів щодо протидії поточним та прогнозованим загрозам національній безпеці України та її національним інтересам в інформаційній сфері, забезпечує інформаційну безпеку України, виявляє та протидії дезінформації, пропаганді, деструктивним інформаційним впливам та кампаніям, запобігає спробам маніпулювання громадською думкою [96]. Отже, на нашу думку є важливим інститутом у забезпеченні організації відповідної державним інтересам моделі політичної комунікації. В процесі своєї діяльності в умовах воєнного стану ЦПД висвітлює тенденції з розгортання спротиву України російській агресії, зокрема і дезінформаційній, при чому основна увага зосереджена на боротьбі з інформаційним тероризмом та протидії поширенню неправдивої інформації.

ЦПД функціонує відповідно до Конституції України [44], законів України, указів Президента України, рішень Кабінету Міністрів України, системи міжнародних договорів, що підписані Україною, Положення про ЦПД, також розпоряджень Секретаря РНБО України. Відповідно, основними завданнями ЦПД є:

- здійснення аналізу і моніторингу подій та явищ в інформаційному просторі України, присутності України у світовому інформаційному просторі та стану інформаційної безпеки;
- виявлення й вивчення загроз інформаційній безпеці України, чинників, що впливають на їх формування, оцінка наслідків для безпеки національних інтересів Української держави;
- забезпечення РНБО України та його Голови інформаційними та аналітичними матеріалами з питань інформаційної безпеки України,

- виявлення і протидії дезінформації, пропаганді, деструктивним інформаційним впливам;
- підготовка та внесення РНБО України та його Голові пропозицій щодо:
(1) визначення концептуальних підходів щодо протидії дезінформації та деструктивним інформаційним впливам; (2) координації діяльності органів виконавчої влади щодо національної безпеки в інформаційній сфері та запобігання спробам маніпулювання громадською думкою; (3) здійснення заходів, спрямованих на посилення спроможностей суб'єктів сфери безпеки та оборони, органів державної влади для забезпечення інформаційної безпеки та розвитку національної інфраструктури у сфері інформаційної безпеки; (4) вдосконалення системи правового і наукового забезпечення інформаційної безпеки;
 - участь в процесах розвитку системи стратегічних комунікацій;
 - участь в розробці та реалізації Стратегії інформаційної безпеки України, зокрема, щодо протидії дезінформації;
 - участь в створенні системи оцінки інформаційних загроз й оперативного реагування на них;
 - розробка методології виявлення інформаційних матеріалів маніпулятивного та дезінформаційного характеру, що загрожують національній безпеці України та викривлюють зміст політичних комунікацій;
 - сприяння взаємодії держави з інституціями громадянського суспільства в протидії дезінформації і деструктивним інформаційним впливам та участь в інформаційно-просвітницьких заходах з метою підвищення медіа-грамотності українського суспільства;
 - вивчення та узагальнення досвіду інших держав та міжнародних організацій щодо протидії дезінформації та підготовка відповідних пропозицій з метою його використання в Україні;

- бере участь у процесі визначення пріоритетів залучення міжнародної допомоги в питаннях забезпечення інформаційної безпеки та протидії дезінформації [73].

В протидії російській агресії ЦПД надає пріоритетного значення оперативному інформуванню населення, забезпеченню інформаційної безпеки, боротьбі з інформаційним тероризмом, викриттю дезінформації та маніпуляцій громадською думкою [96].

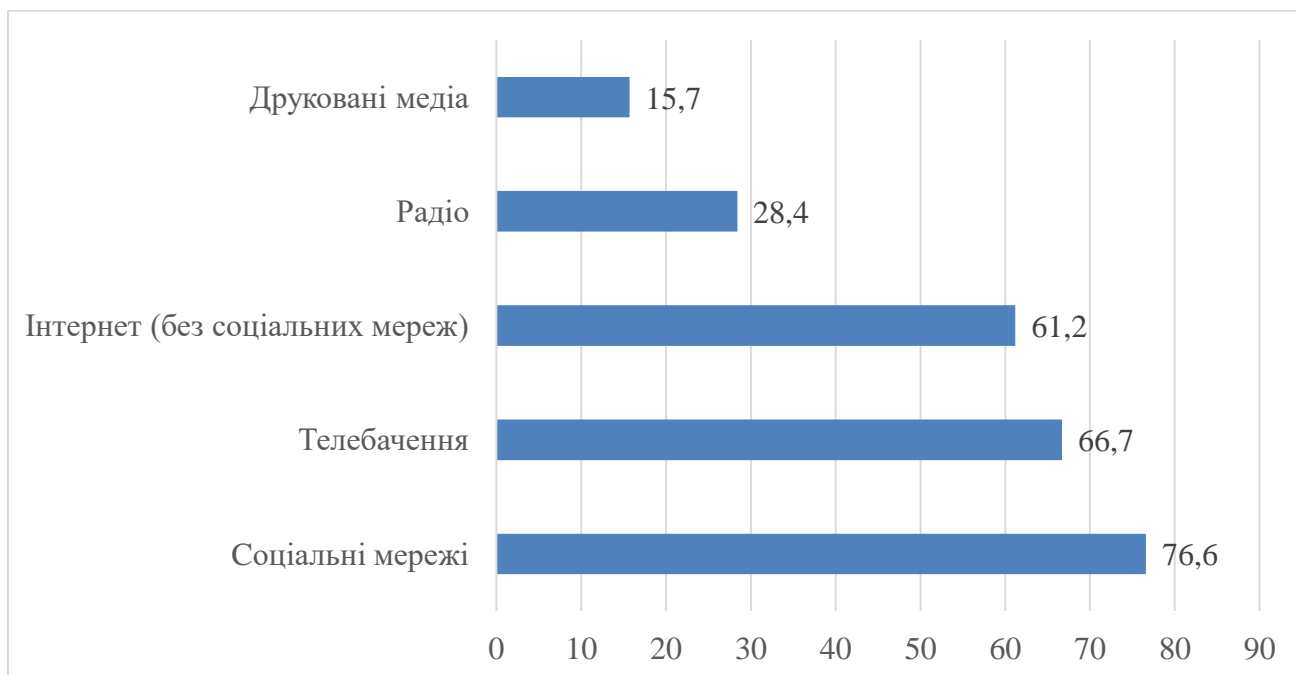
Не менш важливим інструментом протидії російським дезінформаційним впливам є медіаграмотність громадян України була визначена як одна зі стратегічних цілей в «Стратегії інформаційної безпеки до 2025 року» [96]. Однак, остаточне усвідомлення того, що сфера медіаграмотності має бути інтегрована до системи національної безпеки, прийшло тільки після повномасштабного російського вторгнення 24 лютого 2022 р. Розуміння медіаграмотності як елементу системи національної безпеки України потребує змістового наповнення та корегування підходів та напрацювання нормативно-правових актів. На думку експертів, в умовах когнітивної війни «інфраструктура, екосистема, що вже створені головними суб'єктами медіаграмотності, мають бути інтегровані до сектору національної безпеки, як пріоритетні» [5].

Сфера медіаграмотності як один з чинників формування демократичної системи політичних комунікацій в Україні динамічно розвивалася до 24 лютого 2022 р. [38]. Багато суб'єктів політики: уряд, політичні партії, інститути громадянського суспільства, працювали в даній сфері, реалізуючи численні проєкти для визначених цільових аудиторій. Від дня повномасштабного російського вторгнення більшість проєктів була призупинена на час, потрібний для трансформації активностей під потреби воєнного часу та релокації команд.

Проте зусилля, спрямовані на підвищення рівня медіаграмотності населення України, започатковані з 2014 р., не були даремними, адже опірність українського населення російським дезінформаційним впливам, попри їх

агресивність та масовий характер, залишається високою. За результатами опитування Фонду «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва, проведеного в травні 2022 р., унаочнило, що жителі Центру України та Заходу України не сприймають наративи російської дезінформації в абсолютній більшості. Авторами опитування були запропоновані респондентам дві протилежні за змістом інтерпретації однієї, одна з яких містила російський наратив. Респонденти мали обрати ту інтерпретацію, що відповідає їх особистій думці. Приміром, обираючи одне з двох протилежних пояснень причин російського вторгнення, близько 88 % респондентів погодилися, що війна в Україні є наслідком агресивної зовнішньої політики РФ, і тільки близько 7 % підтримали дезінформацію про те, що причиною російського вторгнення було прагнення України вступити до НАТО [129].

Важливість медіаграмотності в умовах воєнного стану визначається необхідністю розпізнавання дезінформації, що особливої важливості набуло в умовах зміни структури медіаспоживання політичних та політично значимих новин громадянами України, порівняно з довоєнним періодом. За результатами соціологічного опитування, проведеного КМІС на замовлення ОПОРИ з 3 травня по 26 травня 2022 р., найбільш популярним джерелом інформації стали у населення України соціальні мережі (для отримання новин ними користуються 76,6 % опитаних), тоді як до початку активної фази агресії першість залишалася за телебаченням (Мал. 4 [66]).



Мал. 4. Джерела політичної та політично значимої інформації

Телебачення як джерело політичної інформації перемістилося на друге місце (66,7 %), і на третьому місці частина мережі Інтернет без соціальних мережі (61,2 %). Радіо слухають 28,4 % опитаних українців, а друковані медіа читають лише 15,7 %. Ті респонденти, для кого соціальні мережі були головним джерелом новин, найбільше використовують Telegram (65,7 %), YouTube (61,2 %) та Facebook (57,8 %); 48 % користувалися Viber, 29,1 % – Instagram, 19,5 % – TikTok, 8,9 % – Twitter. Близько 2 % респондентів використовують для отримання новин WhatsApp та Signal [66].

Отже, в умовах воєнного стану розвиток медіаграмотності як чинника політичних комунікацій та спротиву дезінформації набула особливого значення. Заступник міністра інформаційної політики України Т. Шевченко заявив, що Міністерство культури та інформаційної політики України працює над інтеграцією медіаграмотності до системи національної безпеки, долучаючи до виконання цього завдання інші органи влади, зокрема, Міністерство освіти та науки України, Міністерство закордонних справ України, Центр стратегічних комунікацій та Центр протидії дезінформації [5]. Наприкінці 2021

р. розпочалася інтенсивна робота над Стратегією медіаграмотності, що мала стати основою для розвитку даної сфери політичних комунікацій на найближчі 5 років. Однак, її підготовка не була завершена через російське повномасштабне вторгнення. На сьогодні очевидно, що розробка такого документу потребує врахування нових обставин, але вона не повинна обмежуватися виключно потребами воєнного стану, а має виходити й на поствоєнний період.

Відтак, оцінку ролі та функціональності медіаграмотності в системі інструментів протидії російським дезінформаційним впливам в умовах воєнного стану, здійснюватимемо через звернення до конкретних кроків суб'єктів політики, здійснених в цьому напрямі. Насамперед, зазначимо, що змінив свої підходи до роботи в сфері медіаграмотності Національний проєкт з медіаграмотності «Фільтр» реалізований Міністерством культури та інформаційної політики. До 24 лютого 2022 р. зусилля команди проєкту зосереджувалися на комунікаційних активностях, що спрямовувалися на промоушн медіаграмотності серед різних категорій населення України. В умовах воєнного стану більше уваги приділяється навчанню інструментарію перевірки новин: «Ми мали перестрибнути з рівня розповідання, що таке медіаграмотність і чому вона важлива, до зміни поведінки. Був величезний запит від аудиторії, щоб ми пояснили, як зараз перевіряти новини, які є для цього інструменти» [5], – зазначає керівниця проєкту В. Ковтун. До того ж, «Фільтр» переніс всі активності в онлайн формат та розпочав більше працювати на закордонну аудиторію. За період від 24 лютого 2022 р. до вересня 2022 р. команда проєкту провела 54 лекції для студентів, школярів та дорослих в Україні та студентів закордонних вишів. Була запущена сторінка проєкту в TikTok (500 тис. користувачів) та почала працювати англійською мовою сторінка «Фільтру» у LinkedIn [5].

Міжнародні донорські організації, що працювали в Україні, були змушені евакуювати свої офіси з Києва до країн Європи чи до міст Заходу України. Це

безпосередньо вплинуло на те, що в перший місяць повномасштабної війни їх робота в сфері медіаграмотності була призупинена. До того ж потрібен був час для вивчення нагальних потреб цільових груп в умовах воєнного стану. В більшості випадків міжнародні донори продовжували підтримувати проекти з медіаграмотності, але посиливши увагу до протидії російській дезінформації. Зауважимо, що тільки ОБСЄ закрила Офіс проектного координатора в Україні через те, що росія наклала вето на продовження його мандату [134]. Відтак, згорнулися проекти цієї міжнародної організації в сфері медіаграмотності, але ключові донори: USAID, Internews Network, Єврокомісія, IREX, Посольство США, Посольство Сполученого Королівства, Deutsche Welle Akademie, продовжують надавати підтримку Україні в сфері медіаграмотності.

Через російську агресію змушена була здійснити релокацію з Києва та інших регіонів України значна кількість громадських організацій, що здійснювали свою діяльність в сфері медіаграмотності як інструменту протидії дезінформації. Після паузи першого місяця війни, попри складну безпекову ситуацію, такі ключові організації в сфері медіаграмотності, як Детектор медіа, Академія Української Преси, Інтерньюз-Україна, продовжили активну роботу з цільовими аудиторіями.

Заклади освіти всіх рівнів і до повномасштабного вторгнення росії відігравали значну роль в поширенні медіаграмотності, однак після 24 лютого 2022 р. роль освітніх інституцій в розвитку медіаграмотності звужилася через призупинення освітнього процесу та відтік певної кількості вчителів, викладачів, учнів та студентів до країн Європи, або до регіонів України, де не було активних бойових дій. Значних руйнувань зазнала освітня інфраструктура. За інформацією Офісу Генерального прокурора України станом на 20 червня 2022 р. через бомбардування та обстріли пошкоджені 2028 закладів освіти, з яких 209 зруйновано повністю [68].

Попри складні обставини, в яких вимушена була працювати система освіти, запиту на медіаграмотність залишалися актуальними. За результатами

опитування Академії Української Преси, проведеного в квітні 2022 р. 550 медіаосвітян в різних регіонах України, 92 % з них вважали важливими заняття з медіаграмотності як інструменту політичної комунікації в умовах війни [6]. Проте технічні проблеми та безпекова ситуація, що впливають на навчальний процес, перешкоджали продовжувати активності на довоєнному рівні.

Розгортання медіаграмотності як інструменту протидії дезінформації відбувалося в межах вже визначених цільових груп та означення нових, які потребували формування навичок захисту від дезінформації. Зокрема, були збережені десять цільових аудиторій, визначених до війни: школярі; студенти закладів вищої освіти; вчителі; журналісти; бібліотекари; політики; населення країни; люди літнього віку; мешканці окремих регіонів; експертна спільнота [38]. Залучення до заходів з медіаграмотності спрямовувалося і на нові вразливі аудиторії, робота з якими стала серйозним викликом.

Перша вразлива аудиторія – це люди, що проживають на окупованих після 24 лютого територіях в результаті повномасштабного вторгнення росії. Окупанти вдаються на цих територіях до повної інформаційної блокади. Зокрема, інформаційна блокада на територіях Херсонської обл. та Запорізької обл. полягає у: повному відключенні мобільного зв'язку українських операторів; безоплатній роздачі російських сім-карт; підключенні до мереж російського інтернету та блокуванні українських провайдерів; трансляції російських новин, в яких йдеться про «поразку» України у війні, «демократичний» майбутній референдум на окупованих територіях та можливості жити «нормально» тільки у складі РФ [114]. В коментарі Радіо Свобода журналіст з Херсону І. Антипенко сказав, що «російська пропаганда може мати вплив на жителів окупованої частини півдня, оскільки вони перебувають в інформаційній блокаді» [100], тож важливо підтримувати зв'язок з окупованими територіями України. Соціальний психолог О. Покальчук стверджує, що в воєнних умовах, особливо в умовах окупації, інформаційні атаки здійснюються не лише через медіа, а й через самих людей,

які поширюють чутки. Тому важливо працювати з наслідками таких дезінформаційних атак з метою локалізувати зону їх впливу

Друга вразлива категорія – це внутрішньо переміщені особи, яких за офіційними даними більше 8 млн. [178]. Експерти з Детектор медіа, що здійснюють моніторинг російської пропаганди [197], Фонду «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва, які проводили фокус-групові дослідження з внутрішньо переміщеними особами [128] стверджують, що російська пропаганда потенційно намагається створювати або підбурювати конфлікти в тих громадах, де проживають внутрішньо переміщені особи. Громадська спілка «Освіторія» вже працює з даною проблемою, створюючи подкасти для вчителів, у яких спростовуються міфи про внутрішньо переміщених осіб, роз'яснюються їх права, наводяться вправи, які допомагають опрацювати цю тему з учнями шкіл [67].

Третя вразлива категорія – це державні службовці та посадові особи органів місцевого самоврядування. В умовах воєнного стану почастишали спроби впливати на дії та рішення таких осіб за допомогою використання медійних інструментів впливу, зокрема, дідфейків. Одним з найвиразніших прикладів є той, коли мери низки європейських міст спілкувалися з дідфейком мера м. Києва В. Кличка [192].

Зміна цільових аудиторій спричинила і зміну співвідношення форматів діяльності в сфері медіаграмотності. До 24 лютого 2022 р. тут домінували всі три формати: тренінги, фактчекінг дезінформації та створення контенту з медіаграмотності. Після 24 лютого ці види діяльності збереглися, але змінилася їхнє співвідношення – на сьогодні найбільше уваги приділяють спростуванню фейків російської пропаганди та перевірці інформації.

Після повномасштабного вторгнення росії значно зросла потреба в фактчекінгу та спростуванні фейкової інформації, що було зумовлено збільшенням інтенсивності потоку дезінформації та пропаганди та кількості каналів її поширення. Найбільш активними фактчекінговими проєктами є

StopFake, VoxCheck, По той бік новин, Без брехні, НотаЄнота, Брехунець. StopFake активізував роботу іншомовних сторінок та посилив роз'яснювальну роботу з цільовими аудиторіями, а Брехунець перейшов на цілодобовий режим роботи [174].

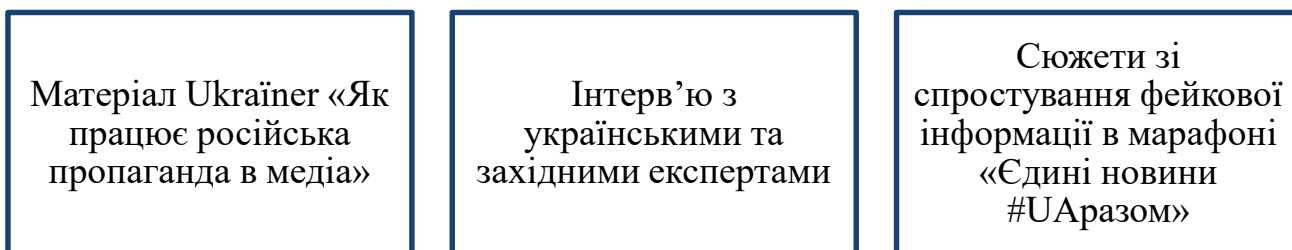
В умовах війни перевірки насамперед потребує інформація, що безпосередньо стосується бойових дій –це потребує особливої експертизи, відтак фактчекери залучають військових. Заступниця головного редактора проєкту StopFak В. Романюкнаголошує, що «фактчекери мають справу з інформацією, яка може завдавати шкоди життям багатьох людей і впливати на хід війни, тому точність роботи є дуже важливою» [174], тому варто звернути увагу на зростання кількості дідфейків, метою яких є вплив на масову аудиторію та маніпулювання політиками та державними службовцями. Це створює підвищені ризики в умовах війни. Якщо до 24 лютого 2022 р. фактчекінг був прерогативою діяльності громадських організацій та незалежних медіа, то в нових умовах у цю роботу включилися державні інституції, діяльність яких ми описували вище.

В умовах воєнного стану українські медіа продовжили створювати контент з медіаграмотності, використовуючи всі типи контенту, окрім розважального. Приміром, гумористичний проєкт *Телебачення Торонто* став працювати у більш серйозних жанрах особливр після того, як його засновник Р. Вінтонів (Майкл Щур) пішов до лав ЗСУ. Перехід аудиторії в соціальні мережі спонукав *Детектор медіа* та *Texty.org.ua* розпочати, з метою відстеження ключових наративів російської пропаганди, моніторинг телеграм-каналів, насамперед проросійських. Академія Української Преси продовжує створювати контент для освітян, акцентуючи увагу на роботу в умовах воєнних дій [120].

В перший місяць повномасштабного вторгнення в тренінговій активності була вимушена пауза, повертатися до якої почали в квітні 2022 р., повністю відмовившись від офлайн форматів. Онлайн навчання також відмовилося від довгих тренінгових сесій на користь коротких вебінарів чи лекцій. Умови

воєнного стану актуалізували потреби в нових знаннях та навичках, тому змінилася тематика тренінгів: більше уваги почали приділяти не лише інструментам фактчекінгу, а й новим темам: інструментам виявлення дідфейків; психологічній стійкості в умовах агресивного інформаційного середовища; журналістській етиці та стандартам в умовах війни; безпеці в мережі Інтернет. Важливо, що для дорослих Міністерство цифрової трансформації запустило оновлену платформу «Дія. Цифрова освіта» [23], що надає можливість всім охочим навчатися в інноваційному форматі освітніх серіалів безкоштовно. На сьогодні на порталі розміщено близько 80 освітніх серіалів з цифрової грамотності для всіх цільових груп українського суспільства.

Увага українських медіа до теми медіаграмотності як чинника ефективної політичної комунікації зберігається від початку війни росії проти України. Повномасштабне вторгнення 2022 р. посилило цю увагу. Медіа виділяють чимало ефірного часу темі впливу російської пропаганди та дезінформації, приклади яких наведені на Мал. 5



Мал. 5. Приклади формування медіаграмотності засобами медіа

Здійснюючи проекти з медіаграмотності, залишається відкритим питання про їх ефективність. Згідно з результатами соціологічного дослідження, проведеного в травні 2022 р. Фонд «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва, тільки 11% сумніваються в правдивості повідомлень в ЗМІ або соціальних мережах (в 2020 р. їх було близько 30%) [129]. Експерти Фонду

оцінюють цей результат негативно та вважають, що це не сприяє вразливості до дезінформації у соціальних мережах. Відтак, медіаексперти та журналісти наголошують на необхідності змістити фокус в умовах воєнного стану з навчання населення інструментам перевірки інформації на вміння знаходити та споживати тільки якісні джерела інформації, насамперед – якісні медіа. З цього приводу засновник проєкту Texty Р. Кульчинський наголошує: «Потрібно зробити так, щоб люди читали не анонімні вайбер-групи, а пул якісних ЗМІ. Бо пересічна людина не витратить час на те, щоб перевіряти інформацію та проводити фактчекінг, та й не вміє цього робити. Тому потрібно, щоб люди звикли споживати інформацію з таких джерел, де фейків не продукують. Якісні медіа мусять створювати такий контент, що чіпляє читача і спонукає його довіряти та віддавати перевагу саме таким медіа». Отже, довіра до якісних медіа може перетворитися на джерело європеїзації політичної комунікації в Україні, коли аналітична журналістика є її невід’ємним елементом.

Отже, інструменти протидії російським дезінформаційним впливам в Україні на сьогодні функціонують у державному та недержавному форматах. Повномасштабне вторгнення росії в Україну в лютому 2022 р. прискорило усвідомлення суб’єктами формування та реалізації політики протидії дезінформації необхідності інтеграції системи медіаграмотності до системи національної безпеки України. Такий підхід, апробований, зокрема і в Європейському Союзі, вимагає вироблення практичних механізмів на рівні формування відповідної нормативно-правової бази та відповідної деталізації проєктів в сфері медіаграмотності. Зважаючи на те, що росія здійснює й когнітивну агресію в Україні, маючи на меті змінити поведінку української нації загалом, та її політичної еліти, зокрема, медіаграмотність не має обмежуватися виключно фактчекінгом та навичками спростування дезінформації. Обидва формати протидії дезінформаційним впливам мають забезпечувати зростання когнітивної стійкості громадян України, відтак спрямовуватися на вироблення навичок одночасної медійної, цифрової та

психологічної грамотності. Для державних службовців та депутатів всіх рівнів влади та місцевого самоврядування медіаосвіта має стати обов'язковою. Найскладнішим кроком в умовах триваючої війни є пошук інформаційних каналів для комунікації з населенням тимчасово окупованих територій України, які мають бути частиною державних інструментів спростування наративів російської пропаганди.

3.3. Трансформація комунікаційних ресурсів політичних інститутів (на прикладі Верховної Ради України)

Світовий досвід засвідчує, що утвердження демократичних стандартів розвитку держави є неможливим без ефективної комунікативної взаємодії в політичному просторі. Стрибок у розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, що відбувся наприкінці ХХ – початку ХХІ ст., визначив стан сучасної епохи, що характеризується прогресуючим зростанням ролі комунікації в соціумі.

Динамічний розвиток і поширення інформаційно-комунікаційних технологій впливають як на життя окремих громадян, так і на функціонування політичних інститутів. Спроможність інформаційно-комунікаційних технологій виявляється в умовах стратегічного планування та реалізації, оскільки тільки тоді вони здатні забезпечити ефективність та результативність комунікаційних ресурсів політичних інститутів, у той самий час підтримуючи демократичні цінності відкритості, прозорості, підзвітності й доступності [164].

В зв'язку з проникненням технологій залучення громадськості в політичний процес, політичні інститути опинилися в ситуації зростання вимог щодо прозорості, відкритості та чутливості до проблем населення. Парламент, виступаючи інститутом представницької демократії та єдиним законодавчим органом, утворює потужний інформаційно-комунікаційний ресурс відносно розв'язання широкого кола проблем, які проявляються у політичному, соціальному, економічному потенціалі держави, що, в свою чергу, обумовлює

виконання ним функції гармонізації артикульованих інтересів громадян і державних пріоритетів.

Таким чином, налагодження ефективної комунікативної взаємодії шляхом пошуку оптимальних способів інформування громадськості про діяльність парламенту і забезпечення зворотного зв'язку, а також визначення особливостей, каналів та інструментів парламентської комунікації сприятиме забезпеченню підвищення якості та результативності реалізації парламентом своїх функцій. В даному контексті актуальним є здійснення аналізу комунікаційних ресурсів парламенту.

На думку Ю. Деревалю, парламентська комунікація являє собою «унікальний тип комунікативного процесу, якому притаманні власні джерела інформаційних контактів, особливий тип організації соціальних взаємовідносин, специфічні функціональні навантаження в рамках суспільства» [25]. Тобто, парламентська комунікація виступає формою політичної комунікації, в якій провідна роль відводиться парламенту, що не тільки визначає вектори політико-комунікативних процесів, а й залучає інших суб'єктів політичної комунікації до сформованого ним комунікаційного процесу.

Парламентська комунікація, відображаючи діалогові форми взаємодії між парламентом і суспільством, представляє собою складну багаторівневу систему, в рамках якої соціально-просторові та комунікаційні форми накладаються і розвиваються в нерозривній синергії. Демократичні парламенти потребують комунікації, з одного боку, для забезпечення якості прийняття політичних рішень та їх відповідності суспільним запитам, а з іншого – для забезпечення належного рівня залучення громадськості до політичного процесу з метою підтримки представницької демократії.

Парламентську комунікацію доцільно розглядати як особливу конфігурацію комунікаційного процесу, в якому компетентнісний, ідейний та

емоційний компоненти виражаються у формі вербальних або невербальних меседжів на міжособистісному та міжгруповому рівнях.

Аналізуючи функції парламентської комунікації стосовно політичної системи та громадянського суспільства, М. Шевчук визначає наступні [138, с. 194]:

– інформативна функція (поширення необхідної інформації/інформування про парламентські процеси та процедури);

– регулятивна функція (вироблення оптимального механізму взаємодії з громадянами, організаціями громадянського суспільства та міжнародним співтовариством);

– функція політичної соціалізації (формування норм діяльності та поведінки парламентарів стосовно реалізації зовнішніх комунікацій від імені парламенту як інституту представницької влади, а також від імені залучених до політичного процесу громадян);

– функція легітимації (забезпечення визнання і підтримання статусу та повноважень парламенту, як політичного інституту, на рівні суспільства);

– функція громадянської освіти (підвищення рівня обізнаності громадськості про діяльність парламенту та розвиток політичної культури суб'єктів комунікації);

– маніпулятивна функція (формування громадської думки та підтримання позитивного іміджу парламенту).

Зауважимо, що ефективність комунікаційних ресурсів парламенту визначається рівнем ефективності реалізації на рівні суспільства зазначених функцій.

Загалом, парламентська комунікація являє собою певну послідовність комунікативних дій (Мал. 6). Поміж складових компонентів парламентської комунікації необхідно виділити:

– суб'єкт комунікації: «суб'єктами парламентської комунікації є як парламент загалом, парламентські фракції, інші політичні угруповання в

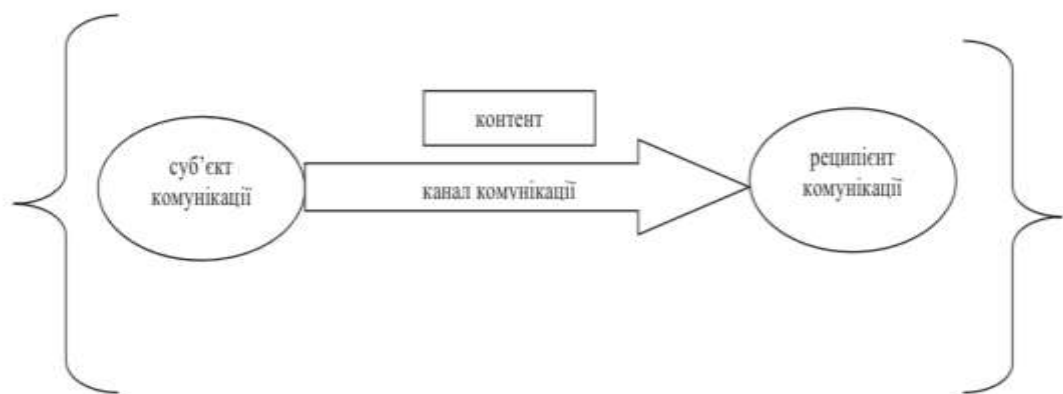
парламенті, комітети та комісії, окремі депутати (тобто суб'єкти комунікацій у парламенті), так і громадськість загалом, політичні партії, інститути самоорганізації населення (групи інтересів, групи тиску, групи підтримки тощо), окремі громадяни (тобто позапарламентські суб'єкти комунікацій)» [25];

– реципієнт/інший суб'єкт комунікації, тобто той, хто отримує повідомлення, опрацьовує його та робить фідбек відправнику, тим самим забезпечуючи зворотній зв'язок;

– канали комунікації – засоби та інструменти передачі повідомлення;

– контент меседжу – зміст інформації, яка передається;

– простір повідомлення (індивідуальний, колективний, мережевий тощо).



Мал. 6. Структура парламентської комунікації

Під засобами ресурсного забезпечення системи політичних комунікації ми розуміємо (1) певні організації та інститути, за допомогою яких забезпечується процес обміну інформацією, а також (2) комунікативні впливи або ситуації, (3) групи або окремих індивідів, що «сприяють обміну інформацією (прямому чи непрямому, опосередкованому чи безпосередньому, негайному або протяжному в часі)» [136]. Таким чином, засобами реалізації комунікаційної функції парламенту виступають: парламент, депутатські фракції, парламентські комітети, парламентарі/депутати парламенту,

парламентські бібліотеки, дослідницькі, інформаційні та аналітичні служби парламенту, політичні партії, організації/інститути громадянського суспільства, зацікавлені громадяни, мас-медіа.

Окрім того, інформування та комунікативна взаємодія на рівні політичних інститутів забезпечуються шляхом організації: (1) прес-брифінгів і прес-конференцій, (2) консультацій із громадськістю, (3) зустрічей із представниками міжнародних організацій, дипломатичних представництв і активної громадськості, (4) зустрічей із представниками органів державної влади різних рівнів і органів місцевого самоврядування, (5) використання засобів масової комунікації, зокрема інтернет-каналів, соціальних мереж і технічних засобів інформування, інструментів е-урядування.

Проблеми, що наразі постають перед сучасними парламентами, пов'язані з трансформацією комунікаційних ресурсів політичних інститутів. Згідно з результатами дослідження, проведеного за ініціативи Міжпарламентського Союзу та Програми розвитку ООН/ПРООН у квітні 2020 року, сучасні парламенти стикаються з трьома ключовими проблемами, кожна з яких в окремих державах і регіонах проявляється у різний спосіб і з різною динамікою. Однак, загальною для всіх країн є тенденція до зростання спільних вимог у середовищі громадськості. Загалом, означені тенденції виявляються у вимогах щодо:

- покращення якості інформування про діяльність парламенту, засоби та інструменти впливу на процес формування політичного порядку денного;
- підзвітність парламенту, особливо стосовно реагування на суспільні запити;
- надання послуг відповідно до потреб громадян [164].

З метою підвищення якості комунікативної взаємодії, роз'яснення та залучення громадськості на рівні політичних інститутів вживається ціла низка різноманітних заходів. Дані заходи мають тенденцію «розділятися на дві

категорії: надання більшого обсягу інформації та покращення розуміння парламенту громадянами; збільшення консультацій з громадськістю» [164].

Прорив в інформаційно-комунікаційному середовищі ставить нові завдання на шляху до налагодження дієвої парламентської комунікації. В умовах, коли практично відбувається перенесення комунікаційних процесів із реальною середовища у віртуальне, постає питання про ефективність використання сучасних каналів комунікації в парламенті. Аналіз наведеного світового досвіду є дозволяє ідентифікувати аналогічні проблеми у сфері забезпечення інформаційної відкритості та комунікаційної спроможності Верховної Ради України. Проблема реалізації ефективних комунікацій у багатьох аспектах ґрунтується саме на їх ресурсному забезпеченні, зокрема в процесах популяризації та формування позитивного іміджу парламенту. Комунікаційні ресурси ВРУ спрямовуються на забезпечення ефективності механізмів та інструментів комунікації задля підвищення рівня комунікаційної спроможності та довіри населення, підтримку іміджу відкритого і надійного стратегічного партнера у геополітичному просторі.

Загалом, поняття «комунікаційний ресурс» можна визначити як засіб цілеспрямованої передачі інформації у процесі комунікаційної діяльності [11]. Важливими документами на шляху розбудови системи комунікаційної спроможності парламенту України стали Розпорядження Голови Верховної Ради України «Про деякі заходи щодо забезпечення відкритості процесу роботи Верховної Ради України, її органів, народних депутатів України та Апарату Верховної Ради України» [81] та «Про додаткові заходи з реалізації Декларації відкритості парламенту» [82].

Відповідно до розпорядження, «з метою створення сприятливих умов для реалізації Декларації відкритості парламенту та підвищення якості українського парламентаризму шляхом здійснення заходів, спрямованих на забезпечення прозорості та передбачуваності у діяльності Верховної Ради України, її органів, народних депутатів України та Апарату Верховної Ради

України затверджено План дій з реалізації Декларації відкритості парламенту та склад Моніторингового комітету з питань Декларації відкритості парламенту. Його метою є забезпечення більш прозорої роботи парламенту та залучення громадян до парламентських процесів відповідно до принципів Декларації відкритості парламенту» [81].

Розпорядженням Голови ВРУ «Про додаткові заходи з реалізації Декларації відкритості парламенту» схвалено Комунікаційну стратегію Верховної Ради України на 2017-2021 роки [42]. Головною метою Комунікаційної стратегії ВРУ визначалось «підвищення рівня довіри до Верховної Ради України та сприйняття її як ефективної інституції серед громадян України, організацій громадянського суспільства, засобів масової інформації та міжнародних аудиторій» [42]. Стратегія спрямовувалась на вирішення шести основних завдань, зокрема: «(1) покращення іміджу парламенту шляхом запровадження системних комунікацій за допомогою єдиного комунікаційного центру всередині парламенту, запровадження кодексу етики та правил брендингу Верховної Ради України; (2) підвищення обізнаності громадян щодо парламентських процесів; (3) забезпечення активної участі громадськості у процесі прийняття рішень та налагодження зворотного зв'язку; (4) вдосконалення співпраці з парламентськими та незалежними медіа і журналістами, в тому числі й міжнародними засобами масової інформації; (5) посилення інформаційного компоненту присутності парламенту на міжнародному рівні; (6) оптимізація внутрішніх комунікацій та обміну інформацією всередині парламенту» [42].

Важливим компонентом ресурсного забезпечення комунікації на міжнародному рівні виступає реалізація програм співпраці ВРУ з представницькими інституціями зарубіжних держав, міжпарламентськими структурами, організаціями та об'єднаннями. Всебічна підтримка даного напрямку комунікації належить до компетентності Управління забезпечення міжпарламентських зв'язків [16]. Окрім цього на Управління покладено

функції інформаційного та організаційного забезпечення міжнародної діяльності парламенту, забезпечення виконання зобов'язань в рамках програм співпраці ВРУ на міжнародному рівні, підготовки проєктів пропозицій щодо визначення засад і пріоритетів міжнародної діяльності парламенту України.

Наразі існує відтворювана практика взаємодії Верховної Ради України з міжнародними представницькими інституціями. В означеному аспекті Управління забезпечення міжпарламентських зв'язків забезпечує як підготовку візитів парламентських делегацій за кордон, так і прийом парламентських делегацій або окремих посадових осіб зарубіжних країн, що, на нашу думку, сприяє посиленню присутності парламенту України у міжнародному політичному середовищі. Зауважимо, що ВР України бере участь у діяльності близько десяти міжнародних парламентських організацій [56]. Зазначений напрям діяльності є ефективним інструментом зовнішньої комунікації парламенту. Внутрішній вектор парламентської комунікації у сфері міжнародного співробітництва на рівні Апарату ВРУ забезпечується Управлінням міжпарламентських зв'язків спільно з комітетами з питань європейської інтеграції та у закордонних справах.

Комунікаційна стратегія українського парламенту визначає канали парламентської комунікації медійними та немедійними активами (засобами), зокрема ще не підпорядковані парламенту, за допомогою яких і через які парламент здійснює комунікаційну діяльність.

Сегментація цільових аудиторій та каналів комунікації дозволяє сформувати матрицю застосування комунікаційних ресурсів Верховної Ради України. Загалом комунікаційні ресурси парламенту можна розділити на (Таблиця 1):

- первинні (медійні та немедійні);
- вторинні (публічні та політичні).

Таблиця 1

Комунікаційні ресурси Верховної Ради України

Первинні ресурси парламентської комунікації	Медійні	Немедійні
	парламентський телеканал «Рада»; газета «Голос України»; веб-ресурси парламенту; сторінки в соціальних мережах Голови ВРУ, комітетів, прес-служби, Апарату ВРУ	брифінги, прес-конференції, повідомлення для мас-медіа; розсилки; зустрічі з представниками міжнародних організацій, дипломатичних представництв і активної громадянськості; зустрічі з представниками органів державної влади різних рівнів і органів місцевого самоврядування; зустрічі народних депутатів/парламентарів із виборцями, прийом громадян, робота в округах; мережа Інтернет
Вторинні ресурси парламентської комунікації	Публічні	Політичні
	вітчизняні (національні, регіональні) та іноземні ЗМІ, акредитовані журналісти; сайти та сторінки у соціальних мережах неурядового сектора	народні депутати/парламентарі; депутатські фракції, групи та об'єднання; комітети Верховної Ради України

Як бачимо, Комунікаційна стратегія Верховної Ради України визначає як традиційні, так і відносно нові формальні канали парламентської комунікації. До останніх ми відносимо мережу Інтернет і електронні канали, що в ній функціонують: веб-ресурси, сайти, сторінки в соціальних мережах.

Характеризуючи комунікаційні ресурси політичних інститутів, доречно зацентувати увагу також і на неформальних засобах передачі інформації. Під неформальною розуміється «комунікація (обмін інформацією) між людьми і групами, що не контролювана ззовні формальними структурами. Неформальна комунікація відрізняється від інституалізованої насамперед тим, що вона не піддається жорсткому контролю, а також складно передбачити результат її впливу на суспільство» [141].

Варто наголосити на зростанні ролі неформальних каналів комунікації, що, на наш погляд, пов'язано зі зниження рівня довіри в суспільстві до офіційних джерел інформації. Така тенденція зумовлює зростання значущості інформації, отриманої з неформальних джерел, тобто у процесі міжособистісного спілкування. До неформальних засобів комунікації належать чутки, плітки, анекдоти, а також меми. Цей перелік можна розширити, додавши політичні карикатури, громадську думку і політичні міфи, що формуються суспільством.

Причинами виходу на перший план неформальних каналів можуть бути «інформаційний голод», нестача достовірної інформації щодо необхідної теми або проблеми, екстраординарні події і герої, невдоволення політикою, що виражається в гумористичній чи мистецькій формі. Природно, що такі джерела, як правило, формують негативну оцінку діяльності політичних лідерів та інституцій.

Однак неформальні джерела можуть грати і позитивну роль саме тоді, коли формується імідж політичного інституту. Вони можуть бути спрямовані на те, щоб привернути увагу населення до парламенту. Завдяки їм, абсолютно не зацікавлені в політиці громадяни проявляють бажання долучитись до політичного життя країни, зробити безпосередній вплив на розвиток і функціонування політичних інститутів, здійснювати контроль за ними з метою припинення беззаконня та несправедливості, боротьби з корупцією.

Ключовими перевагами, що дозволяють відокремлювати сучасні комунікаційні канали, на нашу думку, є:

- доступність інформації для широкого загалу;
- реалізація принципу відкритості парламенту;
- інтерактивність, тобто можливість двохвекторної взаємодії з реципієнтами парламентської комунікації;
- незалежність, що має на увазі відносну самостійність в отриманні інформації та зменшення ризику інформаційного впливу зацікавлених груп.

На сучасному етапі інтенсифікація інтернет-технологій, які тільки розширюють масштаби та форми політичної участі, все більше підштовхує громадян до динамічного і регулярного контакту з державою та її інституціями, зокрема з парламентом.

Активні інтернет-користувачі отримали змогу здійснювати глобальну комунікацію з парламентом у рамках моделі «багато до багатьох», де кожен абонент мережі може звертатися до іншого абонента чи групи від свого імені чи імені групи. Віртуальний інформаційний вплив значною мірою можна трактувати як взаємодію, в межах якої користувачі залучаються до комунікаційного процесу за рахунок формування зворотного зв'язку та подальшого поширення інформації.

В умовах становлення інформаційного суспільства найбільше значення отримали не відстань, а складність і обсяг переданої інформації (креслення, графіки, програми, мультимедіа тощо), а цю функцію найкраще реалізують саме електронні засоби комунікації, особливо мережа Інтернет [13].

Таким чином, завдяки сучасним каналам, парламентська комунікація отримала нові якісні характеристики з точки зору таких параметрів, як ефективність комунікації, швидкість поширення інформації та оперативність отримання зворотного зв'язку або реакції. Останні тенденції свідчать про те, що комунікаційні ресурси Верховної Ради України стрімко розвиваються і модернізуються.

На рівні законодавства закріплено перелік інформаційних ресурсів веб-сайту Верховної Ради України, які мають містити інформацію про законопроекти; закони України, постанови Верховної Ради України, міжнародні договори України; пленарні засідання Верховної Ради України та парламентські слухання; структуру, керівництво, склад депутатського корпусу Верховної Ради України; депутатські фракції і групи, комітети та комісії Верховної Ради України; діяльність комітетів Верховної Ради України; діяльність тимчасових спеціальних і тимчасових слідчих комісій Верховної

Ради України; міжпарламентські зв'язки; проведення перевірки відповідно до Закону України «Про очищення влади»; господарсько-фінансову діяльність Верховної Ради України; доступ до публічної інформації; порядок доступу громадян до відкритих пленарних засідань Верховної Ради України; висвітлення діяльності Верховної Ради України у ЗМІ; бібліотечно-бібліографічні ресурси Верховної Ради України; інформацію про діяльність Апарату Верховної Ради України [75].

Зауважимо, що інформативність вебсторінки дозволила офіційному порталу Верховної Ради в першому півріччі 2021 року стати найпопулярнішим серед веб-сайтів парламентів майже двохсот країн світу. Щомісяця сайт українського парламенту відвідують майже 3 млн. користувачів, а кількість переглядів за місяць досягає 8 млн. [105].

На забезпечення подальшого розвитку комунікаційних ресурсів Верховної Ради України була спрямована також Стратегія електронного парламентаризму на 2018-2020 роки, якою «передбачено повну автоматизацію законотворчого процесу, запровадження електронних цифрових підписів і персональних електронних кабінетів депутатів, створення внутрішнього корпоративного порталу для роботи з електронними документами» [112].

В підсумку зазначимо, що в сучасному політичному суспільстві взаємодія парламенту і громадськості має всі ознаки комунікативного процесу. При цьому, парламентська комунікація повною мірою відображає діалогові відносини між парламентом і суспільством, де парламент визначає вектори комунікаційного процесу і залучає до нього інших суб'єктів. Однак, технологічний інформаційний прорив та зростання цінності інформації ставлять перед політичними інститутами проблеми співіснування різних точок зору, досягнення консенсусу в суспільному середовищі, залучення громадян до ухвалення політичних рішень. Зазначені вимоги виражаються не тільки в забезпеченні депутатів необхідною інформацією для роботи над законопроектами, а й у забезпеченні громадян інформацією щодо діяльності

законодавчого органу і, нарешті, у залученні громадян до цієї діяльності, особливо на стадії підготовки законопроектів.

Налагодження ефективного процесу комунікації парламенту з громадянами України, організаціями громадянського суспільства, засобами масової інформації та міжнародною аудиторією вимагає застосування формальних і неформальних комунікаційних каналів. Неформальні канали парламентської комунікації, такі як чутки, анекдоти і карикатури, відіграють помітну роль у процесі сприйняття і розуміння того, що відбувається в політиці. Вони дозволяють орієнтуватися в різноманітті парламентських процесів і явищ, формувати ставлення до них, впливають на поведінку людей.

Комунікаційні ресурси політичних інститутів, які характеризуються доступністю, ефективністю і незалежністю здатні задовольнити вимоги щодо швидкості поширення інформації та оперативності отримання зворотного зв'язку. Водночас постає питання якісного комунікативного наповнення, що може стати предметом подальших дискусій. Окрім того, подальшого вдосконалення потребують механізми та інструменти комунікаційної діяльності парламенту. На персональних сторінках нардепів офіційного веб-порталу ВРУ бракує біографічної довідки про парламентаря, показників відвідуваності засідань комітетів, контактів, адрес і часу прийому громадян, посилань на сторінки депутата у соціальних мережах або веб-сайт тощо. Враховуючи, що комунікація є невід'ємним атрибутом діяльності парламентів як інститутів представницької демократії, вважаємо, що перспективним напрямом зростання ефективності комунікативних ресурсів парламенту є розвиток інтерактивних каналів комунікації, заснованих на мережевих технологіях, зокрема сторінок в соціальних мережах.

ВИСНОВКИ

Адекватність інструментів та ресурсів політичної комунікації України в умовах геополітичної турбулентності набуває особливого значення як ресурс протидії російській агресії та збереження Української державності. Здійснене комплексне вивчення особливостей застосування інструментів та ресурсів політичної комунікації України в умовах геополітичної турбулентності дозволяє сформулювати низку висновків теоретичного та прикладного характеру.

По-перше, теоретико-методологічні принципи дослідження політичних комунікацій в умовах геополітичної турбулентності потребують застосування теорій та концептів, що стосуються політичної комунікації та війни як форми геополітичної турбулентності. В сучасних теоріях та концептах політичної комунікації вона позиціонується як багатоаспектний феномен, цілеспрямований процес, заснований на мові та символах, правильне використання яких здатне стимулювати конкретні дії, та моделювати ефекти. Політична комунікація є необхідним компонентом розвитку демократії та, водночас, механізмом маніпуляцій, що вказує на безлічі варіантів її впливу на політичне життя. З усієї варіативності підходів до розуміння війни як форми геополітичної турбулентності, ми опиралися на теорію конструктивної логіки сучасні війни Б. Цвайбельсона, який пропонує досліджувати війну за допомогою низки понять: іррегулярний, асиметричний, не(до)структурований, хаотичний. Відтак, війна є критичною та креативною формами розвитку геополітичного, нелінійним процесом творення, руйнування та інновації, в якому особлива роль належить політичній комунікації.

По-друге, здійснений аналіз особливостей застосування системи інструментів політичної комунікації в умовах воєнного стану в Україні підтверджує поширену в політологічному дискурсі тезу про те, що від початку повномасштабного російського вторгнення перед українською владою постала

проблема забезпечення якісної та своєчасної комунікації інститутів влади як на рівні політичної системи, так і між нею та українським суспільством. В умовах воєнного стану ефективна комунікація передбачає швидке інформування громадськості щодо перебігу подій та ухвалених рішень. Такі дії необхідні задля попередження фейків, які розповсюджує російська пропаганда, та можливих ризиків, пов'язаних з військовими діями. Зміна вектору та характеру комунікації інститутів влади у просторі внутрішньої політики, починаючи з лютого 2022 р., відбувалися в умовах воєнного стану та зумовлювалися завданнями ведення війни на території Української держави.

В даному контексті особливої ваги набула якість кризових комунікацій Президента України В. Зеленського, що позначені низкою специфічних особливостей, які можна розглядати як своєрідні маркери періоду російсько-української війни. Насамперед, це домінування суспільно-політичної лексики (антивоєнна коаліція, евакуація, ембарго, внутрішньо переміщені особи, гуманітарні коридори, гуманітарна допомога, гуманітарний хаб, колаборанти, комендантська година, повітряна тривога, окупанти) та новітніх лексем (орки, рашизм, рашисти), яка на рівні виступів Президента України, формує концепт політичної комунікації. Здійснений аналіз виступів, звернень, інтерв'ю та промов Президента України В. Зеленського вказує на домінування у його політичному дискурсі проактивної, агітаційної, інформаційно-інтерпретаційної, конвенційної, оціночно-впливової, регулятивно-спонукальної стратегій, а також стратегії формування емоційного настрою адресата.

По-третє, визначені тенденції оновлення моделі стратегічних комунікацій Української держави в умовах воєнного стану вказують на те, що ці процеси пов'язані з діяльністю створеного в березні 2021 р. Центру стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки, що є урядовою інституцією при Міністерстві культури та інформаційної політики України. На особливу увагу заслуговують два практичних результати, отримані Центром, досягнуті до початку активної фази російської агресії в Україні 24 лютого 2022 р., але

повною мірою використані після цієї дати: (1) брошура «У разі надзвичайної ситуації або війни», в основу якої була покладена шведська модель подання інформації – стислий виклад з максимумом практичних порад; (2) організація та проведення в грудні 2021 р. першого в Україні форуму стратегічних комунікацій Kyiv Stratcom Forum, який консолідував простір стратегічних комунікацій.

В умовах воєнного стану Центр означив нові напрями діяльності з метою оновлення моделі стратегічних комунікацій Української держави відповідно до нових викликів: по-перше, Центру беруть участь в проведенні нарад з комунікаційними підрозділами обласних військових адміністрацій, під час яких надають рекомендації, як забезпечити ефективність комунікацій в умовах війни; по-друге, Центр здійснює, спільно з правоохоронцями, збір бази даних геноцидальної риторики російських посадовців та пропагандистів, що згодом будуть використані як елемент доказової бази геноциду проти українського народу з боку росії на судових процесах. Важливо, що основним меседжем в оцінці геноцидальної риторики російських посадовців та пропагандистів став наратив про те, що геноцид українського народу є зумисною державною політикою, і для того, щоб визнати дії рф геноцидними, потрібно довести, що політики та посадовці свідомо віддавали накази або заохочували до насильства саме щодо українського народу.

По-четверте, дослідження процесу ресурсної консолідації медіа-комунікацій в умовах воєнного стану вказує на те, що цей процес відбувався відповідно до нормативно-правової бази, сформованої Законами України, рішеннями РНБО та Указами Президента України, які суттєво змінили набір регуляторних норм, відповідно до яких мають діяти українські медіа в умовах воєнного стану. Деталізація норм була здійснена в Наказі головнокомандувача Збройних сил України В. Залужного «Про організацію взаємодії між Збройними силами України, іншими складовими сил оборони та представниками засобів масової інформації на час дії правового режиму

воєнного стану» від 3 березня 2022 р. Нормативне регулювання медіа-комунікацій в умовах воєнного стану здійснювалося і за допомогою рішень Ради національної безпеки і оборони України, ухвалених 18 березня 2022 р. про нейтралізацію загроз інформаційній безпеці держави та реалізацію єдиної інформаційної політики в умовах воєнного стану. Відповідно до них, Національна рада з питань телебачення та радіомовлення України ініціювала розгортання марафону «Єдині новини» як протидії російським фейкам та дезінформації в умовах цивілізаційної війни росії проти Української держави.

Оцінюючи значення ефірів марафону «Єдині новини», ми виокремили такі його основні ознаки: (1) головні меседжі погоджувалися, що забезпечувало максимальну концентрацію інформації щодо таких важливих проблем, як, наприклад, необхідність закриття неба над Україною, організація українських гуманітарних вантажів та волонтерської діяльності; (2) брак воєнних аналітиків вплинув на форми подання інформації про бойові дії; (3) проблемні моменти кожного ефіру розбиралися; (4) ведучих новин кожен канал визначав самостійно, зважаючи на наявні ресурси; (5) ведучі марафону мають різний стиль ведення та використовують різну, подекуди агресивну, стилістику організації дискурсу; (6) одним з найважливіших досягнень телемарафону стало дотримання такого журналістського стандарту як оприлюднення лише перевіреної інформації; (7) глядачі могли отримати загальну картину про події в Україні тільки в контексті Української сторони та позиції, бракувало європейського та північноамериканського бачення процесів; (8) марафон не дав розбалансувати та політизувати (партизувати) спротив російській агресії. Важливим аспектом ресурсної консолідації медіа-комунікацій в умовах воєнного стану в Україні стало акцентування уваги на дотриманні стандартів журналістської діяльності.

По-п'яте, характеризуючи процес застосування інструментів забезпечення протидії російським дезінформаційним впливам нами було встановлено, що важливим інститутом у забезпеченні організації відповідної

державним інтересам моделі політичної комунікації в умовах воєнного стану є Центр протидії дезінформації при РНБО, який аналізує та висвітлює тенденції з розгортання спротиву України російській агресії, зокрема і дезінформаційній. Не менш важливим інструментом протидії російським дезінформаційним впливам є інструментальний потенціал медіаграмотності. Відтак, інструменти протидії російським дезінформаційним впливам в Україні на сьогодні функціонують у державному та недержавному форматах.

Повномасштабне вторгнення росії в Україну в лютому 2022 р. прискорило усвідомлення суб'єктами формування та реалізації політики протидії дезінформації необхідності інтеграції системи медіаграмотності до системи національної безпеки України. Такий підхід, апробований, зокрема і в Європейському Союзі, вимагає вироблення практичних механізмів на рівні формування відповідної нормативно-правової бази та відповідної деталізації проєктів в сфері медіаграмотності. Зважаючи на те, що росія здійснює й когнітивну агресію в Україні, маючи на меті змінити поведінку української нації загалом, та її політичної еліти, зокрема, медіаграмотність не має обмежуватися виключно фактчекінгом та навичками спростування дезінформації. Обидва формати протидії дезінформаційним впливам мають забезпечувати зростання когнітивної стійкості громадян України, відтак спрямовуватися на вироблення навичок одночасної медійної, цифрової та психологічної грамотності. Для державних службовців та депутатів всіх рівнів влади та місцевого самоврядування медіаосвіта має стати обов'язковою. Найскладнішим кроком в умовах триваючої війни є пошук інформаційних каналів для комунікації з населенням тимчасово окупованих територій України, які мають бути частиною державних інструментів спростування наративів російської пропаганди.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «Кадировці» — досить примітивна спроба налякати Україну. URL: <https://detector.media/blogs/article/196921/2022-02-25-kadyrovtsi-dosyt-prymityvna-sproba-nalyakaty-ukrainu/>
2. «Наші героїні та чарівні амазонки»: військові зворушливо привітали українських жінок зі святом (відео). URL: <https://fakty.ua/397967-nashi-geroini-i-volshebnye-amazonki-voennye-trogatelno-pozdravili-ukrainskih-zhencshin-s-prazdnikom-video>
3. 5. Перший. Український. Інформаційний. 5 канал і Прямий підтримають реалізацію єдиної інформполітики воєнного стану. 20.03.2022. URL: <https://www.5.ua/suspilstvo/5-kanal-i-priamyi-pidtrymaiut-realizatsiiu-iedynoi-informpolityky-voiennoho-stanu-271881.html>
4. Академія викладачів журналістики Безпековий вимір сфери медіаграмотності. URL: <https://www.jta.com.ua/trends/bezpekovyy-vymir-sfery-mediahramotnosti/>
5. Академія викладачів журналістики. Безпековий вимір сфери медіаграмотності. 2022. URL: <https://www.jta.com.ua/trends/bezpekovyy-vymir-sfery-mediahramotnosti/>
6. Академія Української Преси. Презентація результатів опитування «Медіаосвіта у час війни: результати опитування освітян». 2022. URL: <https://medialiteracy.org.ua/prezentatsiya-rezultativ-opytuvannya-mediaosvita-u-chas-vijny-rezultaty-opytuvannyaosvityan/>
7. Арендт Х. О насилії. М. Новое издательство, 2014.
8. Бабенко Ю. Інформаційна війна – зброя масового знищення! URL: http://www.pravda.com.ua/rus/articles/2006/04/20/4399050/view_print
9. Базові поняття стратегічних комунікацій: стандарти на основі документів НАТО (англійсько-український та українсько-англійський словник) / Л. Компанцева, О. Акульшин, Н. Акульшина, Т. Дедушкіна, О. Заруба, О. Зубченко, І. Хома, Н. Чернігівська. Київ: НА СБУ, 2019. 366 с.
10. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ, 2009. 376 с.
11. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: Моногр. Київ: МАУП, 2005. 440 с.
12. Бочарніков В., Свешніков С. Погляди на характер сучасних воєнних конфліктів. *Наука і оборона*. 2017. №1. С. 3–8.
13. Вайер А. М. Інтерактивні форми політичної комунікації. *Актуальні проблеми політики* : зб. наук. пр. / редкол.: С. В. Ківалов (голов. редкол.), Л. І. Кормич (голов. ред.), І. М. Милосердна (відп. ред.) [та ін.] ; НУ «ОЮА», Південноукр. центр гендер. проблем. Одеса : Фенікс, 2019. Вип. 64. С. 134-144

14. В Україні заборонили відеозйомку військової техніки і будівель. Порушників затримують. URL: <https://detector.media/infospace/article/197717/2022-03-21-v-ukraini-zaboronyly-videozyomku-viyskovoï-tekhniky-i-budivel-porushnykiv-zatrymuuyut/>
15. Вайзер Т. Аудиальная демократия: включение неслышимых субъектов в политическое сообщество. *Логос*. 2015. Том 25. № 6.
16. Верховна Рада України. Офіційний вебпортал. URL: <https://www.rada.gov.ua/>
17. Виступ Президента України Володимира Зеленського на саміті НАТО 24 березня 2022 року. URL: <https://www.president.gov.ua/videos/vistup-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelenskogo-na-samiti-n-2217>
18. Від ефективності інструментів впливу на Росію залежить, скільки триватиме ця війна : Звернення Президента України від 15 квітня 2022 року. URL: <https://www.president.gov.ua/news/vid-efektivnosti-instrumentiv-vplivu-na-rosiyu-zalezhit-skil-74349>
19. Волянюк І. Політичний дискурс в умовах російсько-української війни: лінгвістичний аспект. *Закарпатські філологічні студії*. Випуск 23. Том 1. С. 47-52
20. Ганжуров Ю. Парламентсько-урядова комунікація як модель політичного дискурсу. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України*. 2017. Вип. 3 (89). С. 239–252
21. Горбулін В. «Гібридна війна» як ключовий інструмент російської геостратегії реваншу. URL: www.niss.gov.ua/public/File/2015_book/012315_Gorbulyan.pdf
22. Даль Р. Демократия и ее критики. М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2003.
23. Дія. Цифрова освіта. <https://osvita.diia.gov.ua/>
24. Дослідження організаційної культури державної служби України-2020. «Державна служба в Україні: ваша точка зору». НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозів. НАН України»; Національне агентство України з питань державної служби; Центр з питань доброчесності в оборонному секторі. Київ, 2020. URL: <https://nads.gov.ua/storage/app/sites/5/2020-nads.pdf>
25. Древаль Ю. Д. Парламентські комунікації. URL: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2011-2/doc/1/10.pdf>.
26. Древаль Ю. Д. Демократія участі та політичне представництво. *Актуальні проблеми державного управління*. 2012. № 2. С. 203-209. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdy_2012_2_30
27. Ефективні комунікації: Практичні рекомендації для секретаріатів комітетів Верховної Ради України. Проект сприяння впровадженню комунікаційної стратегії Верховної Ради України ЄС-ПРООН з парламентської реформи та

- «Інтерньюз-Україна». Київ, 2020. URL: https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/library/democratic_governance/effective-communications--practical-recommendations-for-the-secr.html.
- 28.Єдина інформаційна політика: що значать рішення влади щодо «Зеонбуду» та марафону. URL: <https://detector.media/rinok/article/197726/2022-03-22-iedyna-informatsiyna-polityka-shcho-znachat-rishennya-vlady-shchodo-zeonbudu-ta-marafonu/>
- 29.3 Україною весь світ: у Лондоні не стихають протести. URL: <https://podrobnosti.ua/2441213-z-ukranuju-ves-svt-u-london-ne-stihajut-protesti.html>
- 30.Звернення Президента України до парламенту Литви : 12 квітня 2022 року. URL: <https://www.president.gov.ua/news/zvernennya-prezidenta-ukrayini-do-parlamentu-litvi-74285>
- 31.Зеленський підписав указ про єдине мовлення на всіх каналах. У Порошенка обурюються. 20 березня 2022. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2022/03/20/7333000/>
- 32.ЗСУ пояснили журналістам, як правильно позначати службові автівки. URL: <https://detector.media/community/article/197334/2022-03-09-zsu-poyasnyly-zhurnalistam-yak-pravylny-poznachaty-sluzhbovi-avtivky/>
- 33.ЗСУ просять не публікувати персональні дані офіцерів та інформацію про бомбосховища. URL: <https://detector.media/infospace/article/197610/2022-03-17-zsu-prosyat-ne-publikuvaty-personalni-dani-ofitseriv-ta-informatsiyu-pro-bomboskhovyshcha/>
- 34.Іванов В. Журналістика – це не поле бою, а інформування аудиторії. URL: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/16193/2016-03-04-zhurnalistyka-tse-ne-pole-boyu-a-informuvannya-audytorii-valeriy-ivanov/>
- 35.Ігор Соловей. Сторінка в соціальній мережі Facebook. URL: <https://www.facebook.com/solovey.igor/posts/6008651865874102>
- 36.Інститут масової інформації. Правила для журналістів щодо поведінки з військовими. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/pravyyla-dlya-zhurnalistiv-shhodo-povedinky-z-vijskovymy-i44056>
- 37.Каліщук Д. М. Концептуальні стилі англomовних політиків (на матеріалі політичного дискурсу президентів Дж. Буша мол., Б. Обама): дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Луцьк, 2017. 245 с.
- 38.Картування сфери медіаграмотності в Україні. URL: <https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2021/12/Kartuvannia-mediahramotnosti.-Analychnyy-zvit.-Ukraina.pdf>

- 39.КМДА пояснила правила зйомок в лікарнях в умовах воєнного стану. URL: <https://detector.media/infospace/article/201237/2022-07-22-kmda-poyasnyla-pravylya-zyomok-v-likarnyakh-v-umovakh-voiennoho-stanu/>
- 40.Кобець Р. Засади комунікативного супроводу державної політики. «К.І.С.». Київ. 2013. С. 6–7. URL: <https://drive.google.com/drive/folders/1NM15Lh4SVXb8iKyveicyFIL9J5o5aOW6>.
- 41.Комунікації в період інформаційної війни – підхід НАТО. Герлінда Нігус, відділ громадської дипломатії НАТО. Давоський комунікаційний форум, Київська сесія. 2015. URL: <http://www.eurointegration.com.ua/articles/2015/09/4/7037823>.
- 42.Комунікаційна стратегія Верховної Ради України на 2017–2021 роки. URL: <https://iportal.rada.gov.ua/uploads/documents/44841.pd>
- 43.Комунікаційна стратегія Міністерства освіти і науки України на 2017–2020 роки. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/komunikaczijnastrategiya-mon-2017-2020.pdf>
- 44.Конституція України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
- 45.Любов Цибульська. Сторінка в соціальній мережі Facebook. URL: <https://www.facebook.com/lyubov.tsibulsky/posts/6390856287598633>
- 46.М1 Новини. URL: <https://m1.tv/news/>
- 47.Міністерство оборони України. Затвердження Концепції стратегічних комунікацій Міністерства оборони України та Збройних Сил, 2017. URL:
- 48.Макферсон К.Б. Жизнь и времена либеральной демократии М.: Издательский дом Гос. ун-та - Высшей школы экономики, 2011.
- 49.Малик Я. Інформаційна війна і Україна. *Демократичне врядування*. 2015. Вип. 15. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2015_15_3
- 50.Маляр: Не варто обговорювати військові операції як футбол – коли всі «знають», як треба забивати. URL: <https://detector.media/infospace/article/198330/2022-04-12-malyar-ne-varto-obgovoryuvaty-viyskovi-operatsii-yak-futbol-koly-vsi-znayut-yak-treba-zabyvatu/>
- 51.Манен Б. Принципы представительного правления. СПб: Издательство Европейского Университета в СанктПетербурге, 2008.
- 52.Марсель Х. ван Херпен. Війни Путіна. Чечня, Грузія, Україна: незасвоєні уроки минулого. Харків. 2015.
- 53.Ми боремося заради вільного майбутнього та розвитку нашої країни : Звернення Президента України від 16 квітня 2022 року. URL: <https://www.president.gov.ua/news/mi-boremosya-zaradi-vilnogo-majbutnogo-ta-rozvitku-nashoyi-k-74393>

54. Ми змогли використати агресію РФ у своїх інтересах та стали сильніше. Проект «Головний редактор». URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DNYxSqnGr68>
55. Микола Княжицький. Сторінка в соціальній мережі Facebook. URL: <https://www.facebook.com/mykolakn/posts/10223399015817797>
56. Міжнародна діяльність. *Верховна Рада України*. Офіційний вебпортал. URL: <https://www.rada.gov.ua/internactive>
57. Міністерство інформаційної політики України. МКІП спільно з IREX та Центром стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки провели нараду з комунікаційними підрозділами ОВА. URL: <https://mkip.gov.ua/news/7859.html?PrintVersion>
58. Міноборони закликала громадян не публікувати координати влучання російських ракет. URL: <https://detector.media/infospace/article/197496/2022-03-14-minoborony-zaklykalo-gromadyan-ne-publikuvaty-koordinaty-vluchannya-rosiyskykh-raket/>
59. Міноборони закликала не розкривати цифри військових втрат України до закінчення воєнного стану. URL: <https://detector.media/infospace/article/201000/2022-07-14-minoborony-zaklykalo-ne-rozkryvaty-tsyfry-viyskovykh-vtrat-ukrainy-do-zakinchennya-voiennoho-stanu/>
60. МКІП закликає не поширювати інформацію про переміщення та захист музейних цінностей під час війни. URL: <https://detector.media/infospace/article/197630/2022-03-18-mkip-zaklykaie-ne-poshyruvaty-informatsiyu-pro-peremishchennya-ta-zakhyst-muzeynykh-tsinnostey-pid-chas-viyny/>
61. Муфф Ш. К агонистической модели демократии. *Логос*. 2004. №2.
62. Національна рада з питань телебачення та радіомовлення України (2022). Ольга Герасим'юк закликала європейських медіарегуляторів продовжити процес об'єднання для ще більшого протистояння російській дезінформації (+інфографіка). URL: <https://www.nrada.gov.ua/olga-gerasym-yuk-zaklykala-yevropejskyh-mediaregulyatorivprodovzhyty-protses-ob-yednannya-dlya-shhe-bilshogo-protystoyannya-rosijskijdezinformatsiyi/>

63. Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення. Мовимо гідно! Національна рада закликає не лаятися в ефірі. 9.03.2022. URL: <https://www.nrada.gov.ua/movymo-gidno-natsionalna-rada-zaklykaye-ne-layatysya-v-efiri/>
64. Нацрада дозволила каналам відступити від програмних концепцій на час воєнного стану. URL: <https://detector.media/rinok/article/196855/2022-02-24-natsrada-dozvolyla-kanalam-vidstupyty-vid-programnykh-kontseptsiy-na-chas-voiennoho-stanu/>
65. Німеччина підтримає ембарго на російську нафту. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=lyVU3J4rYDk>
66. ОПОРА, КМІС. Медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни. 2022. URL: https://www.opora.ua.org/report/polit_ad/24068-mediaspozhyvannia-ukrayintsivv-umovakh-povnomasshtabnoyi-viini-opituvannia-opori?fbclid=IwAR3tm-DrKF_pcTg1gtqI34ZJ6qVw2XF5W6ETmyWLIRF5nRL2CZAql0gE_co
67. Освіторія (2022). За лінією фронту: Хто такі внутрішньо переміщені особи? URL: <https://osvitoria.media/experience/za-liniyeyu-frontu-hto-taki-vnutrishno-peremishheni-osoby/>
68. Офіс Генерального прокурора України. Ювенальні прокурори: 323 дитини загинули внаслідок збройної агресії РФ в Україні. URL: <https://gp.gov.ua/ua/posts/yuvenalni-prokurori-323-ditini-zaginuli-vnaslidok-zbroinoyi-agresiyi-rf-v-ukrayini-3>
69. Офіс генпрокурора: У провадженні щодо геноциду українського народу фігурують російські пропагандисти. URL: <https://detector.media/infospace/article/204371/2022-10-31-ofis-genprokurora-u-provadhenni-shchodo-genotsydu-ukrainskogo-narodu-figuryuyut-rosiyski-propagandysty/>
70. Оцінка ситуації в країні, довіра до інститутів суспільства та політиків, електоральні орієнтації громадян (березень 2022 р.). Центр Разумкова. URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinkasytuatsii-v-kraini-dovira-do-instytutiv-suspilstva-ta-politykiv-elektoralni-orientatsii-gromadian-berezen-2022r>
71. Панфілов О.Ю., Кротюк В.А. Сучасна війна: проблема осмислення характеру та змісту. *Наука і техніка Повітряних Сил Збройних Сил України*. 2010. № 1(3). С.47–52.
72. Петрик В. М. Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю; ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій. К.: Росава, 2006. 208 с.

73. Питання Центру протидії дезінформації. Указ Президента України від 7 травня 2021 року № 187/2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/187/2021#Text>
74. Повільно, але впевнено. Як санкції потроху з'їдають економіку Росії – пояснює WP. URL: <https://forbes.ua/war-in-ukraine/povilno-ale-vpevneno-sanktsii-potrokhutochat-ekonomiku-rosii-washington-post-28112022-10074>
75. Положення про веб-ресурси Верховної Ради України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/699/15>
76. Положення про Центр протидії дезінформації. Затверджено Указом Президента України від 7 травня 2021 року № 187/2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/187/2021#Text>
77. Поцелуев С.П. Диалог и квазидиалог в коммуникативных теориях демократии. Ростов н/Д.: Изд-во СевероКавказской академии государственной службы, 2010.
78. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2015. 497 с.
79. Права людини та мас-медіа в Україні За ред. Виртосу І., Шендеровського К.: Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. URL: <https://docplayer.net/86979159-Pravalyudini-ta-mas-media-v-ukrayini-zbirnik-konspektiv-lekciyu.html>.
80. Про внесення змін до статті 114-2 Кримінального кодексу України щодо удосконалення відповідальності за несанкціоноване розповсюдження інформації про засоби протидії збройній агресії Росії. Закон України від 1 квітня 2022 року № 2178-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2178-20#Text>
81. Про деякі заходи щодо забезпечення відкритості процесу роботи Верховної Ради України, її органів, народних депутатів України та Апарату Верховної Ради України : Розпорядження Голови Верховної Ради України від 5 лютого 2016 р. № 47. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/16-%D1%80%D0%B3#Text>
82. Про додаткові заходи з реалізації Декларації відкритості парламенту : Розпорядження Голови Верховної Ради України від 21 листопада 2017 року № 486. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/file/docs/59/d472407.pdf?noattach=1>
83. Про доступ до публічної інформації : Закон України № 2939-VI від 13 січня 2011 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text>
84. Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики : Постанова Кабінету Міністрів України від 3 листопада 2010 р., № 996. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-2010-%D0%BF#Text>

85. Про затвердження Концепції стратегічних комунікацій Міністерства оборони України та Збройних сил України : Наказ Міністерства оборони України № 612 від 22.11.2017 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0612322-17#Text>
86. Про надання додаткових гарантій захисту журналістам, які працюють у районах ведення воєнних (бойових) дій. Закон України від 8 липня 2022 року № 2382-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2382-IX#Text>
87. Про нейтралізацію загроз інформаційній безпеці держави. Рішення Ради національної безпеки і оборони від 18 березня 2022 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0003525-22#Text>
88. Про організацію взаємодії між Збройними Силами України, іншими складовими сил оборони та представниками засобів масової інформації на час дії правового режиму воєнного стану, Наказ Головнокомандувача Збройних Сил України № 73. URL: https://www.mil.gov.ua/content/mou_orders/nakaz_73_050322.pdf
89. Про правовий режим воєнного стану. Закон України 12 травня 2015 року. URL: № 389-VIII. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text>
90. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України» : Указ Президента України від 25 лютого 2017 року № 47/2017 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017#Text>
91. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 жовтня 2021 року «Про Стратегію інформаційної безпеки». Указ Президента України від 28 грудня 2021 року №685/2021. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/6852021-41069>
92. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 18 березня 2022 року «Щодо реалізації єдиної інформаційної політики в умовах воєнного стану». Указ Президента України №152/2022. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/1522022-41761?fbclid=IwAR0C-NehSa0M5SFf0sEilWMQdkFqIPIQZo39VHsvTxtc6rdhd7WrMI4MUQk>
93. Про Рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України» № 47 / 2017 від 25.02.2017. Указ Президента України. URL: <http://www.president.gov.ua/documents/472017-21374>.
94. Про створення Центру протидії дезінформації. Рішення РНБО від 11 березня 2021 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0015525-21#Text>
95. Про телебачення та радіомовлення. Закон України від 21 грудня 1993 року. URL: № 3759-XII. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12#Text>

96. Про Центр. URL: <https://cpd.gov.ua/documents/%d0%bf%d1%80%d0%be-%d1%86%d0%b5%d0%bd%d1%82%d1%80/>
97. Промова Президента України в Національній асамблеї Республіки Корея : 11 квітня 2022 року. URL: <https://www.president.gov.ua/news/promova-prezidenta-ukrayini-v-nacionalnij-asambleyi-respubli-74257>
98. Промова Президента України Володимира Зеленського перед Конгресом США : 16 квітня 2022 року. URL: <https://www.president.gov.ua/news/promova-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelenskogo-pered-kong-73609>
99. Публічне поширення інформації про полонених може зашкодити обміну – Координаційний штаб. URL: <https://detector.media/infospace/article/201023/2022-07-15-publichne-poshyrennya-informatsii-pro-polonenykh-mozhe-zashkodyty-obminu-koordinatsiynyy-shtab/>
100. Радіо Свобода (2022). «12 років тюрми за «фільтрацію». Як дезінформують українців в окупації? Взято з: <https://www.radiosvoboda.org/a/novyny-pryazovya-filtratsiyamariupol-yaznytsya-feyku-rosiyi/31913136.html>
101. Разметаєва Ю. С. Кібервійна: загальнотеоретичні аспекти. *Вісник АМСУ. Серія: Право*. 2015. № 1(14). С. 12–22.
102. Реформи в Україні: зміни на краще чи імітація прогресу. Інститут Горшеніна спільно з Представництвом Фонду імені Фрідріха Еберта в Україні. 09–12.2019 р. С. 1. URL: http://fes.kiev.ua/n/cms/fileadmin/upload2/Reformi_v_Ukrajini._Zmini_na_krashche_chi_imitacija_progresu__21.04_.pdf
103. Російська агресія проти України: Тімоті Снайдер виокремив шість головних ознак геноциду. URL: <https://ms.detector.media/withoutsection/post/30496/2022-10-22-rosiyska-agresiya-protu-ukrainy-timoti-snyder-vyokremyv-shist-golovnykh-oznak-genotsydu/>
104. Рущенко І. П. Соціологія на війні. Український соціологічний журнал. 2017. № 1–2. С. 43–52.
105. Сайт Верховної Ради – на першому місці за популярністю серед парламентських веб-ресурсів 193 країн світу. URL: <http://racurs.ua/ua/nl07548-sayt-verhovnoyi-rady-na-pershomu-misci-za-populyarnistu-sered-parlamentskyh-veb-resursiv-193>
106. Селигмен А. Проблема доверия. / Перевод с англ. И.И. Мюрберг, Л.В. Соболевой. Москва : Идея-прес, 2002. 256 с. С. 7–11

107. Сергейцев Т. Что Россия должна сделать с Украиной. 3.04.2022. URL: <https://ria.ru/20220403/ukraina-1781469605.html>.
108. Сілья Томс. «План Маршалла» для України - яким він може бути? 25.10.2022. URL: <https://www.dw.com/uk/plan-marshalla-dlia-ukrainy-iakym-vin-maie-buty/a-62274383>
109. Спільна заява Міністерства культури та інформаційної політики України, Міністерства оборони України та представників ЗМІ. URL: <https://detector.media/community/article/198736/2022-04-27-spilna-zayava-ministerstva-kultury-ta-informatsiynoi-polityky-ukrainy-ministerstva-oborony-ukrainy-ta-predstavnykiv-zmi/>
110. Староконь Є. Г. Словник-довідник спеціальних термінів. Житомир: «Полісся», 2021. 228 с.
111. Стратегії комунікації у сфері європейської інтеграції на 2018–2021 роки. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/250383204>
112. Стратегія електронного парламентаризму на 2018-2020 роки України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/278/18>
113. Стратегія розвитку Національного агентства з питань запобігання корупції на 2017–2020 роки та плани з її реалізації. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/FN032767>
114. Суспільне (2022). Інформаційна блокада на Херсонщині: як діє. URL: <https://suspilne.media/248675-informacijna-blokada-na-hersonsini-ak-die/>
115. Суспільне. Новини. URL: <https://suspilne.media/>
116. Сьогодні Міжнародний суд в Гаазі винесе рішення щодо позову України проти Росії. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=lyVU3J4rYDk>
117. Тарас і його пророцтва: голос Шевченка потужний, як ніколи. URL: <https://osvitoria.media/experience/taras-i-jogo-prorotstva-golos-shevchenka-potuzhnyj-yak-nikoly/>
118. Ткаченко окреслив повноваження Центру стратегічних комунікацій та інформбезпеки. URL: <https://detector.media/infospace/article/186232/2021-03-23-tkachenko-okreslyv-povnovazhennya-tsentru-strategichnykh-komunikatsiy-ta-informbezpeky/>
119. Толмачева Т. А. Методический потенциал использования коммуникативных стратегий иноязычного речевого поведения в процессе обучения иностранному языку в языковом вузе. *Мир науки, культуры, образования*. 2008. № 4. С.95–98.
120. Тулбокс уроків з медіаграмотності для вчителів. URL: <https://toolbox.medialiteracy.org.ua/>

121. У Міноборони попередили, що не можна називати види зброї, з якої наша армія влучає у ворожі цілі. URL: <https://detector.media/infospace/article/201181/2022-07-20-u-minoborony-poperedyly-shcho-ne-mozhna-nazyvaty-vydy-zbroi-z-yakoi-nasha-armiya-vluchaie-u-vorozhi-tsili/>
122. У разі надзвичайної ситуації або війни. URL: <https://dovidka.info/>
123. Український паблік про коронавірус потрапив до четвірки найпопулярніших і найдостовірніших у світі. 4.06.2020. URL: <https://iod.media/article/ukrajinskiy-pablik-pro-koronavirus-potrapiv-do-chetvirki-naupopulyarnishih-i-naydostovirnishih-u-sviti-6353>.
124. Укрінформ. Готовність Нідерландів підтримати надання Україні статусу кандидата на вступ до ЄС засвідчує, що уряд почув думку громадян. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/3509401-transformacia-suspilnoi-dumki-v-niderlandah-vidbulasa-i-urad-ce-pocuv-dzaparova.html>
125. Урядовий портал. Презентовано Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки. 1 квітня 2021 р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/prezentovano-centr-strategichnih-komunikacij-ta-informacijnoyi-bezpeki>
126. Фролова А. С. Побудова системи державних стратегічних комунікацій України. URL: <https://mkir.gov.ua/cr/documents/99.html>
127. Фісенко Т. Медіадіяльність України під час гібридної агресії. *Обрії друкарства*. 2018. № 1 (6). С. 255-267
128. Фонд «Демократичні ініціативи» (2022). Ті, хто стали переселенцями вдруге, не очікують на швидке завершення війни — Андрій Сухарина. URL: [https://dif.org.ua/article/ti-khto-stali-pereselentsyami-vdruge-ne-ochikuyut-na-shvidke-zavershennya-viyni-andriy-sukharina](https://dif.org.ua/article/ti-khto-stali-pereselentsyami-vdruge-ne-ochikuyut-na-shvidke-zavershennya-viyni---Andriy-Sukharina)
129. Фонд «Демократичні ініціативи». Боротьба в інформаційній та культурній царинах: що думають українці про державну мовну політику та пропаганду на тлі агресії РФ. 2022. URL: <https://dif.org.ua/article/borotba-v-informatsiyniy-ta-kulturniy-tsarinakhshcho-dumayut-ukraintsi-pro-derzhavnu-movnu-politiku-ta-propagandu-na-tli-agresii-rf>
130. Фурашев В.М. Сучасні війни: роль та місце інформаційного права та інформаційної безпеки. *Правова інформатика*. 2014. № 3. С. 10–18.
131. Хелд Д. Модели демократии. М. Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2014.
132. Центр стратегічних комунікацій збирає базу даних геноцидальної риторики російських посадовців та пропагандистів. URL: <https://detector.media/infospace/article/205378/2022-11-28-tsentr-strategichnykh->

komunikatsiy-zbyraie-bazu-danykh-genotsydalnoi-rytoryky-rosiyskykh-posadovtsiv-ta-propagandystiv/

133. Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки презентував брошуру «У разі надзвичайної ситуації або війни». URL: <https://mkip.gov.ua/news/5641.html>
134. Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки при Міністерстві культури та інформаційної політики. У разі надзвичайної ситуації або війни. URL: <https://www.mil.gov.ua/content/pdf/NS-WAR.pdf>
135. Цивільний кодекс України : редакція від 01 січня 2021 р. № 435-IV. Ст. 302. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>
136. Чебаненко О. Інформаційний супровід роботи сучасних парламентів. URL: http://parlament.org.ua/upload/docs/Inf-support_.pdf.
137. Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология : В 3 ч. - Ч. 2. М.: Б. и., 1992.
138. Шевчук М. Теоретичні засади дослідження парламентської комунікації. Держава та регіони. Серія: Державне управління. 2018. № 1 (61). С. 192-195
139. Шило Б. Комунікативні стратегії і тактики впливу в політичному дискурсі (на матеріалі промови П. Порошенка на прес-конференції “Виклики – 2018”). Черкаси. *Лінгвістика*. №1 (38). 2018. С.154–162
140. Шумпетер Й.А. Капіталізм, соціалізм і демократія. К.: Основи, 1995. 530 с.
141. Щенникова О.Н. Неформальные коммуникации в политике. URL:www.asu.ru/files/documents/00000653.doc
142. Що турбує українців під час карантину. 3.04.2020 р. URL: <https://www.gfk.com/press/ukrainians-during-covid-19-pandemic?hsLang=en>.
143. Щодо реалізації єдиної інформаційної політики в умовах воєнного стану. Рішення Ради національної безпеки і оборони від 18 березня 2022 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0004525-22#Text>
144. Эксклюзив: война на Николаевщине глазами Натальи Нагорной. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FAqSU60-y-A>
145. Як змінилося медіаспоживання українців під час війни. URL: <https://suspilne.media/245223-ak-pracuut-ukrainski-kulturni-media-pid-cas-vijni/>
146. Aktual'no | Actual Today – posledniye novosti Zaporozh'ya. URL: <https://actual.today>
147. American Political Science Association. URL: <http://apsapolcommunication.weebly.com/>
148. Arquilla J., Ronfeldt D. (eds.). Networks and Netwars. The Future of Terror, Crime, and Militancy. RAND, 2001.

149. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2018 році. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-02/Analit_Dopovid_Poslannia_2018.pdf
150. Bauman Z. *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press, 2000.
151. Bauman Z. *Society Under Siege*. Cambridge: Polity, 2002. 264 p.
152. Baumard P. *From Information Warfare to Knowledge Warfare: Preparing for the Paradigm Shift*. Virginia: Armed Forces Communications and Electronics Association, 1996. P. 147-160.
153. Benhabib S. *The Claims of Culture*. Princeton: Princeton University Press, 2002.
154. Bohman J. *Public Deliberation: Pluralism, Complexity, and Democracy*. Cambridge: MIT, 1996.
155. Boyd J. R. *The Essence of Winning and Losing*. URL: <https://web.archive.org/web/20110324054054/>.
156. Cebrowski A.K., Garstka J.J. *Network-Centric Warfare: Its Origin and Future*. Proceedings. 1998.
157. Clift S. *E-Democracy, E-Governance and Public Net-Work (Government 2.0)*. URL: <http://stevenclift.com/edemocracy-e-governance-and-public-net-work-government-20-summary-by-steven-clift-2003/>
158. Denton R.E. *Political Communication in America*. New York: Praeger, 1998.
159. Dryzek J. *Deliberative Democracy and Beyond*. Oxford: Oxford University Press, 2000.
160. Etzioni A. *A Theory of Societal and Political Processes*. London: Collier-Macmillan, New York: Free Press, 1968.
161. Fabre C. To Deliberate or to Discourse. Is that the Question? *European Journal of Political Theory*. 2003. № 2.
162. George J. Stein. *Information War – Cyberwar – Netwar*. URL: <http://www.airpower.au.af.mil/airchronicles/>
163. Gerstlé J. Political Communication: from international institutionalization to national conquest of scientific legitimacy. *The Oxford Handbook of French Politics* / ed. by R. Elgie, E. Grossman, A. G. Mazur. P. 383-410
164. *Global Parliamentary Report : The changing nature of parliamentary representation* / InterParliamentary Union; United Nations Development Programme. URL: [//www.ipu.org/gpr](http://www.ipu.org/gpr)
165. Graber D.A. Political Language. *Handbook of Political Communication* / ed. by D.D Nimmo, K.R. Sanders. Beverly Hills: Sage, 1981. P.195–223

166. Hersprin D. R. Rumsfeld's wars: the arrogance of power Lawrence: University press of Kansas, 2008. XXIV. 247 p.
167. Hoffman G. Conflict in the 21st century: The rise of hybrid wars. Arlington, Virginia: Potomac Institute for Policy Studies. 2007.
168. International Communication Association. URL: [http://www-bcf.usc.edu/~ica/association/divisions.html#DIVISION 6](http://www-bcf.usc.edu/~ica/association/divisions.html#DIVISION_6)
169. Katz E. Nowhere to Go: Some Dilemmas of Deliberative Democracy. *The Oxford Handbook of Political Communication*. URL: <http://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199793471.001.0001/oxfordhb9780199793471>
170. Kyiv Stratcom Forum. URL: <https://stratcom.online/>
171. Libicki M. What is information Warfare? Washington, 1995. 104 p.
172. MCM-0085-2010 STRATCOM. NATO. Military Concept for Strategic Communications, 2010. URL: <https://info.publicintelligence.net/NATO-STRATCOM-Concept.pdf>
173. McNair B. An introduction to political communication.
174. Media Sapiens (2022). «Фактчекери — це сапери, які знешкоджують інформаційні міни». Взято з: <https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/29254/2022-03-30-faktchekerytse-sapery-yaki-zneshkodzhuyut-informatsiyni-miny/>
175. MINDSPACE: influencing behaviour for public policy / P. Dolan, M. Hallsworth, D. Halpern. Institute of Government, London, UK. 2010. URL: <https://www.instituteforgovernment.org.uk/sites/default/files/publications/MINDSPACE.pdf>.
176. National Communication Association. URL: <http://www.natcom.org/Secondary.aspx?id=7062>
177. Norris P. Political Communication. *Comparative Politics* / ed. by D. Caramani. Oxford: Oxford University Press, 2013. P. 375-409
178. Organization for Migration's (2022). Needs Growing for Over 8 Million Internally Displaced in Ukraine. Retrieved from: <https://greece.iom.int/news/needs-growing-over-8-millioninternally-displaced-ukraine>
179. Parkinson J., Mansbridge J. Deliberative Systems Deliberative Democracy at The Large Scale. Cambridge: Cambridge University Press, 2012.
180. Pateman C. Participation and democratic theory. Cambridge: Cambridge University Press, 1970;.
181. Perloff R. M. The dynamics of political communication : media and politics in a digital age. P. 30-32

182. Report of the Defense Science Board Task Force on Managed Information Dissemination, 2001. URL: <http://www.acq.osd.mil/dsb/reports/ADA396312.pdf>.
183. Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication, 2008. URL: <http://www.acq.osd.mil/dsb/reports/ADA428770.pdf>
184. Rona T. Weapon Systems and Information War. Seattle, WA, 1976. 86 p.
185. Shore Z. A sense of the enemy: refocusing prediction in military and foreign affairs. *Joint Force Quarterly*. 2012.
186. The 2020 Edelman Trust Barometer Spring Update: Trust and the COVID-19 Pandemic. 5.05.2021. URL: https://www.edelman.com/research/trust-2021-springupdate?fbclid=IwAR1KOFT73sEH4Es3roE9DKmC4_biYk5RB9wzJC2rD1ZQoBZu46I69E7PCig.
187. The 2021 Edelman Trust Barometer. 01.2022. URL: <https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/202203/2022%20Edelman%20Trust%20Barometer.pdf>.
188. The implementation of network-centric warfare. Washington: D. C. Office of the Secretary of Defense, 2005. 79 p.
189. The Military Balance 2015. The International Institute for Strategic Studies. URL: <https://www.iiss.org/publications/the-military-balance/the-military-balance-2015>
190. Toffler A. War and anti-war. Survival at the dawn of the 21st century. 1993.
191. U.S. Joint Forces Command, Commander's Handbook for Strategic Communication and Communication Strategy, Version 3.0. Suffolk, VA: Joint Warfighting Center, 2015, 2017. URL: http://www.dtic.mil/doctrine/doctrine/jwfc/sc_hbk10.pdf.
192. Ukraïner (2022). Як працює російська пропаганда в медіа». Взято з: <https://ukraïner.net/propaganda-rosii-zmi/>
193. Vego M. On Military Creativity. URL: <http://www.ndu.edu/press/military-creativity.html>
194. W.H.O. Fights a Pandemic Besides Coronavirus: An 'Infodemic'. URL: <https://www.nytimes.com/2020/02/06/health/coronavirus-misinformation-social-media.html>
195. World-Low 9% of Ukrainians Confident in Government, 2019, 21.03. URL: https://news.gallup.com/poll/247976/world-low-ukrainians-confidentgovernment.aspx?g_source=link_NEWSV9&g_medium=NEWSFEED&g_campaign=item_&g_content=WorldLow%25209%2525%2520of%2520Ukrainians%2520Confident%2520in%2520Government
196. Young I.M. Inclusion and Democracy. Oxford: Oxford University Press, 2000.

197. Zaxid.net (2022). «Росія хоче дискредитувати українських переселенців». Інтерв'ю з фактчекеркою Ксенією Ілюк. Взято з: https://zaxid.net/rosiya_hoche_diskredituvati_ukrayinskih_pereselentsiv_intervyu_n1544657
198. Zweibelson B. Theory and the Military's Understanding of Our Complex World. *Small Wars Journal*. 2011.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

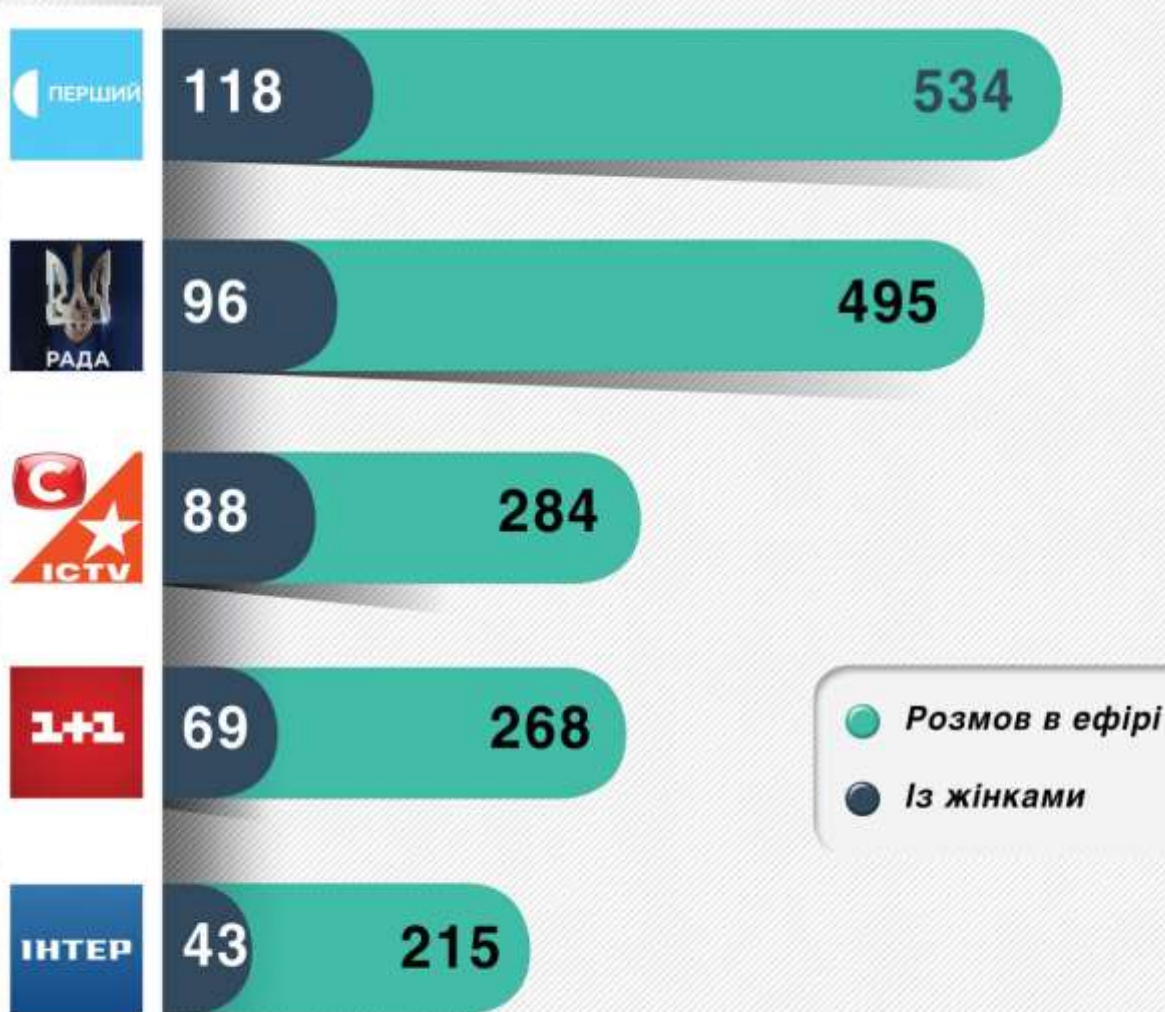
Ресурсна консолідація медіа-комунікацій в умовах воєнного стану:
марафон «Єдині новини»



ЧАСТКА РОЗМОВ ІЗ ГОСТЯМИ-ЖІНКАМИ У БЛОКАХ
ОКРЕМИХ РЕДАКЦІЙ-ВИРОБНИКІВ СПІЛЬНОГО
ТЕЛЕМАРАФОНУ «ЄДИНІ НОВИНИ» У ЖОВТНІ 2022 РОКУ

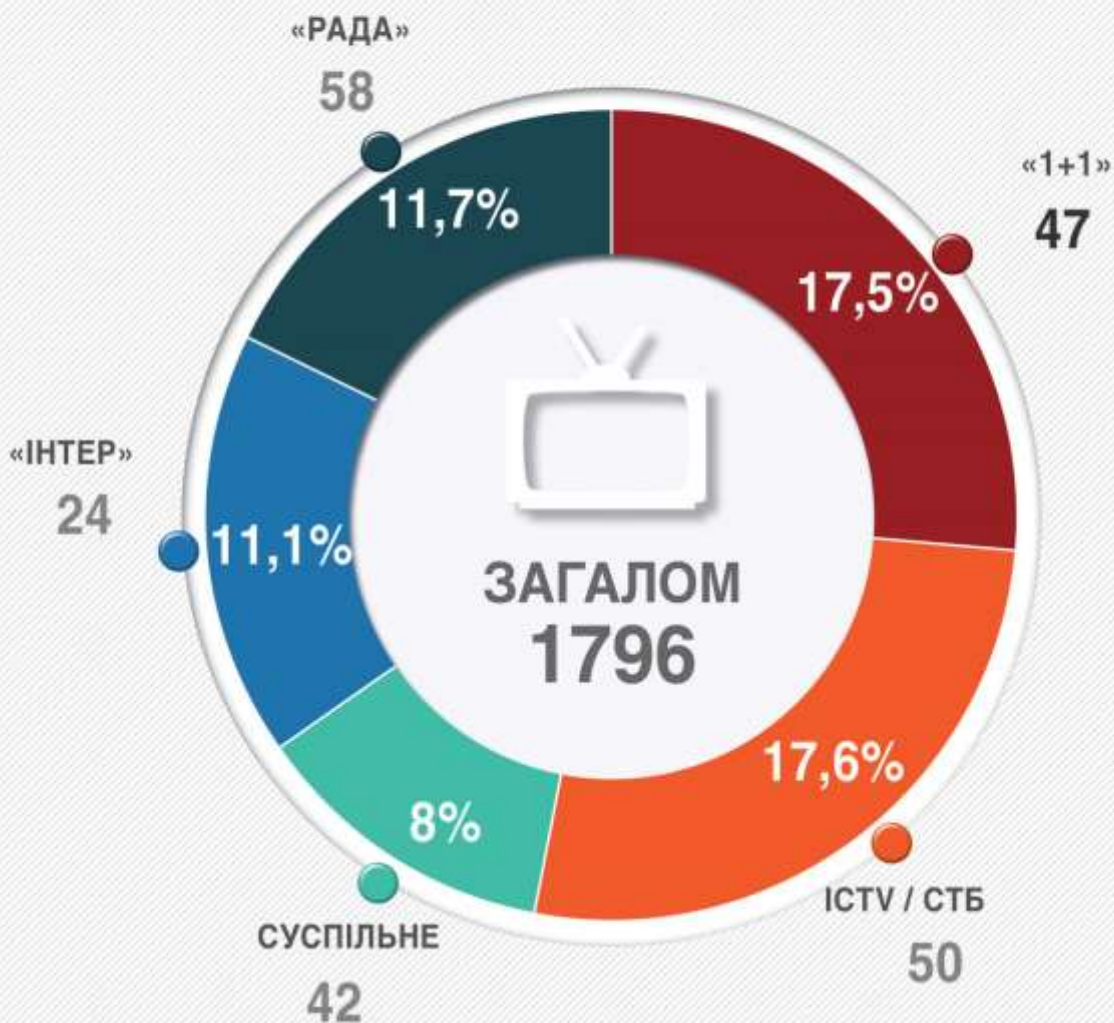


1796 всього розмов в ефірі



ПРЕДСТАВНИКИ ЦЕНТРАЛЬНИХ ОРГАНІВ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ, ЯКІ БУЛИ ГОСТЯМИ ЕФІРУ СПІЛЬНОГО ТЕЛЕМАРАФОНУ «ЄДИНІ НОВИНИ» У БЕРЕСНІ 2022 РОКУ							
ЛЮДИНА	ПОСАДА	ТЕЛЕКАНАЛ / МЕДІАГРУПА					РАЗОМ
		1+1	inter	NEWS	Starlight	Інше	
Ірина Верещук	Віце-прем'єр-міністрка, міністрка окупованих територій	3	2	4	5	1	15
Керіло Тимошенко	Заступник глави Офісу президента	5	2	3	1		11
Володимир Кудимович	Голова правління «Укрнафта»	5	1		2	3	11
Олександр Ткаченко	Міністр культури та інформаційної політики	1	2	1	2	4	10
Сергій Єнін	Перший заступник міністра внутрішніх справ	3		2	2	2	9
Сергій Шкарлет	Міністр освіти і науки		1		4	2	7
Олег Немченко	Міністр Кабінету міністрів		2		4	1	7
Дмитро Кулаба	Міністр закордонних справ	3		2	1	1	7
Денис Монастирський	Міністр внутрішніх справ	3	1	2	1		7
Юлія Савириденко	Міністрка економіки	1			1	4	6
Руслан Стрилець	Міністр екології	2		1	1	2	6
Олександр Данилов	Секретар Ради національної безпеки і оборони	4			2		6
Марія Карнович	Заступниця міністра охорони здоров'я	1	1		3	1	6
Ольга Стефанюк	Віцепрем'єрка з євроінтеграції	1			1	3	5
Василь Фурман	Заступник голови Ради Нацбанку		1	2	2		5
Тарас Висоцький	Заступник міністра аграрної політики		2	2			4
Олександр Білошанський	Заступник начальника департаменту патрульної		1	1	1	1	4
Герман Галущенко	Міністр енергетики України	1				2	4
Ганна Малар	Заступниця міністра освіти		1	1	2		4
Віктор Лашко	Міністр охорони здоров'я		2			2	4
Валерія Коломєць	Заступниця міністра юстиції		2	1		1	4
Альона Вероніська	Уповноважена президента з питань прав захисників			4			4
Юрій Щоголь	Голова Держспецназ'яку	1			1	1	3
Юлія Лагутіна	Міністрка у справах ветеранів			1	2		3
Павло Коширець	Заступник міністрки спеціалізованих територій			3			3
Ольга Герасимчук	Голова Національної ради з питань телебачення і		1	1		1	3
Олександр Різницький	Міністр оборони				1	2	3
Михайло Федоренко	Міністр цифрової трансформації		1		1	1	3
Ірина Мисюк	Заступниця міністра охорони здоров'я				2	1	3
Ігор Кузін	Головний санітарний лікар	1			1	1	3
Ігор Клименко	Голова Національної поліції	1			2		3
Ігор Жованка	Заступник глави Офісу президента	2		1			3
Володимир Воружковський	Заступник міністра охорони здоров'я	1	1		1		3
Сергій Крук	Голова Державної служби з надзвичайних ситуацій	1		1			2
Олександр Фременик	Заступник міністра охорони здоров'я				1	1	2
Олександра Чернишова	Міністр розвитку громад					2	2
Олександр Кава	Заступник міністра фінансів				2		2
Оксана Жолнович	Міністрка соціальної політики	1			1		2
Дмитро Лубицький	Уповноважений ВР із прав людини	1				1	2
Денис Шмигаль	Прем'єр-міністр	2					2
Дар'я Герасимчук	Уповноважена президента з прав дитини			2			2
Вадим Гунцайт	Міністр молоді і спорту	1				1	2
Андрій Шаповалов	Керівник Центру протидії дезінформації при РНБО				1	1	2
Юрій Васюков	Заступник міністра інфраструктури				1		1
Юлія Жовтук	Директорка Державного центру зайнятості				1		1
Тарас Кремень	Мовний омбудсман				1		1
Станіслава Присвітська	Директорка департаменту Мінцифри	1					1
Сергій Марченко	Міністр фінансів			1			1
Петро Котін	Керівник «Енергоатому»					1	1
Олександр Шкуратов	Заступник міністра освіти і науки		1				1
Олег Котенко	Уповноважений з питань людських ресурсів			2			1
Мустанфа Наїм	Заступник міністра інфраструктури				1		1
Микола Сольський	Міністр аграрної політики					1	1
Микола Баласан	Заступник керівника Центру стратегічного гри МЗС				1		1
Марія Попатенко	Заступниця міністра молоді і спорту					1	1
Керіло Вуданов	Голова Головного управління розвідувального управління Міноборони				1		1
Катерина Рожкова	Перша заступниця голови Національного банку					1	1
Катерина Павличенко	Заступниця міністра внутрішніх справ				1		1
Дмитро Заруба	Перший заступник голови Держекономспецці			1			1
Денис Малицький	Міністр юстиції					1	1
Денис Іванов	Керівник управління Мінцифри			1			1
Дарина Марчук	Перша заступниця міністра освіти і науки			1			1
Віталія Мушкетер	Заступник міністра соціальної політики			1			1
Андрій Нейтос	Керівник Нацполіції у Києві	1					1
Андрій Набок	Керівник управління Мінцифри					1	1
Андрій Вігренко	Заступник міністра освіти					1	1
ВСЬОГО		47	24	43	56	50	223

ЯК ЧАСТО ПРЕДСТАВНИКИ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ
З'ЯВЛЯЛИСЬ У БЛОКАХ ВИРОБНИКІВ СПІЛЬНОГО
ТЕЛЕМАРАФОНУ «ЄДИНІ НОВИНИ» У ЖОВТНІ 2022 РОКУ



Додаток Б

Інструменти протидії російським дезінформаційним впливам

«Детектор медіа» у режимі реального часу збирає та документує хроніки Кремлівської дезінформації навколо військового наступу на Україну. Україна роками страждає від кремлівської дезінформації, проте тут ми фіксуємо нарративи, меседжі та тактики, які Росія використовує з 17 лютого 2022 року. Нагадаємо, що 17 лютого почалося значне збільшення обстрілів підконтрольної Україні території з боку бойовиків, в яких російська пропаганда звинувачує українські війська.

12 грудня станом на 291 день повномасштабної війни наша редакція зафіксувала:

1028 Фейк **338** Маніпуляція **324** Меседж **208** Викриття

11 лютого 2022 | Англ.

Report on the narratives of the propaganda public diplomacy of russia in the G7

The Center for Countering Disinformation presents the research of the official pages of Russian embassies and other diplomatic missions in the G7 countries, reviewed in social media. As a final result of the research, the main narratives spread by Russian propaganda are revealed.



27 лютого 2022 | Англ. | Фейк

Аналіз нарративів пропагандистської публічної дипломатії РФ у країнах «Великої сімки»

Ваней Центр протидії дезінформації проаналізували офіційні сторінки російської посольств та дипломатичних місій у країнах Великої Сімки, представлені у соціальних мережах. У результаті вивчення були виявлені основні ідеологічні та пропагандистські нарративи.



27 лютого 2022 | Англ. | Фейк

Як влаштована сітка RT-international

Центр протидії дезінформації проаналізував структуру та влаштування сітки медіакомпаній російської пропаганди в англомовній RT-international. Виявлено, що протягом року в мережу потрапило понад 100 медіакомпаній, включено до її складу понад 10 тисяч осіб. Найбільше медіакомпаній включено до складу російської пропаганди в США та Європі.

